

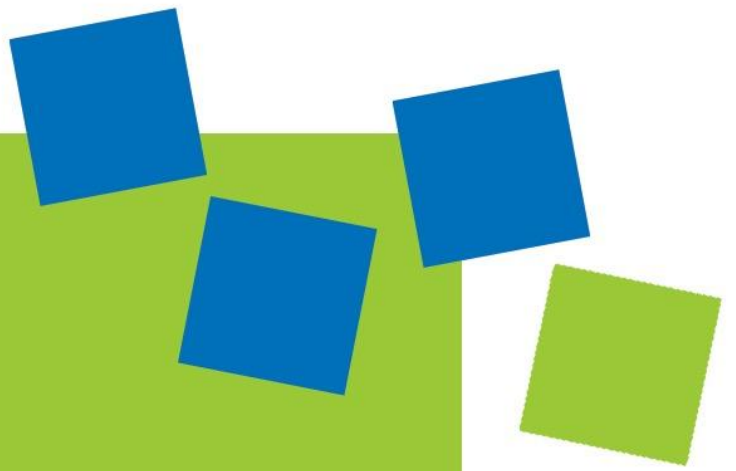


Modulhandbuch

Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)

Fakultät Wirtschaft

Stand: September 2025



Inhalt

1	Vorstellung Studiengang	9
	<i>STUDIENGANG</i>	<i>9</i>
2	Modulbeschreibungen	10
<i>2.1</i>	<i>Allgemeine Pflichtmodule</i>	<i>10</i>
2.1.1	Volkswirtschaftslehre	10
2.1.2	Wissenschaftlichen Arbeiten	11
2.1.3	Statistik	13
2.1.4	Skill Camp I	14
2.1.5	Skill Camp II	16
2.1.6	Wirtschaftsmathematik	17
2.1.7	Wirtschaftsdeutsch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer)	19
2.1.8	Wirtschaftsdeutsch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer)	20
2.1.9	Wirtschaftsenglisch - Oral Communication Skills	21
2.1.10	Wirtschaftsenglisch - Written Communication Skills	23
2.1.11	Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld	24
2.1.12	Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld	26
2.1.13	Digitalisierung und angewandte Künstliche Intelligenz	27
<i>2.2</i>	<i>Fachspezifische Pflichtmodule</i>	<i>29</i>
2.2.1	Grundlagen der Betriebswirtschaft	29
2.2.2	Unternehmensführung	31
2.2.3	Einkauf, Produktion und Logistik	32
2.2.4	Organisation	35
2.2.5	Betriebliche Steuern	36
2.2.6	Marketing	38
2.2.7	Nachhaltigkeit und Innovation	40
2.2.8	Finanz- und Investitionswirtschaft	42
2.2.9	Projektmanagement	43
2.2.10	Personalführung	45
2.2.11	Buchführung und Bilanzierung	47
2.2.12	Controlling und Kostenmanagement	49
<i>2.3</i>	<i>Praktisches Studiensemester</i>	<i>50</i>
2.3.1	Betriebliche Praxis	50
2.3.2	Praxisprojekt	51
2.3.3	Praxisseminar	52
<i>2.4</i>	<i>Bachelorarbeit</i>	<i>54</i>

2.4.1	Bachelorarbeit	54
2.4.2	Bachelorseminar	55
2.5	<i>Wahlpflichtmodule</i>	57
2.5.1	Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university 57	
2.5.2	Advanced Writing and Cultural Studies.....	58
2.5.3	ALPS Alpine Leadership Project of Sustainability	59
2.5.4	Angewandte Landeskunde: Studienexkursion	61
2.5.5	Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement	63
2.5.6	Angewandtes Mentaltraining.....	64
2.5.7	Arbeitsmarktökonomik	67
2.5.8	Arbeitsrecht.....	68
2.5.9	Außenwirtschaft.....	69
2.5.10	Bankwirtschaft	70
2.5.11	Berufliche Kommunikation - Spanisch	72
2.5.12	Business Analytics	73
2.5.13	Chinesisch 1 (für Anfänger).....	75
2.5.14	Chinesisch 2 (für Fortgeschrittene).....	77
2.5.15	Chinesisch 3 (Intensivierung)	78
2.5.16	Chinesisch 4 (Berufliche Kommunikation)	80
2.5.17	Controlling Practice.....	81
2.5.18	Controlling and Business Leadership	83
2.5.19	Controlling mit SAP S / 4HANA	84
2.5.20	crea-m5 Innovationsmanagement.....	86
2.5.21	Creating Business Models / Geschäftsmodellinnovation	89
2.5.22	Cross-Cultural-Effekte in der Organisation	91
2.5.23	Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM)	92
2.5.24	Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM)	93
2.5.25	Digital Business	94
2.5.26	Digitalisierung und KI in Buchführung und Steuern	97
2.5.27	Diversity, Equity & Inclusion	98
2.5.28	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R.....	101
2.5.29	English for Specific Purposes	102
2.5.30	Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern)	104
2.5.31	Fallstudien Organisation und Management	106
2.5.32	Fallstudien zur Unternehmensbesteuerung	107
2.5.33	Französisch 1 (für Anfänger)	109
2.5.34	Französisch 2 (für Fortgeschrittene)	111
2.5.35	Französisch 3 (Intensivierung)	113
2.5.36	Führung, Kommunikation, Wertschätzung	115

2.5.37	Geschäftsprozessmanagement.....	117
2.5.38	Grundlagen der Berufsbildung.....	118
2.5.39	Grundlagen der Behavioral Finance.....	120
2.5.40	Grundlagen des Wirtschaftsrechts	122
2.5.41	Hackathon	124
2.5.42	How-To-StartUp	125
2.5.43	Impact-Entrepreneuership.....	128
2.5.44	Innovative Produktentwicklung	130
2.5.45	International Business	131
2.5.46	International Finance	133
2.5.47	International Marketing.....	135
2.5.48	Internationales Management	137
2.5.49	Internationales Steuerrecht	139
2.5.50	Italienisch 1 (für Anfänger)	141
2.5.51	Italienisch 2 (für Fortgeschrittene)	142
2.5.52	Italienisch 3 (Intensivierung).....	144
2.5.53	Kommunikation und Führung	146
2.5.54	Kreativer Prozess	148
2.5.55	Kultur und Landeskunde Italien (mit Exkursion)	150
2.5.56	Künstliche Intelligenz for Business.....	151
2.5.57	Nachhaltigkeitsberichterstattung	153
2.5.58	Multivariate Analyse mit Befragungsdaten	154
2.5.59	Natural Language Processing for Business.....	156
2.5.60	Operational Excellence	157
2.5.61	Personalgewinnung und -auswahl	160
2.5.62	People Management in der Arbeitswelt der Zukunft	162
2.5.63	Praktische Imkerei	164
2.5.64	Praxis der Berufs- und Arbeitspädagogik.....	165
2.5.65	Projektmanagement - Fortgeschrittene Themen	168
2.5.66	Psychologie im Controlling.....	170
2.5.67	Rabbit Radio 1	171
2.5.68	Rabbit Radio 2	172
2.5.69	Rechtliche Aspekte der Berufsbildung.....	174
2.5.70	Russisch 1 (für Anfänger)	175
2.5.71	Russisch 2 (für Fortgeschrittene)	176
2.5.72	Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement	178
2.5.73	Schreiben eines Businessplans.....	179
2.5.74	Sicher präsentieren - Wirksamer vortragen – in Präsenz und auch online.....	181
2.5.75	Social Media Marketing	182
2.5.76	Spanisch 1 (für Anfänger).....	183
2.5.77	Spanisch 2 (für Fortgeschrittene).....	185

2.5.78	Spanisch 3 (Intensivierung)	186
2.5.79	Strategieseminar für potentielle Unternehmensnachfolger	188
2.5.80	Strategisches und operatives Human Resource Management	189
2.5.81	Stressmanagement und Resilienz	191
2.5.82	Systemische Personal- und Organisationsentwicklung.....	194
2.5.83	TeamKultur	196
2.5.84	The PR China: State, Society, and Economy.....	197
2.5.85	Theorie der Berufs- und Arbeitspädagogik.....	199
2.5.86	UAV – Grundlagen und Vertiefung	201
2.5.87	Unternehmensbesteuerung I.....	202
2.5.88	Unternehmensbesteuerung II.....	204
2.5.89	Unternehmensgründung	206
2.5.90	Unternehmertum und Businessplanung.....	208
2.5.91	Unternehmensbewertung nach IDW S1	211
2.5.92	Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)	212
2.5.93	Verhandlungstheorie	213
2.6	Schwerpunktwahlpflichtmodule	215
2.6.1	Bank-, Finanz- und Investitionswirtschaft	215
2.6.1.1	Unternehmensbewertung nach IDW S1.....	216
2.6.1.1	Grundlagen der Behavioral Finance	217
2.6.2	Controlling.....	219
2.6.2.1	Angewandtes Controlling	219
2.6.2.2	Controlling Practice	221
2.6.2.3	Controlling and Business Leadership.....	222
2.6.2.4	Controlling mit SAP S / 4HANA	224
2.6.2.5	Psychologie im Controlling	225
2.6.2.6	Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement.....	227
2.6.3	Digital Business.....	228
2.6.3.1	Business Analytics.....	228
2.6.3.2	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R	230
2.6.3.3	Fallstudien Organisation und Management	232
2.6.3.4	Künstliche Intelligenz for Business	234
2.6.3.5	Multivariate Analyse mit Befragungsdaten	235
2.6.3.6	Programmierung.....	237
2.6.3.7	Quantitative Methoden.....	238
2.6.4	Interkulturelles Management	240
2.6.4.1	Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university	240
2.6.4.2	Hands-on Interculturality: Tandem-Modul	242
2.6.4.3	Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM).....	243

2.6.4.4	Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM).....	244
2.6.5	Internationale Betriebswirtschaft	246
2.6.5.1	Cross-Cultural-Effekte in der Organisation	246
2.6.5.2	International Business	247
2.6.5.3	International Finance.....	249
2.6.5.4	International Law.....	250
2.6.5.5	International Marketing	252
2.6.5.6	The PR China: State, Society, and Economy	253
2.6.5.7	Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel).....	255
2.6.6	Kommunikation und Management	257
2.6.6.1	Außenwirtschaft	257
2.6.6.2	Französisch 1 (für Anfänger).....	258
2.6.6.3	Französisch 2 (für Fortgeschrittene).....	260
2.6.6.4	Französisch 3 (Intensivierung)	261
2.6.6.5	International Business	263
2.6.6.6	Internationales Management.....	265
2.6.6.7	International Finance.....	267
2.6.6.8	International Marketing	269
2.6.6.9	Italienisch 1 (für Anfänger)	271
2.6.6.10	Italienisch 2 (für Fortgeschrittene).....	273
2.6.6.11	Italienisch 3 (Intensivierung)	274
2.6.6.12	Spanisch 1 (für Anfänger)	276
2.6.6.13	Spanisch 2 (für Fortgeschrittene)	278
2.6.6.14	Spanisch 3 (Intensivierung)	279
2.6.6.15	Russisch 1 (für Anfänger)	281
2.6.6.16	Russisch 2 (für Fortgeschrittene)	282
2.6.6.17	Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)	283
2.6.6.18	Wirtschaftsspanisch – Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld.....	285
2.6.6.19	Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld	287
2.6.7	Marketing	288
2.6.7.1	crea-m5 Innovationsmanagement	288
2.6.7.2	International Marketing	292
2.6.7.3	Social Media Marketing.....	293
2.6.8	Mittelstandsmanagement	295
2.6.8.1	How-To-StartUp.....	295
2.6.8.2	Innovative Produktentwicklung.....	298
2.6.8.3	Internationales Management.....	299
2.6.8.4	Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel).....	301
2.6.8.5	Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement.....	302
2.6.9	Organisation und Management	304
2.6.9.1	Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement.....	304

2.6.9.2	Cross-Cultural-Effekte in der Organisation	305
2.6.9.3	Fallstudien Organisation und Management	307
2.6.10	Personalmanagement	308
2.6.10.1	Arbeitsmarktökonomik	308
2.6.10.2	People Management in der Arbeitswelt der Zukunft	309
2.6.10.3	Diversity, Equity & Inclusion.....	312
2.6.10.4	Personalgewinnung und -auswahl	314
2.6.10.5	Systemische Personal- und Organisationsentwicklung.....	316
2.7	Schwerpunktpflichtmodule	319
2.7.1	Bank-, Finanz- und Investitionswirtschaft	319
2.7.1.1	Asset Management.....	319
2.7.1.2	Bankwirtschaft.....	320
2.7.1.3	Corporate Finance	321
2.7.2	Controlling.....	322
2.7.2.1	Controlling I	322
2.7.2.2	Controlling II	325
2.7.2.3	Kostenrechnung.....	328
2.7.3	Digital Business.....	330
2.7.3.1	Agile Softwareentwicklung	330
2.7.3.2	New Economy.....	331
2.7.4	Internationale Betriebswirtschaft	333
2.7.4.1	Außenwirtschaft	333
2.7.4.2	Internationales Management.....	334
2.7.5	Marketing	335
2.7.5.1	Angewandtes Marketing	336
2.7.5.2	Kernkompetenzen in Marketing-Projekten	337
2.7.5.3	Marktforschung	338
2.7.6	Mittelstandsmanagement	340
2.7.6.1	Kompetenzmanagement und Entwicklung sozialer Kompetenzen	340
2.7.6.2	Operational Excellence	342
2.7.7	Organisation und Management	344
2.7.7.1	Aktuelle Organisations- und Managementkonzepte.....	344
2.7.7.2	Geschäftsprozessmanagement	346
2.7.7.3	Organizational Behaviour und Change Management	347
2.7.8	Personalmanagement	348
2.7.8.1	Kommunikation und Führung.....	349
2.7.8.2	Strategisches und operatives Human Resource Management	350
2.7.9	Produktionsmanagement und Logistik	352
2.7.9.1	Fallstudien im Produktions- und Logistikbereich in Unternehmen	353
2.7.9.2	Management und Leadership.....	354

2.7.9.3	Operational Excellence	355
2.7.9.4	Supply Chain Management	358
2.7.10	Rechnungslegung und Steuern	359
2.7.10.1	Rechnungslegung I	359
2.7.10.2	Rechnungslegung II	361
2.7.10.3	Unternehmensbesteuerung I	363
2.7.10.4	Unternehmensbesteuerung II	365

1 Vorstellung Studiengang

STUDIENGANG			
Kurzform:	BW	SPO-Nr.:	BW/HSAN 20252
Studiengangleitung:	Prof. Dr. Oliver Lehmeier		
Studienfachberatung:	Prof. Dr. Sabrina Wagner		
ECTS:	210		
Regelstudienzeit:	7 Semester		
Teilnahmevoraussetzung:	-		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Der Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft ist eine beschäftigungs- und arbeitsmarktbefähigende grundlegende betriebswirtschaftliche Ausbildung, die die Studierenden für Managementaufgaben in der Wirtschaft bzw. für betriebswirtschaftliche Masterstudiengänge qualifiziert. Ziel des Studiums ist es, Betriebswirte auszubilden, die auf der Grundlage wissenschaftlicher Methoden und Theorien eigenständig praktische Probleme erkennen und lösen können (Fach- und Methodenkompetenz). Dazu werden unter anderem Probleme aus dem aktuellen Geschehen der Berufspraxis analysiert und praktikable Lösungen entwickelt. Das praktische Studiensemester soll die Fähigkeit entwickeln, Aufgaben selbstständig und selbstverantwortlich zu erfassen, darzustellen und zu beurteilen. Das Studienprogramm erhält seine besondere Ausrichtung durch vielfältige Maßnahmen zur Persönlichkeitsentwicklung, eine intensive Sprachausbildung, ausgeprägte Praxisorientierung und die Möglichkeit zur nahtlosen Integration von Studienaufenthalten im Ausland. Den Studierenden wird, aufbauend auf betriebswirtschaftlicher Kernkompetenz, durch die Wahl zweier Studienschwerpunkte eine maßvolle Spezialisierung ermöglicht, ohne dass die Absolventen einseitig auf ein bestimmtes Tätigkeitsfeld festgelegt sind. Zur Verwirklichung dieser Ziele wird von den Studierenden ein überdurchschnittliches Maß an Motivation und Leistungsbereitschaft, sowie Interesse an wirtschaftlichen Fragestellungen erwartet.			
Inhalt:			
Die Regelstudienzeit beträgt sieben Semester mit einem Gesamtvolumen von 210 ECTS-Punkten. Das praktische Studiensemester soll i.d.R. das sechste Studiensemester sein. Das Studium ist in folgende Modul-Gruppen gegliedert: • Allgemeine Pflichtmodule (APM) • Fachspezifische Pflichtmodule (FPM) • Wahlpflichtmodule (WPM) • Studienschwerpunktmodule (StSM) • Pflicht- Studienschwerpunktmodule (StSm P) • Wahl- Studienschwerpunktmodule (StSm W) • Praktisches Studiensemester (PrS) • Bachelorarbeit (BAr) Aus dem Angebot der Studienschwerpunkte sind zwei Studienschwerpunkte zu wählen.			
Abschluss / Akademischer Grad:			
B.A.			

2 Modulbeschreibungen

2.1 Allgemeine Pflichtmodule

2.1.1 Volkswirtschaftslehre			
Modulkürzel:	Volkswirtschaftslehre	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Volkswirtschaftslehre		
Lehrformen des Moduls:	APM: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Volkswirtschaftslehre:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Grundwissen über kollektive Produktions- und Tauschvorgänge, Verständnis für gesellschaftliche Steuerungs- und Allokationsprozesse, Erwerb grundlegender Methodenkompetenz in analytisch-abstraktem Denken. Handlungskompetenz: Urteilsfähigkeit hinsichtlich grundlegender ökonomischer und wirtschaftspolitischer Fragestellungen Sozialkompetenz: Diskursfähigkeit durch selbstständige, analytische und kritische Auseinandersetzung mit den Inhalten			
Inhalt:			
<i>Volkswirtschaftslehre:</i> • Knappheit als zentrales Thema des Wirtschaftens • Arbeitsteilung und Tausch: komparative Vorteile, Effizienzgewinne, Koordinationsfragen und Steuerungsmodelle • Erklärungsansätze zum Angebots- und Nachfrageverhalten • Marktkoordination und ihre Bedeutung für die gesamtwirtschaftliche Allokation			

- Funktionsmängel der Marktsteuerung, die Rolle des Staates in der Sozialen Marktwirtschaft - Beschreiben und Messen von Wirtschaftstätigkeit: Grundbegriffe der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und der Zahlungsbilanz - Optional: exemplarische Fragestellungen der Makroökonomie
Studien- / Prüfungsleistungen:
APM: Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) <i>Volkswirtschaftslehre:</i> Bofinger, P., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, München, aktuelle Auflage Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
MANKIW, Gregory, . <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>, aktuellste Auflage

2.1.2 Wissenschaftlichen Arbeiten			
Modulkürzel:	Wiss. Arbeiten	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Christine Dauth		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wissenschaftliches Arbeiten		
Lehrformen des Moduls:	APM: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Statistik		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Wissenschaftliches Arbeiten:			
Die Studierenden erwerben in dem Modul folgende Kompetenzen:			

Fach- und Methodenkompetenz:

- Entwicklung und Präzisierung von Forschungsfragen
- Recherche hochwertiger wissenschaftlicher Literatur
- Kritische Bewertung, Dokumentation und Verwaltung von Quellen
- Kenntnis wissenschaftlicher Standards: Zitieren, Vermeidung von Plagiaten
- Grundlagen qualitativer und quantitativer Erhebungs- und Auswertungsmethoden

Handlungskompetenz:

- Anwendung der gelernten Methoden auf eigene Fragestellungen
- Eigenständige Planung und Strukturierung wissenschaftlicher Arbeiten
- Praktische Durchführung kleiner empirischer Studien (Befragung, Interview)
- Erstellung und Präsentation eigener Arbeitsergebnisse

Sozialkompetenz:

- Arbeit in Kleingruppen (Peer-Feedback, gemeinsame Recherche, Interviews)
- Reflexion und Diskussion von Arbeitsergebnissen
- Fähigkeit zur konstruktiven Kritik und zum Umgang mit Feedback

Inhalt:

In diesem Modul werden die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens im BWL-Studium vermittelt. Die Studierenden lernen, wie aus einer ersten Idee eine präzise Forschungsfrage entwickelt werden kann. Sie üben relevante Literatur und Daten systematisch in Bibliothekskatalogen und Fachdatenbanken sowie mithilfe moderner KI-Tools zu recherchieren, kritisch zu bewerten und strukturiert zu dokumentieren. Dabei wird auch eingeübt, aus den recherchierten Informationen zentrale Aussagen und Hypothesen abzuleiten und den korrekten Umgang mit Daten sicherzustellen.

Darüber hinaus werden der Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten, unterschiedliche Zitiertechniken sowie die Bedeutung wissenschaftlicher Integrität und die Problematik von Plagiaten behandelt. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der praktischen Anwendung: Die Studierenden erproben Methoden der qualitativen und quantitativen Datenerhebung (z. B. Interviews, Umfragen) sowie grundlegende Ansätze der Auswertung. Damit werden sie schrittweise befähigt, eigenständig empirische Abschlussarbeiten zu konzipieren und durchzuführen.

Studien- / Prüfungsleistungen:

APM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

Bucher, U., Holzweißig, K., & Schwarzer, M. (2024). *Künstliche Intelligenz und wissenschaftliches Arbeiten: ChatGPT & Co.: der Turbo für ein erfolgreiches Studium*. Verlag Franz Vahlen.

<https://doi.org/10.15358/9783800673230>

Buck, I. (2025). *Wissenschaftliches Schreiben mit KI* (1. Auflage). UVK Verlag.

<https://doi.org/10.36198/9783838563657>

Kornmeier, M. (2024). *Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: Für Bachelor, Master und Dissertation* (10., aktualisierte und ergänzte Auflage). UTB. <https://doi.org/10.36198/9783838562070>

Theisen, M. R. (with Theisen, M.). (2024). *Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit* (19., neu bearbeitete Auflage). Verlag Franz Vahlen. <https://doi.org/10.15358/9783800674732>

2.1.3 Statistik

Modulkürzel:	Statistik	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Christine Dauth		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Statistik		
Lehrformen des Moduls:	APM: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Statistik:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden verstehen grundlegende statistischen 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 können statistische Konzepte auf reale Probleme und Fragestellungen anwenden. Sie wissen, wie man eine aussagekräftige Regressionsanalyse durchführt.			
Die Studierenden können R einsetzen, um alle gelernten statistischen Konzepte anhand realer Daten zu berechnen.			
Sozialkompetenz:			
Die Studierenden können Fachtermini korrekt erkennen und die Bedeutung wiedergeben und somit mit anderen Wissenschaftlern über empirische Befunde diskutieren.			

Inhalt:	
<i>Statistik:</i> Die Inhalte der Veranstaltung sind: 1. Statistische Grundbegriffe 2. Parameter eindimensionaler Häufigkeitsverteilungen 3. Korrelationsanalyse und lineare Regression 4. Grundlagen der Datenanalyse mit R (Tidyverse)	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
APM: Schriftliche Prüfung, 60 Minuten, computergestützt im Antwort-Wahl-Verfahren Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• Auer, B. & Rottmann, H. (2020). Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler: Eine anwendungsorientierte Einführung. 4. Auflage. Springer • 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. • Weitere Literatur wird im Unterricht bekanntgegeben.	

2.1.4 Skill Camp I			
Modulkürzel:	Skill Camp I	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier (Koordination) / Prof. Dr. Ina Mai / Dr. Christian-Alexander Gebhard	
Sprache:	Deutsch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	Nur Wintersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Skill Camp I	
Lehrformen des Moduls:	APM: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung	
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	keine	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
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 sowie Analytisches Denken sowie die Sozialkompetenzen Kommunikative Fähigkeiten, Teamfähigkeit sowie Well-Being und Resilienz. 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.		
Inhalt:		
Es werden Kenntnisse in den Methoden- und Sozialkompetenzen praxisnah vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen und ist in fünf Teilbereiche untergliedert: (1) Excel, (2) Analytisches Denken,		

(3) Kommunikative Fähigkeiten, (4) Teamfähigkeit (5) Well-Being und Resilienz.
Studien- / Prüfungsleistungen:
APM: Portfolioprüfung Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Joachim H. Becker, Helmut Ebert, Sven Pastoors : Praxishandbuch Berufliche Schlüsselqualifikationen 1. Aufl. 2018

2.1.5 Skill Camp II			
Modulkürzel:	Skill Camp II	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier (Koordination) / Prof. Dr. Christine Dauth / Prof. Dr. Stefan Slama / Prof. Dr. Michael Müller		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Skill Camp II		
Lehrformen des Moduls:	APM: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Teilnahme am APM Skill Camp I		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
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: Recherche, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz, Präsentationsfähigkeit sowie die Sozialkompetenzen Selbstorganisation und Netzwerkfähigkeit. Gegenüber dem Skill Camp I werden Methodenkompetenzen höher gewichtet im Vergleich zu den Sozialkompetenzen, um insgesamt eine Gleichgewichtung zu erreichen.

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.

Inhalt:

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

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

- (1) Recherche,
- (2) Digitalisierung und Künstliche Intelligenz,
- (3) Präsentationsfähigkeit,
- (4) Selbstorganisation,
- (5) Netzwerkfähigkeit

Studien- / Prüfungsleistungen:

APM: Portfolioprüfung

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

Literatur:

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

2.1.6 Wirtschaftsmathematik

Modulkürzel:	Wirtschaftsmathematik	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wirtschaftsmathematik
Lehrformen des Moduls:	APM: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Wirtschaftsmathematik:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Bereitstellung grundlegender Kenntnisse in der Anwendung von Methoden und Techniken zur Darstellung von ökonomischen Sachverhalten und Zusammenhängen, zur Analyse von ökonomischen Sachverhalten und Zusammenhängen und zur Optimierung und Entscheidung auf der Basis mathematischer bzw. quantitativ-orientierter Ansätze. Handlungskompetenz: Modellanalyse und Lösungsanalyse im Bereich der quantitativen Methoden. Sozialkompetenz: Rahmenbedingungen des Kapitalmarkts; Allokationswirkungen von Optimierungsmaßnahmen.	
Inhalt:	
<i>Wirtschaftsmathematik:</i> - Finanzmathematik (Zins-, Renten-, Tilgungsrechnung) - Analysis (Differentialrechnung mit einer und mit mehreren unabhängigen Veränderlichen, d. h.: Diskussion der bei ökonomischen Anwendungen wichtigsten Funktionen, Extremwertbestimmung ohne und mit Nebenbedingungen; Integralrechnung samt deren ökonomische Anwendungen) - Lineare Algebra (Lineare Gleichungssysteme, Matrizen, Lineare Optimierung)	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
APM: Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Wird zu Beginn bekannt gegeben	

2.1.7 Wirtschaftsdeutsch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer)			
Modulkürzel:	Wirtschaftsdeutsch - mündlich	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Sabine McIntosh, Teresa Junek (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wirtschaftsdeutsch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer)		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Deutschkenntnisse auf Niveau B1+		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Wirtschaftsdeutsch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über angemessene Kommunikationstechniken im mündlichen Bereich für die berufliche Kommunikation. Sie wenden Techniken der Kommunikation erfolgreich an. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die deutsche Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext mündlich anzuwenden, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen und kompetent ihren Berufszielen entsprechend kommunikativ zu handeln. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, interkulturelle Kompetenz.			
Inhalt:			
<i>Wirtschaftsdeutsch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer):</i> - Wiederholung und Ausbau grammatischer und kommunikativer Grundfertigkeiten. - Vorbereiten und Durchführen von Diskussionen (inklusive Gesprächsführung und Gesprächsleitung) und Präsentationen (inklusive Erläutern von Abbildungen) sowie Rollenspiele (z.B. Telefonate). - Aufgreifen von Themen aus der Volks-/Betriebswirtschaftslehre auch in Hinblick auf ihre Besonderheit in Deutschland (z.B. Marketing, Organisation, Personalentwicklung, etc.).			

• Erwerb einer Sprechfertigkeit, die es erlaubt ohne Mühe komplexere Inhalte sowie die eigene Meinung klar und angemessen darzulegen.
Studien- / Prüfungsleistungen:
mündliche Prüfung, 15 Minuten (elektronische Fernprüfung nach § 2 Abs. 3 BayFEV) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Bayerlein, O. (Herausgeber) (2014-2015). Reihe Campus Deutsch – Sprachtraining für das Fachstudium an einer deutschsprachigen Universität. Hueber, Verlag GmbH & Co. KG • Ergänzende aktuelle Materialien in Moodle Skript der/des Lehrbeauftragten

2.1.8 Wirtschaftsdeutsch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer)			
Modulkürzel:	Wirtschaftsdeutsch - schriftlich	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Sabine McIntosh, Budimir Schmidt (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wirtschaftsdeutsch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer)		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Deutschkenntnisse auf Niveau B1+		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Wirtschaftsdeutsch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über angemessene Kommunikationstechniken im schriftlichen Bereich für die berufliche Kommunikation. Sie wenden Techniken der Kommunikation erfolgreich an.			

Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die deutsche Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext mündlich anzuwenden, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen und kompetent ihren Berufszielen entsprechen kommunikativ zu handeln. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, interkulturelle Kompetenz.	
Inhalt:	
<i>Wirtschaftsdeutsch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer):</i> • Verfassen von Geschäftsbriefen • Einüben verschiedener Strategien für das Erfassen, vertiefte Verstehen und Bearbeiten inhaltlich anspruchsvoller Fachtexte aus Lehrbüchern, Fachzeitschriften, dem Wirtschaftsteil von Zeitungen bzw. wirtschaftsrelevanten Veröffentlichungen von staatlichen Organen bzw. Verbänden. • Aufgreifen von Themen aus der Volks-/Betriebswirtschaftslehre auch in Hinblick auf ihre Besonderheit in Deutschland (z.B. Wirtschaftspolitik und -struktur, Arbeitsmarkt, internationale Kooperation etc.)	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
schriftliche Prüfung, 90 Minuten <i>Wirtschaftsdeutsch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld (für Bildungsausländer):</i> Vorraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• Eismann, V. (2010). Erfolgreich in der geschäftlichen Korrespondenz. Cornelsen • Ergänzende aktuelle Materialien in Moodle Skript der/des Lehrbeauftragten	

2.1.9 Wirtschaftsenglisch - Oral Communication Skills			
Modulkürzel:	Wirtschaftsenglisch - Oral	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh, Lynne Gabbey (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wirtschaftsenglisch - Oral Communication Skills
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	B2
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Wirtschaftsenglisch - Oral Communication Skills:</i> Fachkompetenz 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. Sozialkompetenz: • Verständnis von interkulturellen Faktoren und Verhaltenskodizes Entwicklung von Arbeitsmethoden durch Gruppen- und Paararbeit, Online- und Einzelstudien	
Inhalt:	
<i>Wirtschaftsenglisch - Oral Communication Skills:</i> 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) • Organisieren oder Leiten einer Debatte oder Diskussion und Darlegen der eigenen Meinung in Geschäftssituationen (Meetings) • Fähigkeit, schwierige und komplexe Sachverhalte zu verstehen und sie zusammenfassend wiederzugeben (Telephoning) • Aufbau, Erstellen und Halten einer Präsentation • Interpretieren und Erklären von Schaubildern und Diagrammen (Charts)	

Studien- / Prüfungsleistungen:
mündliche Prüfung, 15 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
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

2.1.10 Wirtschaftsenglisch - Written Communication Skills			
Modulkürzel:	Wirtschaftsenglisch - Written	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh, Dr. Christian Alexander Gebhard, Andrea Gilg (durchführend)		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wirtschaftsenglisch - Written Communication Skills		
Lehrformen des Moduls:	SU – seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Englischkenntnisse gemäß dem Europäischen Referenzrahmen Niveau B2/C1		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Wirtschaftsenglisch - Written Communication Skills:			
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 Soziale Kompetenz: - Sensibilisierung für interkulturelle Unterschiede und Vielfalt
Inhalt:
<i>Wirtschaftsenglisch - Written Communication Skills:</i> - Wiederholung und Festigung der grammatikalischen Kenntnisse und besondere Berücksichtigung der syntaktischen Strukturen - Erweiterung der grundlegenden Sprachkenntnisse und -fertigkeiten - 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 späteren Berufslebens andererseits. Das Verfassen von Geschäftsbriefen in englischer Sprache ist ein wesentliches Ziel dieses Kurses. - Kenntnis der international verwendeten Terminologie (INCOTERMS)
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• WESSELS, Dieter, 2015. <i>Advanced commercial correspondence B2/C1</i>. 1. Auflage. Berlin: Cornelsen. ISBN 978-3-464-02790-5 • Skript „Written Communication Skills“ (67 S.) • Ergänzende aktuelle Materialien in Moodle

2.1.11 Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld			
Modulkürzel:	Wirtschaftsspanisch - mündlich	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld
Lehrformen des Moduls:	Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Spanisch B1+
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über angemessene Kommunikationstechniken im mündlichen Bereich für die berufliche Kommunikation. Sie sind mit Gepflogenheiten mündlicher Kommunikation in internationalen Wirtschaftsbeziehungen der spanischsprachigen Welt vertraut. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die spanische Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext mündlich anzuwenden, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen und kompetent ihren Berufszielen entsprechen kommunikativ zu handeln. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, interkulturelle Kompetenz.	
Inhalt:	
<i>Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i> Wiederholung und Ausbau grammatischer und kommunikativer Grundfertigkeiten (Vergangenheiten, Subjuntivo, Verbkonjugationen, Verbalperiphrasen). Vorbereiten und Durchführen von Diskussionen (inklusive Gesprächsführung und Gesprächsleitung) und Präsentationen (inklusive Erläutern von Abbildungen) sowie Rollenspiele (z. B. Telefonate). Aufgreifen von Themen aus der Volks-/Betriebswirtschaftslehre auch in Hinblick auf ihre Besonderheit für ein spanischsprachiges Land (z. B. Marketing, Organisation, Personalentwicklung, etc.) Erwerb einer Sprechfertigkeit, die es erlaubt ohne Mühe komplexere Inhalte sowie die eigene Meinung klar und angemessen darzulegen.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
mündliche Prüfung, 15 Minuten	

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

2.1.12 Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld			
Modulkürzel:	Wirtschaftsspanisch - Schriftlich	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Spanisch B1+		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über situationsangemessene Kommunikationstechniken im schriftlichen Bereich für die berufliche Kommunikation. Sie sind mit Gepflogenheiten schriftlicher Kommunikation in internationalen Wirtschaftsbeziehungen der spanischsprachigen Welt vertraut. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die spanische Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext schriftlich anzuwenden, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen und kompetent ihren Berufszielen entsprechend kommunikativ zu handeln. Sie folgen dem aktuellen Zeitgeschehen der spanischsprachigen Welt. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, interkulturelle Kompetenz.			

Inhalt:
<i>Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i> Verfassen von Geschäftsbriefen Einüben verschiedener Strategien für das Erfassen, vertiefte Verstehen und Bearbeiten inhaltlich anspruchsvoller Fachtexte aus Lehrbüchern, Fachzeitschriften, dem Wirtschaftsteil von Zeitungen bzw. wirtschaftsrelevanten Veröffentlichungen von staatlichen Organen und Verbänden Wiederholung und Vertiefung der in den Spanischkursen eingeführten Grammatik (v. a. Vergangenheiten, Kongruenz) und Erwerb komplexerer Strukturen (v.a. Subjuntivo, Bedingungssätze, Verbalperiphrasen) Aufgreifen von Themen aus der Volks-/Betriebswirtschaftslehre in Hinblick auf ihre Besonderheit für ein spanischsprachiges Land (z. B. Wirtschaftspolitik und -struktur, Arbeitsmarkt, internationale Kooperation etc.)
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8 c APO) <i>Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Skript

2.1.13 Digitalisierung und angewandte Künstliche Intelligenz			
Modulkürzel:	Digit. u. angew. KI	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jens-Henrik Söldner
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Digitalisierung und angewandte Künstliche Intelligenz
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Digitalisierung und angewandte Künstliche Intelligenz:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über Grundlagenwissen im Bereich Wirtschaftsinformatik, welches sie u.a. zur Teilnahme an weiterführenden Lehrveranstaltungen befähigt. Die Studierenden besitzen ein grundlegendes Verständnis wichtiger Einsatzgebiete der IT in einer Organisation und kennen ausgewählte Problemstellungen und Lösungsansätze der Wirtschaftsinformatik dafür. Darauf aufbauend verfügen die Studierenden über die Fähigkeit an der Definition von fachbezogenen Anforderungen an die IT-Unterstützung mitzuwirken. Handlungskompetenz: Die Studierenden können einfache IT-bezogene Anforderungen in den behandelten Bereichen selbständig definieren. Sie besitzen zudem die Fähigkeit sich eigenständig in einfach IT-bezogene Fachfragen zielgerichtet einzuarbeiten. Die Studierenden können bei der Auswahl von Geräten bzw. Lösungsstrategien, Methoden oder Konzepten aktiv mitwirken um den Geschäftsbetrieb einer Organisation mit IT optimal zu unterstützen Sozialkompetenz: Aufbauend auf Ihren Erfahrungen in der Lehrveranstaltung besitzen die Studierenden die Fähigkeit einfache IT-bezogene Fachprobleme in Kleingruppen zu diskutieren und eigene Lösungsvorschläge im Kollegenkreis zielgerichtet zu vermitteln. Sie kennen die grundlegenden Denkmuster von (Wirtschafts-)InformatikerInnen und können so an anwendungsorientierten IT-Fachgesprächen teilnehmen.	
Inhalt:	
<i>Digitalisierung und angewandte Künstliche Intelligenz:</i> • Grundsätzlicher Aufbau und Arbeitsweise von DV-Anlagen und Peripheriegeräten. • Modellbegriff und Modellbildung • Zahlensysteme (Dual, Oktal, Dezimal und Hexadezimal) und Umrechnung • Elementare und komplexe Datentypen, Zeichensätze, Datenmodelle von Datenbanksystemen, insb. das relationale Datenmodell • Information Retrieval, Suchstrategien, Problemstellung	

• Unterschied Systemsoftware, Entwicklungssoftware und Anwendungssoftware • Grundlegende Arten der und Tools bei der Softwareentwicklung, Überblick über die Entwicklung und Typen von Programmiersprachen
Studien- / Prüfungsleistungen:
APM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.2 Fachspezifische Pflichtmodule

2.2.1 Grundlagen der Betriebswirtschaft			
Modulkürzel:	Gdl. Betriebswirtschaft	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Skripek / Dr. Andreas Boettger (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Grundlagen der Betriebswirtschaft		
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Kurzbeschreibung			

Im Modul Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre machen Sie sich mit einer generellen Einordnung der Betriebswirtschaftslehre und einer Betrachtung von Unternehmen vertraut. Darauf aufbauend beschäftigen Sie sich mit grundlegenden Entscheidungen für Unternehmen sowie der Zielbildung in Unternehmen.

Fachkompetenz und Methodenkompetenz:

Grundwissen über betriebswirtschaftliche Zusammenhänge erlangen. Grundlegendes Verständnis und Entscheidungskompetenz in den konstitutiven Fragestellungen eines Unternehmens sowie einen Überblick über die klassischen Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre erlangen.
Erwerb grundlegender Methodenkompetenz in analytisch-abstraktem Denken sowie erste Anwendung des Erlernten in kleineren Case Studies

Sozialkompetenz:

Diskursfähigkeit mittels selbstständigem, analytischen und kritischen Denken. Handlungskompetenz: Urteilsfähigkeit hinsichtlich grundlegender betriebswirtschaftlicher Fragestellungen und Zusammenhänge erlangen. Die wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Rolle der Unternehmen einordnen können.

Inhalt:

Die Studierenden beurteilen konkrete unternehmerische Situationen und Fragestellungen.

Inhalte

- I.) Einführung a. Definition BWL & Einordnung BWL in die Wissenschaft → Entwicklung der BWL (H → Ausblick
- b. Ökonomisches und erwerbswirtschaftliches Prinzip Spannungsdreieck
- c. Betriebliche Prozesse
- d. Unternehmensumwelt/ Stakeholder
- II.) Konstitutive Entscheidungen für Unternehmen
 - a. Rechtsformen/ Mitbestimmung
 - b. Standortwahl / Grundlagen der Internationalisierung
 - c. Unternehmensverbindungen
 - d. Organisation
- III.) Unternehmensziele und Unternehmensführung
 - a. Zielfindung/ Zielinhalte/ Zielbewertung
 - b. Strategischer Management Prozess - Marktorientiert - Ressourcenorientiert -Umweltorientiert – SWOT

Studien- / Prüfungsleistungen:

FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

Camphausen, B. (Hrsg.) et al. (2011): Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Bachelor Kompaktwissen, München. <neueste Auflage>

Olfert, K./ Rahn, H. (2013): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 11. Auflage, Herne. <neueste Auflage>

Schierenbeck, H./ Wöhle, C. (2012): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 18. Auflage, München. <neueste Auflage>

Straub, T. (2011): Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München. <neueste Auflage>

Wöhe, G./ Döring, U. (2013): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25. Auflage, München. <neueste Auflage>

Wöhe, G./ Kaiser, H./ Döring, U. (2013): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, München. <neueste Auflage>

2.2.2 Unternehmensführung

Modulkürzel:	Unternehmensführung	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Unternehmensführung		
Lehrformen des Moduls:	FPM: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Das Modul sollte erst gegen Ende Ihres Studiums belegt werden, wenn Sie über grundlegende Kenntnisse in den zentralen Fachgebieten der Betriebswirtschaft – von Marketing über Organisation bis Controlling und weitere – verfügen.		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Dieses Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse in Unternehmensführung bzw. Management.			
Fach- und Methodenkompetenz: Kenntnis der Managementtheorie, wesentlicher Konzepte des strategischen Managements sowie Entscheidungstheorie, Leadership, operative Unternehmensplanung und -steuerung.			
Handlungskompetenz: Fähigkeit zur Anwendung von theoretischem Wissen zur Unternehmensführung in einer Managementtätigkeit. Analyse der strategischen Positionierung eines Unternehmens und Entwicklung strategischer Optionen. Schließen der Brücke zur Umsetzung in Form von Zielsystemen.			
Sozialkompetenz: Leadership.			

Inhalt:
Unternehmensführung, konkret: wesentliche Aspekte der Managementtheorie, Strategie, Entscheidungsfindung, Führung / Leadership, integrierte Unternehmensplanung.
Sie beschäftigen sich in diesem Modul intensiv mit der Theorie zu Management bzw. Unternehmensführung sowie Strategie und Leadership ebenso wie zum Treffen von Managemententscheidungen. Das Modul vermittelt Ihnen die Kenntnisse und Fähigkeiten, die Sie zum Führen eines Unternehmens brauchen.
Sie führen eine Strategische Analyse für ein ausgewähltes Unternehmen durch und entwickeln strategische Optionen für die Erreichung einer nachhaltigen Steigerung im Unternehmenswert. Im Rahmen von behandelter Theorie ebenso wie in Form von von Ihnen durchgeführten Referaten, beschäftigen Sie sich mit wichtigen Konzepten aus der strategischen Managementliteratur.
Sie lernen zentrale Aspekte der Organisation als Brückenfunktion zwischen strategischen Zielen und der Umsetzung kennen, die Bedeutung von Kultur, und Sie beschäftigen sich mit Leadership sowie Konzepten aus der strategischen und operativen Unternehmensplanung.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten. Durchführung Referat für Prüfung dringend zu empfehlen. Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Rumelt, R. (2011) Good strategy – bad strategy. Crown Business Bob de Wit & Ron Meyer (2014) Strategy – An International Perspective. Cengage Schreyögg, G. & Koch, J. (2020) Management – Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen - Fallstudien . Springer Weitere Literatur wird im Modul bekanntgegeben.

2.2.3 Einkauf, Produktion und Logistik			
Modulkürzel:	Einkauf, Produktion, Logistik	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Torsten Winterwerber
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Einkauf, Produktion und Logistik
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Einkauf, Produktion und Logistik:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen fundiertes Fachwissen in den Bereichen Einkauf, Produktion und Logistik, und beherrschen grundlegende wissenschaftlicher Konzepte und Methoden in diesen Bereichen. Sie kennen die wichtigsten Ziele und Aufgabenstellungen des industriellen Produktions-managements, und haben Verständnis für die grundlegenden Abläufe des Produktionsmanagements. Sie kennen die wichtigsten Methoden und Entscheidungshilfen zur Lösung von Einkaufs-, Produktions- und Logistikproblemen. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage einfache Aufgabenstellungen aus dem Themengebiet selbstständig zu lösen und einfache Fragestellungen zu beurteilen. Sozialkompetenz: Die Studierenden haben die Fähigkeit zur Lösung von Aufgabenstellungen in Kleingruppen. und besitzen Kenntnisse über nicht-ökonomische Ziele produktionswirtschaftlicher Betätigung, insbesondere Sozial- und Umweltziele	
Inhalt:	
<i>Einkauf, Produktion und Logistik:</i> Im Modul Einkauf, Produktion und Logistik werden Grundlagen der betrieblichen Leistungserstellung erläutert und Kenntnisse in den Bereichen Einkauf, Produktion und Logistik vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit praktischen Übungen Die Inhalte sind: Teil I • Grundlagen der betrieblichen Leistungserstellung • Betriebliche Leistungserstellung • Transformationsebenen im Unternehmen	

- Faktorbetrachtung
- Prozessbetrachtung

Teil II

- Beschaffung
- Das Aufgabenfeld der Beschaffung
- Die Bedarfsermittlung
- Die Beschaffungsmarktforschung
- Make or Buy
- Die Bestellung
- Lieferantenmanagement

Teil III

- Produktion
- Arbeitsplanung und -steuerung
- Der Produktionsprozess
- Klassifikation von Produktionsprozessen
- Produktionsmanagement
- Schlanke Produktion

Teil IV

- Logistik
- Bestandsmanagement
- Lagerhaltungsmodelle
- Lagerhaltung
- Transport

Studien- / Prüfungsleistungen:

FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- KUMMER, Sebastian, Oskar GRÜN und Werner JAMMERNEGG, 2013. *Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik*. 3. Auflage. München: Pearson. ISBN 978-3-86326-702-5
- EHRMANN, Harald, 2017. *Logistik*. 9. Auflage. Herne: Kiehl. ISBN 978-3-470-47599-8, 3-470-47599-7
- KOETHER, Reinhard, 2018. *Taschenbuch der Logistik*. 5. Auflage. München: Fachbuchverlag Leipzig im Carl Hanser Verlag. ISBN 978-3-446-45414-9, 3-446-45414-4
- SCHULTE, Christof, 2017. *Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain*. 7. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5118-4, 3-8006-5118-1

- SCHUH, Günther, , Band 62013. *Handbuch Produktion und Management*. 2. Auflage. Berlin: Springer. ISBN 978-3-642-28991-0, 978-3-642-28992-7
- HEISERICH, Otto-Ernst, Klaus HELBIG und Werner ULLMANN, 2011. *Logistik: eine praxisorientierte Einführung*. 4. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1852-9, 3-8349-1852-0
- CORSTEN, Hans und Ralf GÖSSINGER, 2016. *Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement*. 14. Auflage. Berlin: De Gruyter Oldenbourg. ISBN 978-3-11-045277-8, 3-11-045277-4

2.2.4 Organisation

Modulkürzel:	Organisation BW	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Organisation		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfohlenes Semester: 1 und 2		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Organisation:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Kenntnisse der Aufgabengebiete und Ziele von Organisation als Managementfunktion; Instrumente der Aufbau- und Prozessorganisation kennen und anwenden; Grundlagen des Change Management. Handlungskompetenz: Grundlegende organisatorische Fragestellungen analytisch und systematisch betrachten und bewerten sowie Instrumente und Techniken zu deren Lösung anwenden können. Transferkompetenz auf neue Unternehmensszenarien. Sozialkompetenz: Organisatorisches Handeln im Gesamtzusammenhang und als ganzheitliche Aufgabe unter Einbeziehung der beteiligten Menschen verstehen. Kommunikationskompetenz durch Gruppenarbeiten und Präsentationen.			

Inhalt:
<i>Organisation:</i> • Überblick über das Gebiet der Organisation und die betriebliche Einordnung • Organisation als Managementaufgabe • Grundlagen der Aufbau- und Prozessorganisation sowie der wesentlichen Organisationsprinzipien • Formale und informale Beziehungen • Organisationsprozess und Kontinuierliche Verbesserung (KVP) • Methoden und Techniken als „Werkzeugkasten“ zur organisatorischen Gestaltung • Organisation im Wandel, Grundzüge des Change Management
Studien- / Prüfungsleistungen:
FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8 c APO) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• VAHS, Dietmar, . <i>Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch</i>. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH. ISBN 978-3-7910-4283-1 • KLIMMER, Matthias, . <i>Unternehmensorganisation: eine kompakte und praxisnahe Einführung mit Online-Training</i>. Herne: NWB Verlag. ISBN 978-3-482-54975-5, 3-482-54975-3 • SCHMIDT, Götz und Axel-Bruno NAUMANN, . <i>Organisation und Business Analysis - Methoden und Techniken</i>. Gießen: Dr. Götz Schmidt. ISBN 978-3-945997-23-9

2.2.5 Betriebliche Steuern			
Modulkürzel:	Betriebliche Steuern	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Betriebliche Steuern
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren des fachspezifischen Pflichtmoduls Buchführung und Bilanzierung
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Betriebliche Steuern:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können grundlegende Begriffe aus der Betrieblichen Steuerlehre definieren und die einzelnen Steuerarten voneinander abgrenzen. Sie verstehen, welche Auswirkungen unternehmerische Entscheidungen auf Betriebliche Steuern haben können. Im Bereich der Ertragsteuern lernen die Studierenden die Grundzüge des Einkommensteuerrechts kennen und sind in der Lage, zwischen unbeschränkter und beschränkter Steuerpflicht zu unterscheiden. Sie können die Steuerarten benennen, denen gewerbliche Einzelunternehmen unterliegen, sowie die einkommenssteuer- und gewerbsteuerlichen Bemessungsgrundlagen in Grundzügen ermitteln und die Steuerschuld berechnen. Sie können die Steuerarten wiedergeben, denen Kapitalgesellschaften und ihre Gesellschafter unterliegen. Sie verstehen, wie die körperschaftsteuerlichen und die gewerbsteuerlichen Bemessungsgrundlagen einer Kapitalgesellschaft in Grundzügen ermittelt werden. Aus dem Bereich des Umsatzsteuerrechts können die Studierenden die grundlegenden Vorschriften der nationalen Umsatzbesteuerung verstehen und anwenden. Sie sind in der Lage die Steuerbarkeit und die Steuerpflicht einer im Inland ausgeführten Leistung zu prüfen, die Umsatzsteuer zu ermitteln und den Steuerschuldner zu benennen. Sie verstehen die Grundlagen des Vorsteuerabzugs. Handlungskompetenz: Die Studierenden erlangen einen Überblick über das deutsche Besteuerungssystem von Unternehmen. Sie erkennen Einflussfaktoren von betrieblichen Entscheidungen und entwickeln ein Problembewusstsein für steuerlich relevante Fragestellungen. Ertragsteuerliche und umsatzsteuerliche Regelungen werden anhand von Übungsfällen und Fallstudien vertieft. Die Studierenden trainieren dabei, grundlegende Sachverhalte steuerlich zu beurteilen und können das erworbene Wissen auf Fragestellungen in der Praxis übertragen. Sozialkompetenz:	

Im Lauf der Veranstaltung finden regelmäßig Gruppenarbeiten statt, wodurch die Studierenden ihre Teamfähigkeit, Argumentations- und Konfliktfähigkeit trainieren. Die Präsentation der gefundenen Ergebnisse schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.	
Inhalt:	
<i>Betriebliche Steuern:</i> Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen; Gastvorträge werden angeboten. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: 1. Einführung in die Betriebliche Steuerlehre 2. Unternehmerische Entscheidungen und ihre Auswirkungen auf Betriebliche Steuern 3. Einkommensteuer in Unternehmen 4. Besteuerung gewerblicher Einzelunternehmen 5. Besteuerung von Kapitalgesellschaften 6. Grundlagen des steuerlichen Rechtsformvergleichs 7. Grundlagen der nationalen Umsatzbesteuerung	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• Kußmaul, Heinz: Steuern – Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre • Lutz, Karl: Steuerlehre • Pandow, Jordan / Schwarzbach, Marita: Betriebliche Steuerpraxis • Stobbe, Thomas: Steuern Kompakt Jeweils aktuelle Auflage	

2.2.6 Marketing			
Modulkürzel:	Marketing	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	

Modulverantwortliche(r):	Dr. Jürgen Rippel
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Marketing
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Marketing:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erlangen Kenntnisse über die Grundlagen des Marketings. Sie bekommen einen Überblick über die Aktivitäten der Marktforschung. Sie verstehen die Bedeutung von Marketing-Konzeptionen und deren Aufbau. Handlungskompetenz: Die Studierenden kennen das Marketing-Mix von Unternehmen und sind in der Lage, Aktionen zu gestalten und zu beurteilen. Sozialkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die Marketing-Aktivitäten kritisch zu beurteilen und werden an ein sozial verantwortliches Handeln herangeführt.	
Inhalt:	
<i>Marketing:</i> Kenntnisse der Grundlagen des Marketings • Orientierungsansätze zur Führung eines Unternehmens • Marketing Begriff und Merkmale • Aufgaben des Marketing-Managements, Marketing-Instrumente, M-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 Bedeutung von Marketing-Konzeptionen	

- Beispiel Konsumgüter, Industriegüter, Dienstleistung
- Wirtschaftszweigbezogene Besonderheiten, Strategische und operative Entscheidungen, Internationales Marketing.

Die Studierenden erlernen die Grundlagen eines kreativen, systemischen und nachhaltigen Marketings.

Die Strukturierung der Veranstaltung erfolgt mit Hilfe des Phasenmodells cream5

Im Einzelnen umfasst das Modell die Phasen: Message, Matching, Mining, Moving, Mission.

Die Ausbildungsinhalte in den Phasen orientierten sich an den Marketinganforderungen von morgen. Bestehendes Wissen wird mit Kreativität und Intuition weiter entwickelt.

Studien- / Prüfungsleistungen:

FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8 c APO)

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

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.2.7 Nachhaltigkeit und Innovation

Modulkürzel:	Nachhaltigkeit und Innovation	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Nachhaltigkeit und Innovation		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfohlenes Semester: 1 und 2		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Nachhaltigkeit und Innovation: Die Studierenden ...			

- verstehen zentrale Begriffe und Konzepte von Nachhaltigkeit (ökologisch, ökonomisch, sozial) und Innovation in wirtschaftlichen Zusammenhängen.
- erkennen Innovationspotenziale, die sich aus Nachhaltigkeitsanforderungen ergeben (z.B. Produkte, Prozesse, Geschäftsmodelle).
- können Innovationsprozesse auf ihre Nachhaltigkeit hin analysieren und bewerten.
- sind in der Lage, Strategien zu entwickeln, wie Unternehmen Innovation gezielt einsetzen können, um nachhaltiger zu wirtschaften.
- kennen Methoden und Instrumente zur Implementierung nachhaltiger Innovationen und können konkrete Maßnahmen und Geschäftsmodelle entwerfen.

Fach- und Methodenkompetenz:

Verständnis für nachhaltige Innovationen und deren Bedeutung für Unternehmen, Fähigkeit zur Anwendung einschlägiger Analyse- und Bewertungsmethoden, Anwendung von Instrumenten wie Lebenszyklusanalyse, Stakeholder-Analyse, Innovationsportfolio-Methoden etc.

Handlungskompetenz:

Selbstständiges Planen und Durchführen eines Innovationsprojekts, Verantwortung für Nachhaltigkeitsaspekte übernehmen, Fähigkeit zum nachhaltigen Entscheiden

Sozialkompetenz:

Teamarbeit, interdisziplinäre Perspektiven, ethische Reflexion, Stakeholder-Kommunikation

Inhalt:

Nachhaltigkeit und Innovation:

- Grundlagen der Nachhaltigkeit: Definitionen, Dimensionen, globale Herausforderungen, CSR (Corporate Social Responsibility)
- Innovationstheorien und Innovationsmanagement: Prozesse, Akteure, Treiber & Barrieren
- Nachhaltige Innovation: Prinzipien und Charakteristika
- Strategien zur Integration von Nachhaltigkeit und Innovation in Unternehmen
- Methoden und Instrumente: Life-Cycle-Assessment, Ökobilanz, Ökoeffizienz, Cradle-to-Cradle, Kreislaufwirtschaft, Nachhaltigkeitsberichterstattung, CSR-Reporting, Green Knowledge Management
- Change Management, Kommunikation, Markenführung und Stakeholdermanagement bei nachhaltigen Innovationen
- Praxisprojekt: Entwicklung eines nachhaltigen Innovationsvorhabens für ein reales oder fiktives Unternehmen

Studien- / Prüfungsleistungen:

FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren)

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

Literatur:

Vladimir Preveden: Nachhaltigkeit als strategischer Wettbewerbsvorteil: Chancen durch systematisches Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen nutzen, aktuelle Auflage

Dietmar Vahs, Alexander Brem, Christian Oswald: Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, aktuelle Auflage

Markus Bodemann, Vanessa Just, Annemarie Paul, Jasmin Weber: Innovative Nachhaltigkeit oder Nachhaltige Innovation: Wechselwirkungen zwischen Digitalisierung, Technologien und nachhaltiger Unternehmenspraxis, aktuelle Auflage

Erich J. Schwarz (Hrsg.): Nachhaltiges Innovationsmanagement, aktuelle Auflage

Christian Schlimok, Bastian von Lehsten: Durch Markenführung und Innovation zu mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen: Wie Sie Nachhaltigkeit bei gleichzeitigem wirtschaftlichen Erfolg erreichen, aktuelle Auflage

Astrid Nelke: Kommunikation und Nachhaltigkeit im Innovationsmanagement von Unternehmen: Grundlagen für die Praxis, aktuelle Auflage

2.2.8 Finanz- und Investitionswirtschaft			
Modulkürzel:	Finanz- und Investitionswirtschaft	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler (verantwortl.) / Herr Ekama (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Finanz- und Investitionswirtschaft		
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Finanz- und Investitionswirtschaft:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Kenntnis der Grundlagen betrieblicher Finanzwirtschaft sowie der Arten, Besonderheiten und des Stellenwerts finanzwirtschaftlicher Entscheidungen. Vertrautheit mit der Problemstellung bei Investitionen sowie Kenntnis ausgewählter Methoden der Investitionsrechnung. Überblick über die Interdependenzen von Finanzierungs- und Investitionsentscheidungen Handlungskompetenz: Verfahren der Investitionsrechnung und die unterschiedlichen Finanzierungsmöglichkeiten auf unterschiedliche wirtschaftliche Fragestellungen anwenden können Sozialkompetenz: Die Verfahrensweise von Unternehmen im gesamtwirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Zusammenhang beurteilen können			
Inhalt:			
<i>Finanz- und Investitionswirtschaft:</i> 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, Finanzierungersatz, 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).

Studien- / Prüfungsleistungen:

FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

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

2.2.9 Projektmanagement

Modulkürzel:	Projektmanagement	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dominik Kögel
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Projektmanagement
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Das Modul kann als Fortgeschrittenenmodul studiert werden, wenn bereits Vorkenntnisse vorliegen – etwa aus einem bereits belegten Grundlagenmodul zu Projektmanagement. In diesem Fall bietet dieses Modul nützliche Verfeinerungen und Erweiterungen bisheriger Kenntnisse. Das Modul ist jedoch auch ohne Vorkenntnisse studierbar.
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Projektmanagement:</i> Projektmanagement ist eine Schlüsselkompetenz für Unternehmen und Führungskräfte. Die Fähigkeit, komplexe Vorhaben – seien es neue Produktentwicklungen oder organisatorische Veränderungen – im Termin, im Budget und in der gefragten Qualität umsetzen zu können, bestimmt über Erfolg und Misserfolg. In diesem Modul werden Ihnen die entsprechenden Kenntnisse in professionellen Projektmanagementmethoden – basierend auf international anerkannten Standards – vermittelt. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf der Anwendung von Projektmanagement in der Praxis. Zudem in modernen Methoden des Projektmanagements (insbes. auch Agiles Projektmanagement, Scrum) sowie Project Leadership (also Soft Skills für Projektmanagement). Das Modul kann auch studiert werden, wenn bereits Vorkenntnisse – etwa aus einem bereits belegten Grundlagenmodul zu Projektmanagement – vorliegen. In diesem Fall bietet dieses Modul nützliche Verfeinerungen und Erweiterungen bisheriger Kenntnisse. Das Modul ist jedoch auch ohne Vorkenntnisse studierbar. Zudem recherchieren Sie eigenständig relevantes Detailwissen zu den wichtigen Aspekten des Projektmanagements. Projektmanagement als überaus praktische Fachdisziplin ist praxisnah. Im Modul werden daher Fragestellungen aus der Praxis für die Praxis bearbeitet. Fach- und Methodenkompetenz: Kenntnis der wesentlichen Projektmanagementmethoden, basierend auf internationalen Standards, z.B. GPM/IPMA, PMI, PRINCE2, Scrum. Handlungskompetenz: Fähigkeit zur Anwendung von modernen Projektmanagementmethoden in realen Projektsituationen. Fähigkeit zur Recherche relevanten Wissens aus Literatur und Projektmanagement-Standards. Eigenständiger Erwerb von relevantem Fach- und Kontextwissen.	

Sozialkompetenz: Entwicklung von Sozialkompetenz im Projekt, insbesondere Führungskompetenzen, Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit.
Inhalt: Die Inhalte der Veranstaltung umfassen den Aufbau technischer, Verhaltens- und Kontextkompetenzen rund um das Thema Projektmanagement sowie eigene Recherchetätigkeit. Im Rahmen des Moduls werden in Teams Aufgaben aus realen Projekten simuliert. Auf fortgeschrittene und aktuelle Themen im Projektmanagement wird eingegangen.
Studien- / Prüfungsleistungen: FPM: Studienarbeit + Präsentation Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: Timminger, H. (2017): Modernes Projektmanagement. Wiley, Hoboken Roock, S. und Wolf H. (2018): Scrum verstehen und erfolgreich einsetzen. dpunkt.verlag Weitere Literatur i.R. selbständiger Literaturrecherche. Empfohlen u.a.: Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. GPM (Hrsg.) (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement. 1. Auflage, GPM, Nürnberg Kerzner, H. (2017) Project Management: a Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. 12 th Edition. Wiley, Hoboken. Axelos (2017) Managing Successful Projects with PRINCE2. 6th Edition. The Stationary Office. PMI (2017) A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK). 6 th Edition. Project Management Institute.

2.2.10 Personalführung			
Modulkürzel:	Personalführung	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Personalführung
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Personalführung:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Kenntnis der Bedeutung der Human Resources für das Unternehmen. Überblick über die personalwirtschaftlichen Funktionsfelder und Aufgaben. Handlungskompetenz: Grundlegende Sachverhalte aus dem Bereich Human Resources verstehen und bearbeiten. Sozialkompetenz: Basiskompetenzen der Personalführung, insbesondere Kommunikationsfähigkeit und Teamfähigkeit	
Inhalt:	
<i>Personalführung:</i> Im Modul Personalführung werden grundlegende Kenntnisse des Bereichs Human Resource Management vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen. Themenfelder Personalführung: • Ziele, Aufgaben und Funktionsbereiche • Entwicklungstendenzen in der Personalpolitik • Personalbedarfsplanung • Personalbeschaffung • Personaleinsatz und –verwaltung • Entlohnung	

- Personalentwicklung
- Personalführung
- Personalabbau
- Personalcontrolling

Studien- / Prüfungsleistungen:

FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

Bröckermann, Reiner (aktuellste Auflage): Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für das Human Resource Management, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel Verlag

Lindner-Lohmann, Doris, Lohmann, Florian und Schirmer, Uwe (aktuellste Auflage): Personalmanagement. Lehrbuch Reihe BA kompakt. Berlin: Springer

Jung, Hans (aktuellste Auflage): Personalwirtschaft. München: Oldenbourg

Jung, Hans (aktuellste Auflage): Arbeits- und Übungsbuch Personalwirtschaft. München: Oldenbourg

Stock-Homburg, Ruth, Groß, Matthias (aktuellste Auflage): Personalmanagement: Theorien-Konzepte-Instrumente. Wiesbaden: Springer Gabler

2.2.11 Buchführung und Bilanzierung

Modulkürzel:	Buchführung und Bilanzierung	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Buchführung und Bilanzierung
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Buchführung und Bilanzierung:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Einen Einblick in die Grundlagen der doppelten Buchführung sowie in die Rechnungslegung nach HGB erhalten. Handlungskompetenz: Laufende Buchungen aus verschiedenen Geschäftsbereichen vornehmen, Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung aus der laufenden Buchhaltung ableiten und erstellen können. Sozialkompetenz: (In einem Team) bei der Erstellung von Jahresabschlüssen mitwirken können, (veröffentlichte) Jahresabschlüsse (für Dritte) interpretieren können.	
Inhalt:	
<i>Buchführung und Bilanzierung:</i> Grundlagen: Erstellung von Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung (Jahresabschluss): Aufbau sowie Ableitung von Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung aus der Buchhaltung. Verbuchung der wichtigsten Geschäftsvorfälle (getrennt nach den verschiedenen Unternehmensbereichen); Buchungen im Rahmen der Jahresabschlusserstellung (Wesentliche Regelungen zur Bilanzierung und Bewertung nach HGB). Überblicksartige Einführung in die International Financial Reporting Standards (IFRS).	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Wird zu Beginn bekannt gegeben	

2.2.12 Controlling und Kostenmanagement			
Modulkürzel:	Controlling und Kostenmanagement	Modul-Nr.:	FPM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	2	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller (verantwortl.), Dr. Christoph Feichtinger (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	FPM: Controlling und Kostenmanagement		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Controlling und Kostenmanagement:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Erlangung von Kenntnissen der wesentlichen Kostenrechnungsverfahren Handlungskompetenz: Anwendung von Lösungsansätzen für kostenrechnerische Fragestellungen Sozialkompetenz: Aneignung von Fertigkeiten, kostenrechnerische Themen bzw. Lösungsansätze im Unternehmen verständlich darlegen zu können			
Inhalt:			
<i>Controlling und Kostenmanagement:</i> • Funktion der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) im betrieblichen Rechnungswesen; • Aufbau der KLR: Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung; • Teilkostenrechnung als unternehmerische Entscheidungshilfe; • KLR auf der Basis von Plankosten; • "Neuere" Verfahren der Kostenrechnung (Prozesskostenrechnung und Target Costing);			

Rechnungswesen und Controlling (Kennzahlen und Kennzahlensysteme).
Studien- / Prüfungsleistungen:
FPM: schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.3 Praktisches Studiensemester

2.3.1 Betriebliche Praxis			
Modulkürzel:	Betriebliche Praxis BW	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	6	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	20 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	578 h	
	Gesamtaufwand:	601 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Betriebliche Praxis		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Betriebliche Praxis:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Praxiserfahrungen in einer schriftlichen Arbeit unter Anwendung der Techniken wissenschaftlichen Arbeitens darstellen, beurteilen und relativieren können. Die eigene Praxiserfahrung durch die Teilnahme an den Praxiserfahrungen der Mitstudenten hinterfragen können. Handlungskompetenz: Die im bisherigen Studium erlangten theoretischen Kenntnisse sowie die gelernten Arbeitstechniken, insbesondere aus den Schwerpunktmodulen, im Unternehmensalltag anwenden können.			

Sozialkompetenz: Sich in das Praktikumsunternehmen integrieren, Aufgaben im Zusammenarbeit mit anderen Mitarbeitern lösen, kleinere Projekte eigenständig (unter Anleitung) lösen können.
Inhalt:
<i>Betriebliche Praxis:</i> Mindestens 20-wöchige einschlägige Tätigkeit in einem Praktikumsunternehmen, wobei die Mitarbeit in einem größeren Projekt oder auch die selbständige Bearbeitung eines kleinen Projekts, angestrebt werden soll. Anfertigung eines (nach Möglichkeit projektbezogenen) Praxisberichts unter Beachtung der Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens mit abschließender Präsentation vor den Mitpraktikanten.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Bericht Praktisches Studiensemester (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.3.2 Praxisprojekt			
Modulkürzel:	Praxisproj.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	6	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	7 ECTS / 0 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	0 h	
	Selbststudium:	210 h	
	Gesamtaufwand:	210 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Praxisprojekt		
Lehrformen des Moduls:	1: Prj - Projekt		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Praxisprojekt:			

Fach-/Methodenkompetenz:

Die Studierenden entwickeln die Projektfach- und Methodenkompetenz für typische Aufgabenstellungen eines Betriebswirts in der betrieblichen Praxis. Dabei sollen die Praxiserfahrungen in einer schriftlichen Arbeit unter Anwendung der Techniken wissenschaftlichen Arbeitens dargestellt, beurteilt und relativiert werden können.

Handlungskompetenz:

In der Projektbearbeitung, anhand einer betriebswirtschaftlichen Aufgabenstellung an der Schnittstelle Technik/Administration/Wirtschaft, können die Studierenden die wirtschaftlichen, administrativen und terminlichen Projektziele zuverlässig erreichen. Sie sind in der Lage die Arbeitsergebnisse in Form eines wissenschaftlichen Berichtes zu dokumentieren. Es gelingt ihnen die im Studium erworbene Fach- und Methodenkompetenz durch Anwenden der Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens in die Praxis umzusetzen.

Sozialkompetenz:

Sie integrieren sich in ein bislang nicht bekanntes soziales Umfeld und erlernen die Problembearbeitung als Element der betrieblichen Hierarchie. Dabei gilt es, die Team- und Kommunikationsfähigkeit ausgeprägt zu betrachten.

Inhalt:*Praxisprojekt:*

Projektabhängig mehrere der folgenden Tätigkeiten: Aufgabenanalyse, Konzeptentwurf, Kostenermittlung, Terminplanerstellung, Einholung und Auswerten von Angeboten für Waren und Dienstleistungen, Projektstrukturierung, Kosten- und Terminverfolgung, Erstellung Projektdokumentation und Übergabe, Inbetriebnahme, Review, prozessuale Optimierung, ablauf- und aufbauorganisatorische Themen, projektbezogene Managementaufgaben in Wirtschaft und/oder Verwaltung, etc.

Erstellung eines Projektberichts in einem oder mehreren der oben genannten Themengebiete unter Beachtung der Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.3.3 Praxisseminar

Modulkürzel:	Praxissem.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	6	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	3 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 25 h Selbststudium: 65 h Gesamtaufwand: 90 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Praxisseminar
Lehrformen des Moduls:	1: S - Seminar
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Praxisseminar:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die eigene Praxiserfahrung präsentieren und die Praxiserfahrungen der Mitstudierenden hinterfragen können. Handlungskompetenz: Ausarbeiten einer Präsentation über die eigenen Praxiserfahrungen und diese erfolgreich präsentieren. Sozialkompetenz: Erfahrungsaustausch über die eignen Praxiserfahrungen und die der Mitstudierenden im Rahmen von Diskussionen.	
Inhalt:	
<i>Praxisseminar:</i> Präsentation des Praxisberichts mit anschließender Diskussion	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Teilnahme und Präsentation Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
LAMMERDING-KÖPPEL, Maria und Jan GRIEWATZ, . <i>Erfolgreich präsentieren im Studium.</i>	

2.4 Bachelorarbeit

2.4.1 Bachelorarbeit

Modulkürzel:	Bachelorarb.	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	7	
Modulverantwortliche(r):	Alle hauptamtliche Professorinnen und Professoren der Hochschule Ansbach		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	8 ECTS / 0 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	0 h	
	Selbststudium:	360 h	
	Gesamtaufwand:	360 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Bachelorarbeit		
Lehrformen des Moduls:	BAr - Bachelorarbeit		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Eine komplexe, ggf. praxisbezogene Themenstellung, bevorzugt aus den Schwerpunktbereichen, unter Anwendung des im Studium erworbenen Fach- und Methodenwissens und der Techniken wissenschaftlichen Arbeitens bearbeiten können. Handlungskompetenz: Die Studierenden sollen nachweisen, dass sie eine umfangreichere Aufgabenstellung selbständig unter Anwendung der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen bearbeiten können.			
Inhalt:			
Die Aufgabenstellung wird von einem Vorschlag der Studierenden ausgehend mit den Betreuern abgesprochen. Wünschenswert ist die Bearbeitung von Projekten der betrieblichen Praxis.			
Studien- / Prüfungsleistungen:			
Bachelorarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum) Mit Bestehen der Bachelorarbeit			
Literatur:			
Die Literaturrecherche und Verarbeitung liegt - als Teil der wissenschaftlichen Arbeitsweise - in der Verantwortung des Studenten.			

2.4.2 Bachelorseminar

Modulkürzel:	Bachelorseminar BW	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	7	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Prof. Dr. Constantin May, Prof. Dr. Ina Mai, Prof. Dr. Markus Skripek, Prof. Dr. Oliver Schwindler, Prof. Dr. Sabrina Wagner		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		23 h
	Selbststudium:		68 h
	Gesamtaufwand:		91 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Bachelorseminar		
Lehrformen des Moduls:	: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Bachelorseminar:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erlernen, eine Aufgabenstellung selbständig und unter Anwendung der im Studium erworbenen wissenschaftlichen Arbeitsweise zu bearbeiten und 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.			
Inhalt:			
<i>Bachelorseminar:</i> Die Aufgabenstellung der Bachelorarbeit wird, basierend auf einen Vorschlag der Studierenden, mit den Betreuern abgesprochen. Wünschenswert ist die Bearbeitung von Projekten der betrieblichen Praxis.			
Studien- / Prüfungsleistungen:			
Studienarbeit + Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.			

Literatur:

- ROSSIG, Wolfram E. und Joachim PRÄTSCH, 2010. *Wissenschaftliche Arbeiten: Leitfaden für Haus- und Seminararbeiten, Bachelor- und Masterthesis, Diplom- und Magisterarbeiten, Dissertationen*. 8. Auflage. 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 978-3-8006-6373-6, 3-8006-6373-2

2.5 Wahlpflichtmodule

2.5.1 Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university			
Modulkürzel:	ID_ Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Teresa Junek (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden drücken sich schriftlich angemessen aus und strukturieren ihre schriftlichen Arbeiten zielgerecht. Handlungskompetenz: Die Studierenden bewerten Quellen, hinterfragen Informationen und recherchieren eigenständig. Sie verfassen ihre Arbeiten fristgerecht und den Anforderungen eines akademischen Umfelds im deutschen Hochschulsystem entsprechend. Sozialkompetenz: Die Studierenden gehen im Rahmen der Anfertigung ihrer Arbeit respektvoll und effektiv mit Mitlernenden und Lehrenden um.			
Inhalt:			
Ausdruck, Strukturierung, Recherche und Umsetzung wissenschaftlicher Arbeiten, Einzelschritte des Schreibprozesses, Feststellung des eigenen Schreibertyps, Besonderheiten des Schreibens in einer Fremdsprache..			

Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Moll, Melanie (2023): Wissenschaftliches Deutsch: Wie es geht und worauf es dabei ankommt Judith Wolfsberger (2021): Frei geschrieben - einer der besten Schreibratgeber für wiss. Schreiben, die ich kenne Ulrike Scheuermann (2016): Schreibdenken

2.5.2 Advanced Writing and Cultural Studies			
Modulkürzel:	Advanced Writing and Cultural Studies (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Sommer- und Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Advanced Writing and Cultural Studies (Advanced Writing and Cultural Studies (P))		
Lehrformen des Moduls:	Tuition in Seminars		
Teilnahmevoraussetzung:	According to the study and examination regulations and the study plan, participants will submit homework assignments regularly.		
Empfohlene Voraussetzungen:	English knowledge according to the European Frame of Reference level B2/C1; Students of Business Administration should have passed Written and Oral Communication Skills		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			

Professional	and	methodological	competence
Acquisition of the ability to work in an international/English-speaking company by consolidating technical terminology			
Operational			competence
Consolidation of written and oral communicative competence in the foreign language			
Social			competence
Ability to integrate in international companies by acquiring in-depth language skills and knowledge of intercultural aspects.			
Inhalt:			
• Analysis and discussion of texts dealing with the economic sector or cultural aspects • Superior understanding of the writing process and writing techniques (memos, reports, minutes etc.) • Stylistic elements of text production and creative writing with special regard to sentence structure and punctuation • Analysis and evaluation of differences in intercultural communication • Who are we - cultural backgrounds, attitudes and values • Identifying the challenges faced by people working in an intercultural environment • Dimensions of culture: some models			
Studien- / Prüfungsleistungen:			
schriftliche Prüfung, 90 Minuten			
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.			
Literatur:			
Wird zu Beginn bekannt gegeben			

2.5.3 ALPS Alpine Leadership Project of Sustainability

Modulkürzel:	ALPS Alpine Leadership Project	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller / Georg Koch
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	ALPS Alpine Leadership Project of Sustainability
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ex - seminaristischer Unterricht/Exkursion
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Körperliche Fitness und gute Kondition, schwindelfrei, trittsicher, keine Höhenangst
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>ALPS Alpine Leadership Project of Sustainability:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich Nachhaltigkeitsmanagement. Sie kennen die Ursprünge und zentralen Ansätze des nachhaltigen Handelns. Die Studierenden haben die Fähigkeit erlangt, Nachhaltigkeit zu definieren und im unternehmerischen Kontext kritisch zu hinterfragen. Sie analysieren und diskutieren Nachhaltigkeitsberichte und setzen sich mit der Messung, Steuerung und Kommunikation von Nachhaltigkeitsleistungen auseinander. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, Nachhaltigkeitsprobleme zu erkennen und zu verstehen, um auf dieser Grundlage Entscheidungen treffen zu können, mit denen sich nachhaltige Entwicklungsprozesse umsetzen lassen. Das Modul leitet zum nachhaltigen und interdisziplinären Denken an. Sie sind für ethische Fragen, die mit nachhaltiger Entwicklung verbunden sind sensibilisiert. Sozialkompetenz: Die Studierenden entwickeln Teamfähigkeiten und sozialen Kompetenzen. Das Modul findet in Kleingruppen von bis zu 8 Studierenden statt..	
Inhalt:	
<i>ALPS Alpine Leadership Project of Sustainability:</i> 1. Nachhaltigkeit: Historie, Inhalte und Definitionen 2. Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen (Exkursion) 3. Nachhaltigkeit als Leitbild für unternehmerisches Handeln 4. Bedeutung des Stakeholderkonzeptes für das Nachhaltigkeitsmanagement 5. Rechtliche Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements 6. Messung von Nachhaltigkeit und Kriterien für das Berichtswesen	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum)	

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

Literatur:

- MÜLLER, Jochem und Jürgen RIPPEL, 2011. *Crea Leadership: der kreative Weg zur Innovation*. 1. Auflage. Ansbach: Marketia Publishing. ISBN 978-3-98-146180-0, 3-98-146180-0
- BAUMAST, Annett und Jens PAPE, 2013. *Betriebliches Umweltmanagement - Nachhaltiges Wirtschaften im Unternehmen*. ISBN 9783800155644
- BECKER, Lutz und Frank BAU, 2012. *Unternehmen nachhaltig führen: Führung, Verantwortung und Nachhaltigkeit im Management*. 1. Auflage. Düsseldorf: Symposion Publ.. ISBN 978-3-939707-30-1, 3-939707-30-9
- DYCKHOFF, Harald und Rainer SOUREN, 2008. *Nachhaltige Unternehmensführung: Grundzüge industriellen Umweltmanagements ; mit ... 13 Tabellen*. Berlin [u.a.]: Springer. ISBN 978-3-540-74052-0, 3-540-74052-X
- MEFFERT, Heribert und Manfred KIRCHGEORG, 1998. *Marktorientiertes Umweltmanagement: Konzeption, Strategie, Implementierung ; mit Praxisfällen*. 3. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 3-7910-1147-2
- PUFÉ, Iris, 2012. *Nachhaltigkeit*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges. [u.a.]. ISBN 978-3-8252-3667-0, 3-8252-3667-6
- WÖRDENWEBER, Martin, 2017. *Nachhaltigkeitsmanagement: Grundlagen und Praxis unternehmerischen Handelns* [online]. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag PDF e-Book. ISBN 978-3-7910-4039-4, 978-3-7910-4038-7. Verfügbar unter: https://content-select.com/index.php?id=bib_view&ean=9783791040394.

2.5.4 Angewandte Landeskunde: Studienexkursion

Modulkürzel:	Angewandte Landeskunde: Studienexkursion	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 23 h Selbststudium: 53 h Gesamtaufwand: 76 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Angewandte Landeskunde: Studienexkursion
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü/Ex - seminaristischer Unterricht/Übung/Exkursion
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Ausländerfahrung, Flexibilität, Offenheit
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verstehen das Alltagsleben in der Zielkultur. Sie verfügen über gesellschaftspolitische Kenntnisse des Ziellandes. Sie nennen und beschreiben Firmen in der Zielkultur und kontrastieren deren Besonderheiten mit denen der Heimatkultur. Handlungskompetenz: Die Studierenden treten mit Bürgern der Zielkultur in Kontakt und knüpfen Kontakte. Sie entwerfen ein fachlich begründetes Ausflugsprogramm für einen Tag am Zielort und dokumentieren dies. Sozialkompetenz: Teilnehmende zeigen Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und die Fähigkeit, mit Kommilitonen zusammenzuleben und gemeinsam den Ablauf zu organisieren. Sie erlangen ein Bewusstsein dafür, dass sie als Repräsentanten ihres Heimatlandes im Zielland auftreten. Sie respektieren andersartige Denk- und Verhaltensmuster.	
Inhalt:	
Im Modul werden landeskundliche Grundlagen erläutert und gesellschaftspolitische Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus einem Vorbereitungsseminar, einem Nachtreffen und der Exkursion im Umfang von 5 bis 13 Tagen. Konkrete Inhalte ergeben sich in Abhängigkeit von Zielort (Z. B. USA, VR China, Taiwan, Spanien, etc.) und Aufenthaltsdauer.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit, bestehend aus (1) allgemeiner Einführung in die Zielkultur aus wirtschaftlicher, kultureller, medienbezogener oder (psycho-) soziologischer Sicht (ca. 3 S.), (2) Kurzreferat zu geschichtlichem, gesellschaftlich-kulturellem oder wirtschaftlichem Thema mit schriftlicher (mind. 5 S.) und Audioausfertigung (ca. 3 Min.); (3) detaillierter Dokumentation der Vor- und Nachbereitung des Tagesprogramms mit fachlicher Begründung und Darlegung des gruppeninternen Entstehungsprozesses (ca. 3 S.); (4) Reflektion über die persönliche und fachliche Entwicklung unter Berücksichtigung der individuellen Motivation und dem fachlichen Erkenntnisinteresse (mind. 3 S.), insgesamt ca. 15 S.	

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Länderberichte der BpB, Enzyklopädien und Lexika

2.5.5 Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement			
Modulkürzel:	Angewandt. Nachhaltigkeitsmanagement	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller, Dr. Judith Ambrosius (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden beherrschen die Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements. Sie haben einen Überblick über die gesetzlichen Rahmenbedingungen. Sie kennen die Bausteine für die strategische Konzeption eines Nachhaltigkeitsmanagements mit Fokus auf KMU. Im Rahmen der Fallstudie vertiefen die Studierenden ihre Projektmanagementkompetenz.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden sind in der Lage, die Voraussetzungen für nachhaltiges Management zu ermitteln. Sie können die Konzepte zum Nachhaltigkeitsmonitoring und –controlling anwenden. Sie können die Bausteine des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen identifizieren. Sie sind in der Lage, die Anforderungen der Corporate Social Responsibility (CSR) mit Nachhaltigkeitsmanagement zu verknüpfen. Im Rahmen der Fallstudie wenden Sie die Kenntnisse am konkreten Unternehmensbeispiel an.			
Sozialkompetenz:			
In der Fallstudie entwickeln die Studierenden ihre Kommunikations- und Teamfähigkeit weiter. Zur Lösung der Fragestellungen wenden sie agile Methoden an. Sie begreifen die gesellschaftlichen Konsequenzen des			

eigenen Handelns sowie des Handelns von Unternehmen. Sie erkennen die Bedeutung der Corporate Social Responsibility (CSR).
Inhalt:
<i>Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement:</i> • Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement • Operatives Nachhaltigkeitsmanagement • Anwendung im Rahmen einer Fallstudie • Nachhaltigkeitskommunikation • Implementierung und Monitoring, Controlling • Praxisbeispiel
Studien- / Prüfungsleistungen:
Projektarbeit, Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• ENGLERT, und TERNES, . <i>Nachhaltiges Management.</i>, akt. Auflage • Sassen, <i>Nachhaltigkeitsmanagement</i>, akt. Auflage • Engelen/Kämmeler-Burrak/u.a.: <i>Nachhaltigkeit im Unternehmen</i>, akt. Auflage • Aktuelle Publikationen zum Thema

2.5.6 Angewandtes Mentaltraining			
Modulkürzel:	Angewandtes Mentaltraining	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter – und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Angewandtes Mentaltraining
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Blockseminar/Autodidaktik
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Körperliche Fitness
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Angewandtes Mentaltraining:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Wer etwas erreichen will braucht Willenskraft und Entschlossenheit. Die Veranstaltung thematisiert die Grundvoraussetzungen für privaten und beruflichen Erfolg. Die Studierenden erlernen die Grundlagen der Lauftechnik. Sie kennen die Ausdauertrainingsformen und können ihr eigenes Training planen. Sie kennen die wesentlichen Fakten zur Läufergesundheit und -ernährung. Handlungskompetenz: Die Teilnehmer begreifen die Macht der Entscheidung. Sie erfahren die Bedeutung von Zielen, Sinn und Willenskraft für den Erfolg. Mache das Beste aus jedem Moment, der uns zur Verfügung steht. Die Studierenden planen ihr eigenes Projekt (Halbmarathon) und bereiten sich eigenverantwortlich darauf vor. Sie erkennen den Zusammenhang zwischen Einsatz/Training und Erfolg. Die Studierenden kennen den Unterschied einzelner Laufstile. Die Studierenden führen ihr Projekt eigenverantwortlich durch. Sozialkompetenz: Der Einzelne lernt sein Leben in die Hand zu nehmen und für sein eigenes Handeln Verantwortung zu tragen. Glück wird zum Ausdruck eines erfüllten und sinnvollen Lebens. Die Studierenden erlernen den Zusammenhang zwischen Fokus, Glaube, Ziele, Sinn, Willenskraft, Erfolg, Glück und Erfüllung. Intuitive Kompetenz: Die Studierenden nennen wissenschaftliche Ansätze zur Erklärung der intuitiven Kompetenz. Die Teilnehmer stellen die Rolle der Intuition für die Wahrnehmung und Beurteilung dar. Die Studierenden wenden intuitive Lösungsansätze an und bringen die intuitiven Erkenntnisse und Erfahrungen zur Sprache. Die Studierenden interpretieren die Intuition als Teil einer ganzheitlichen Entscheidungsfindung und des Erfolges.	
Inhalt:	
<i>Angewandtes Mentaltraining:</i> Inhalte und Qualifikationsziele: 1. Du bist ein Siegertyp 2. Lebenslanges Lernen – Der Schlüssel deines Erfolges (Herzog, M. (2010), S. 12f.) 3. 72 Stunden entscheiden über deinen Erfolg (Herzog, M. (2010), S. 18 ff.)	

4. Die 5 Säulen für mehr Lebensqualität (Herzog, M. (2010), S. 18 ff.)
5. Gewinner- und Verlierersprache (Herzog, M. (2010), S. 43 ff.)
6. 7 SpitzenStrategien für deinen Erfolg (Herzog, M. (2010), S. 54 ff.)
7. Selbstbestimmung (Bischoff, C. (2011), S. 41 ff.; 62 ff.)
8. Fokus (Bischoff, C. (2011), S. 62 ff.)
9. Glaube (Bischoff, C. (2011), S. 85 ff.)
10. Ziele (Bischoff, C. (2011), S. 105 ff.)
11. Sinn (Bischoff, C. (2011), S. 121 ff.)
12. Willenskraft (Bischoff, C. (2011), S. 147 ff.)
13. Erfolg (Bischoff, C. (2011), S. 166 ff.)
14. Glück (Bischoff, C. (2011), S. 176 ff.)
15. Erfüllung (Bischoff, C. (2011), S. 190 ff.)

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

Angewandtes Mentaltraining:

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

Literatur:

- HERZOG, Matthias, 2010. *Spitze sein, wenn's drauf ankommt - das Trainingsbuch: komm aus'm Quark!*. 1. Auflage. Freiburg [im Breisgau] ; Berlin ; München [i.e. Planegg]: Haufe. ISBN 978-3-648-00567-5
- BISCHOFF, Christian, 2011. *Willenskraft: warum Talent gnadenlos überschätzt wird*. 5. Auflage. Berlin: Econ. ISBN 978-3-430-20102-5
- MÜLLER, Jochem und Sabine MÜLLER, 2017. *Gesundheit durch Bewegung : die Wundermedizin Natur und Sport*. Ansbach: Marketia Publishing. ISBN 978-3-9814618-2-4
- MARQUARDT, Matthias, Patrick ANSAH und Manuela DIERKES, 2012. *Laufen und Laufanalyse: medizinische Betreuung von Läufern ; 26 Tabellen*. Stuttgart ; New York: Georg Thieme Verlag. ISBN 978-3-13-153641-9, 3-13-153641-1
- MARQUARDT, Matthias, 2012. *Die Laufbibel: das Standardwerk zum gesunden Laufen*. 12. Auflage. Hamburg: spomedis. ISBN 978-3-936376-50-0
- MARQUARDT, Matthias, 2015. *Natural running: schneller, leichter, schmerzfrei*. 4. Auflage. Hamburg: Spomedis. ISBN 978-3-936376-63-0
- MARQUARDT, Matthias, 2014. *88 Dinge, die ein Läufer wissen muss: typische Irrtümer und neueste Erkenntnisse*. 1. Auflage. München: Südwest. ISBN 978-3-517-09251-5, 3-517-09251-7
- STRELECKY, John P., 2019. *The big five for life: was wirklich zählt im Leben*. 30. Auflage. München: dtv. ISBN 978-3-423-34528-6
- WEHRLE, Martin, 2017. *Die 100 besten Coaching-Übungen: das große Workbook für Einsteiger und Profis zur Entwicklung der eigenen Coaching-Fähigkeiten*. 10. Auflage. Bonn: managerSeminare Verlags GmbH. ISBN 978-3-941965-05-8
- KROSCHER, Evelin, 2008. *Die Weisheit des Erfolgs: von der Kunst, mit natürlicher Autorität zu führen*. München: EKL-Ed.. ISBN 978-3-00-022044-9

- HABERLEITNER, Elisabeth, Elisabeth DEISTLER und Robert UNGVARI, 2016. *Führen, fördern, coachen: So entwickeln Sie die Potenziale Ihrer Mitarbeiter*. Aktualisierte Neuauflage, 8. Auflage. München ; Berlin ; Zürich: Piper. ISBN 978-3-492-25343-7
- GREIF, Peter, . *For Running Life*.

2.5.7 Arbeitsmarktökonomik

Modulkürzel:	Arbeitsmarktökonomik	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Christine Dauth		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Arbeitsmarktökonomik		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Statistik, Volkswirtschaftslehre		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Arbeitsmarktökonomik:</i> Fachliche und methodische Kompetenzen: Ziel der Veranstaltung ist das Verständnis des Arbeitsmarktes und dessen Entwicklungen. Zunächst werden grundsätzliche ökonomische Begriffe eingeführt und später auf den Arbeitsmarkt übertragen. Dabei lernen die Studierenden das neoklassische Modell kennen und lernen es als Werkzeug einzusetzen. Am Ende des Kurses sind die Studierenden in der Lage aktuelle Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt einzuschätzen und Literatur für die Fachöffentlichkeit zu verstehen.			
Inhalt:			
<i>Arbeitsmarktökonomik:</i> • Neoklassisches Modell des Gütermarktes • Neoklassisches Modell des Arbeitsmarktes • Humankapitaltheorie			

• Diskriminierung • Technologischer Wandel • Mindestlohn • weitere aktuelle Themen aus dem Bereich Arbeitsmarkt
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 60 Minuten (computergestützt, im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8c APO) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Aktuelle Literatur wird während der Veranstaltung bekannt gegeben

2.5.8 Arbeitsrecht			
Modulkürzel:	PM_Arbeitsrecht	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. jur. Astrid von Blumenthal, Martin Saager (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Arbeitsrecht		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Arbeitsrecht:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Erlangung eines Überblicks über die Grundzüge des Individualarbeitsrechtes, einschließlich der Bezüge zum Sozialversicherungsrecht sowie des kollektiven Arbeitsrechtes. Handlungskompetenz: Arbeitsrechtliche Problemstellung aus dem Individualarbeitsrecht, insbesondere Anbahnung, Inhalt und Beendigung des Arbeitsverhältnisses erkennen, klären und bewerten zu können.			

Sozialkompetenz: Arbeitsrechtliche Rechte und Pflichten von Arbeitnehmern und Arbeitgebern erfüllen und Risiken bewerten.
Inhalt:
<i>Arbeitsrecht:</i> • Grundzüge des Individualarbeitsrechtes unter Berücksichtigung der Bezüge zum Sozialversicherungsrecht, • Kenntnis der Rechte und Pflichten aus einem Arbeitsverhältnis, dessen Eingehung und Beendigung, • Kenntnis der relevanten Bereiche des Arbeitsschutzrechtes, einschließlich Arbeitnehmerschutzrechtes, • Kenntnis wesentlicher Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechtes
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.9 Außenwirtschaft			
Modulkürzel:	BW-IB!_Außenwirtschaft	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Außenwirtschaft		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Außenwirtschaft:			

Fach- und Methodenkompetenz:

Die Studierenden erarbeiten sich Einblicke in die ökonomischen Zusammenhänge im Bereich internationaler und hier besonders europäischer Wirtschaftsbeziehungen. Konzepte wie Leitbild der Außenwirtschaftspolitik, ökonomische Integration und internationale Wettbewerbsfähigkeit stehen hier im Mittelpunkt. Vertiefende Einsichten sollen in Bezug auf die Entwicklung und die Funktionsweise internationaler Institutionen im Wirtschaftsbereich (Bretton Woods, WTO, EU) gewonnen werden.

Handlungskompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage Argumentationen im wirtschaftspolitischen Umfeld zu verstehen und zu beurteilen. Sie können das wirtschaftspolitische Umfeld ihres Unternehmens im Rahmen der globalen Wirtschaftsverflechtungen analysieren und damit vertieft verstehen.

Sozialkompetenz:

Erhöhung der Teamfähigkeit durch Lösung verschiedener Anforderung in Kleingruppen, wie z.B. Vorbereiten einer Presseschau und Lösung von Fallstudien.

Inhalt:**Außenwirtschaft:**

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Außenhandels und der ökonomischen Integration, theoretische Grundlagen und ordnungspolitische Instrumente, ausgewählte Aspekte aktueller ökonomischer Fragestellungen im Bereich der EU bzw. der Weltwirtschaft

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 120 Minuten

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

Literatur:

- KRUGMAN, P. und M. OBSTFELD, . *Internationale Wirtschaft, Theorie und Politik der Außenwirtschaft*.
- PELKMAN, J., . *European Integration. Methods and Economic Analysis*.
- ROSE, K. und K. SAUERNHEIMER, . *Theorie der Außenwirtschaft*.

2.5.10 Bankwirtschaft

Modulkürzel:	BF!_Bankwirtschaft	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler, Andreas Koch (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Sommer- und Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Bankwirtschaft
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Bankwirtschaft:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Vermittlung von praxisorientierten Kenntnissen und Fertigkeiten zu bankwirtschaftlichen Fragestellungen, zur Funktionsweise von Finanzmärkten, zum rechtlichen und institutionellen Rahmen von Kreditinstituten, zu Produkten und Märkten Handlungskompetenz: Veränderungen institutioneller, politischer oder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf den Bankensektor einordnen und beurteilen können Sozialkompetenz: Vorgehensweise und Geschäftspolitik der Banken auf ihren Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung und Nachhaltigkeit bewerten können	
Inhalt:	
<i>Bankwirtschaft:</i> Nationale und internationale Entwicklungen im Kreditwesen, Bankbetriebliche Rahmenbedingungen, Bankenaufsichtswesen, Bank-Controlling und Rechnungswesen, Gestaltungsprinzipien der Aufbau- und Ablauforganisation, Produkte, Märkte und Kundensegmente von Banken.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
- SCHIERENBECK, Henner, . <i>Ertragsorientiertes Bankmanagement</i>. [. Auflage. Wiesbaden: Gabler. - ACHLEITNER, Ann-Kristin, 2002. <i>Handbuch Investment-Banking</i>. 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-409-34184-6	

2.5.11 Berufliche Kommunikation - Spanisch

Modulkürzel:	Beruf. Kommunikation - Spanisch	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Bankwirtschaft		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul Weitere Fremdsprache II - Spanisch oder entsprechende Kenntnisse		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz: Die Studierenden können im Berufsleben flüssig interagieren im schriftlichen und mündlichen Bereich, mit einer Spezialisierung auf die Fachgebiete Handel und Dienstleistung oder Tourismus und Gastronomie. Die Studierenden sind vertraut mit den kommunikativen Gepflogenheiten in formalen Situationen. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln. Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz: Die Studierenden reflektieren ihre Berufsziele in Zusammenhang mit ihren Fremdsprachenkenntnissen. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team. Handlungskompetenz: Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel im beruflichen Kontext gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen. Spezielle Kompetenz: Interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im beruflichen Kontext und ein umfangreiches Wissen über die für ihren Studienschwerpunkt relevanten gesellschaftspolitischen Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird.			

Sprachkompetenzen: Die Studierenden beherrschen registeradäquate Kommunikationsmittel und wenden diese angemessen bei der Interaktion mit höher, gleich und niedriger gestellten Personen an. Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache	
Inhalt:	
Im Modul werden Kompetenzen der eigenständigen Sprachverwendung im Fachsprachenbereich vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Festigung der Verwendung der Vergangenheiten, • Festigung der Verwendung der Pronomen auch in Kombination, • Festigung und Ausbau der Verwendung des Subjuntivo auch in den Vergangenheiten, • Bedingungssätze, • Verbalperiphrasen. Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Projektarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Tano, Marcelo (2009): Expertos. Curso avanzado de español orientado al mundo del trabajo. Difusión/Klett. Libro del alumno + Audio-CD + DVD: 978-3-12-515595-4 (3-12-515595-9), Cuaderno de ejercicios + Audio-CD: 978-3-12-515596-1 Als digitale Ausgabe über Campus Difusión erhältlich.	

2.5.12 Business Analytics			
Modulkürzel:	Business Analytics	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Bernd Heesen
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Business Analytics
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ex - seminaristischer Unterricht/Exkursion
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: • Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Analytics und Kennzahlen für die erfolgreiche Umsetzung einer Strategie. • Die Studierenden erlangen ein Verständnis für die Bedeutung von Data Science für Unternehmen. Sie verstehen das Zusammenspiel von Daten und Prozessen bei der Analyse und dem Reporting mit Hilfe führender Analytics-Werkzeuge. Handlungskompetenz: • Die Studierenden erlernen die Nutzung von Managementwerkzeugen für das Reporting und zur kennzahlenorientierten Unternehmensführung (Management by Objectives). Sozialkompetenz: • Informations- und Kommunikationsverhalten erlernen, das dem Wissenstransfer dient.	
Inhalt:	
• Data Science - o Standards für das Management von Data-Science-Projekten - o Data Warehouse Architektur + Data Lake + Data Hub Datenmodellierung - o Systemintegration (Extraktion, Transformation, Laden) - o Reporting • Corporate Performance Management - o Kennzahlensysteme - o Standards für die Visualisierung - o Self-Service • Tools - o Microsoft Excel - o Microsoft Power BI inkl. Künstlicher Intelligenz (u.a. Copilot + Fabric)	

Studien- / Prüfungsleistungen:

Schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- Arnold, J. (2023). Microsoft Power BI: Die praktische Einführung in die Datenanalyse und -visualisierung. Heidelberg: dpunkt.
- Heesen, B. (2023). Künstliche Intelligenz und Machine Learning mit R. Springer Gabler: Wiesbaden. e-Book kostenlos: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-41576-1>
- Heesen, B. (2024). Effective Strategy Execution: Business Intelligence using Microsoft Power BI (3rd edition). Berlin: Springer. (relevante Ausschnitte aus dem Buch werden digital zur Verfügung gestellt)
- Optional:
- Bakhshi, S. (2021). Expert data modeling with Power BI : Get the best out of Power BI by building optimized data models for reporting and business needs. Birmingham: Packt.
- Deckler, G. (2022). Learn Power BI: A comprehensive, step-by-step guide for beginners to learn real-world business intelligence (2nd ed.). Packt. ISBN: 1801811954.
- Ehrenmüller-Jensen, M. (2020). Self-service AI with power BI desktop : machine learning insights for business. Berkeley: Apress.
- Low, G. (2021). Implementing Power BI in the Enterprise. Australia: SQL.
- Nelles, S. (2021). Power BI mit Excel: Das umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk Computing
- Silva, R. F. (2021). Power BI 2021: Power BI Series Volume 3: Create and learn: Part 1 - Book Power BI Business Intelligence Clinic : Part 2 - Book Power BI Academy Vol. 3 HR Recruitment. Silva.
- Wade, R. (2020). Advanced analytics in Power BI with R and Python: Ingesting, transforming, visualizing. Berkeley: Apress.

2.5.13 Chinesisch 1 (für Anfänger)

Modulkürzel:	Chinesisch 1 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Jing Wang (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Chinesisch 1 (für Anfänger)
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Interesse am chinesischen Kulturkreis
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Chinesisch 1 (für Anfänger):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einfache Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen, teilweise unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.	
Inhalt:	
<i>Chinesisch 1 (für Anfänger):</i> Sprachliche Strukturen: Erkennen der phonemischen Töne, angemessene Produktion der Konsonanten und Vokale. Einführung in das Schriftsystem, die Schriftzeichenanalyse und Sensibilisierung für kulturelle Unterschiede. Beherrschung einiger grundlegender kommunikativer Mittel für Vorstellung, Kennenlernen, Einkaufen und einfache Auskünfte erbeten/geben. Erkennen wichtiger Schriftzeichen des täglichen Lebens. Grundlegende Verhaltensregeln im sozialen Kontext im Bereich Vorstellen und Kennenlernen; Einführung wichtiger Konzepte wie „Gesicht“ und Bescheidenheit. Einführung in die Hilfsmittel für das Studium der chinesischen Sprache und der mündlichen und schriftlichen Kommunikation auf Chinesisch (Wörterbuchbenutzung, Schriftzeichen auf elektronischen Endgeräten verwenden, etc.). Fähigkeit, sich auf der Grundlage von mind. 250 Begriffen in unkomplizierten Situationen verständlich zu machen. Erfassen einfacher Dialoge und Sensibilisierung des rein phonetischen Hörverständnisses.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit (Lernportfolio)	

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

Literatur:

- Lóng neu A1-A2. Chinesisch für Anfänger. Kursbuch + 2 Audio-CDs
ISBN 978-3-12-528960-4
 - Lóng neu A1-A2. Übungsbuch
ISBN 978-3-12-528961-1
 - Lóng neu A1-A2 Extra. Übungen zur chinesischen Schrift
ISBN 978-3-12-528854-6
- Kap. 1-6

2.5.14 Chinesisch 2 (für Fortgeschrittene)

Modulkürzel:	Chinesisch 2 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Jing Wang (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Chinesisch 2 (für Fortgeschrittene)		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Chinesisch 1 bzw. entsprechende Kenntnisse, Interesse am chinesischen Kulturkreis		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Chinesisch 2 (für Fortgeschrittene):</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden sind in der Lage, Situationen des Alltagslebens auch in formelleren Kontexten kommunikativ zu bewältigen.			
Sozialkompetenz:			
Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.			

Inhalt:
<i>Chinesisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Weitere Ausdrücke für die Kommunikation im täglichen Leben. Beherrschung einiger grundlegender kommunikativer Mittel in den Bereichen Essen und Trinken, Vereinbaren und Planen, Reisen, Glückwünsche, Small Talk. Erkennen wichtiger Schriftzeichen des täglichen Lebens. Weitere Verhaltensregeln im sozialen Kontext. Verwendung der Hilfsmittel für das Studium der chinesischen Sprache und der mündlichen und schriftlichen Kommunikation auf Chinesisch (Wörterbuchbenutzung, Schriftzeichen auf elektronischen Endgeräten verwenden, etc.). Fähigkeit, sich auf der Grundlage von mind. 500 Begriffen in unkomplizierten Situationen verständlich zu machen. Erfassen einfacher Dialoge und Ausbau des inhaltlichen Hörverständnisses. Mind. 50 Zeichen per Hand schreiben. Grammatische Strukturen: Ausbau der in Kurs 1 eingeführten grammatischen Kenntnisse, Wortklassenwechsel, Modalverben (Einführung), Fragearten, Fragepronomen, Ergebniskomplement, Objektkonstruktionen.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• , . - <i>Lóng neu A1-A2. Chinesisch für Anfänger. Kursbuch + 2 Audio-CDs.</i> ISBN 978-3-12-528960-4 • , . <i>Lóng neu A1-A2. Übungsbuch</i> . ISBN 978-3-12-528961-1 • , . <i>Lóng neu A1-A2 Extra. Übungen zur chinesischen Schrift Kap. 6-11.</i> ISBN 978-3-12-528854-6

2.5.15 Chinesisch 3 (Intensivierung)			
Modulkürzel:	Chinesisch 3 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Jing Wang (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Chinesisch 3 (Intensivierung)
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Chinesisch 2 bzw. entsprechende Kenntnisse, Interesse an chinesischsprachiger Kultur
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Chinesisch 3 (Intensivierung):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Sie beherrschen die Verwendung von Hilfsmitteln und verfügen über ausbaufähige Schriftzeichenkenntnisse. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, Situationen des Alltagslebens auch in formelleren Kontexten kommunikativ zu bewältigen, schriftlich wie mündlich, rezeptiv wie produktiv. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.	
Inhalt:	
<i>Chinesisch 3 (Intensivierung):</i> Weitere Ausdrücke für die Kommunikation im täglichen Leben Beherrschung einiger grundlegender kommunikativer Mittel in den Bereichen Essen und Trinken, Vereinbaren und Planen, Reisen, Glückwünsche, Small Talk. Eigenhändiges Schreiben wichtiger Schriftzeichen des täglichen Lebens (mind. 100). Weitere Verhaltensregeln im sozialen Kontext. Verwendung der Hilfsmittel für das Studium der chinesischen Sprache und der mündlichen und schriftlichen Kommunikation auf Chinesisch (Wörterbuchbenutzung, Schriftzeichen auf elektronischen Endgeräten verwenden, Texteingabe an verschiedenen Medien, etc.). Fähigkeit, sich auf der Grundlage von mind. 500-1000 Begriffen in Situationen des täglichen Lebens verständlich zu machen. Erfassen natürlich gesprochener Dialoge und Ausbau des inhaltlichen Hörverständnisses. Grammatische Strukturen: Ausbau der in Kurs 2 eingeführten grammatischen Kenntnisse, Sätze mit mehreren Objekten, Vergleiche, Ergebniskomplemente, Möglichkeiten der Hervorhebung.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
<i>Chinesisch 3 (Intensivierung):</i>	

Studienarbeit: Lernportfolio, das Lernprozess dokumentiert, mind. 30 Seiten inkl. Audio und Fehlertagebuch
 Kurzreferat: auf Deutsch, fünf Minuten Länge, Thema eigener Wahl mit Chinabezug
 Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:

- , . *Lóng neu A1-A2. Chinesisch für Anfänger. Kursbuch + 2 Audio-CDs.* ISBN 978-3-12-528960-4
- , . *Lóng neu A1-A2. Übungsbuch.* ISBN 978-3-12-528961-1
- , . *Lóng neu A1-A2 Extra. Übungen zur chinesischen Schrift Kap.11-16.* ISBN 978-3-12-528854-6

2.5.16 Chinesisch 4 (Berufliche Kommunikation)

Moduldauer	1 Semester	SPO-Nr.:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	SPR	WPM	Winter + Sommer
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Jing Wang (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		50 h
	Selbststudium:		100 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrform:	z.B. seminaristischer Unterricht/Übung		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können im Berufsleben flüssig interagieren im schriftlichen und mündlichen Bereich, mit einer Spezialisierung auf die Fachgebiete Handel und Dienstleistung oder Tourismus und Gastronomie oder Produktion und Handwerk, je nach ihrem gewählten Studienschwerpunkt. Die Studierenden sind vertraut mit den kommunikativen Gepflogenheiten in formalen Situationen. Handlungskompetenz: Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel im beruflichen Kontext gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen. Sozialkompetenz: Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.			
Inhalte:			
Im Modul werden Kompetenzen der eigenständigen Sprachverwendung im Fachsprachenbereich vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Förmliche schriftliche Korrespondenz			

Präsentationen Textarbeit mit Fachtexten
Prüfungsart:
Studienarbeit (Lernportfolio)
Literatur:
Wirtschaftskorrespondenz Chinesisch: zielsicher formulieren - erfolgreich handeln. Zhang, Mingming & Gebhard, Christian. 2018. Uitikon-Waldegg, Schweiz, Chinabooks. ISBN: 9783905816716
Medienformen:
Verschiedene
Empfohlene Voraussetzungen:
Chinesisch 3 / HSK 3-4
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.

2.5.17 Controlling Practice			
Modulkürzel:	CO_Controlling Practice	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Peter Rössle (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling Practice
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Controlling Practice:</i> Fach- und Methodenkompetenz: - Anwendung von theoretischem Wissen in der Praxis - Methoden des Financial Controlling eines international operierenden Unternehmens basierend auf praktischen Beispielen - Die Englisch basierende Vorlesung (deutsche Unterrichtssprache, englisches Script) vermittelt internationale Unternehmenskultur Handlungskompetenz: - Das Ziel wird über ein aufgaben- und ergebnisorientiertes learning by doing bzw. learning through interaction – in Partner- oder Gruppenarbeit – angegangen Sozialkompetenz: - Die unterschiedlichen und vielfältigen Fallstudien werden in Partner- und Gruppenübungen durchgeführt - Diese Aktivitäten führen zum gruppendynamischen Arbeiten, teambuilding, Präsentation innerhalb und für die Gruppe, etc)	
Inhalt:	
<i>Controlling Practice:</i> - Introduction - F&A Basis Training for non F&A employees - Budget Planning – TMC (Total Manufacturing Costs) - Business Review (actual results) - Monthly TMC Analysis	

• KPI's - Key Performance Indicators (TMC, MOE, Productivity, Process Reliability, Scrap etc) • Importance of Inventories • NPV - Net Present Value as instrument for Capital Investment and strategic decision making • Balanced Scorecard • Business Decision Making supported by Financial Analysis (example) • Wrap up
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.18 Controlling and Business Leadership			
Modulkürzel:	CO_Controlling and Business Leadership	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Peter Rössle (durchführend)		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling and Business Leadership		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach – und Methodenkompetenz:			
Anwendung von theoretischem Wissen in der Praxis			

• Methoden des Financial Controlling und der Unternehmensführung eines international operierenden Unternehmens basierend auf praktischen Beispielen • Die Englisch basierende Vorlesung (englische Unterrichtssprache, englisches Script) vermittelt internationale Unternehmenskultur Handlungskompetenz: • Das Ziel wird über ein aufgaben- und ergebnisorientiertes learning by doing bzw. learning through interaction – in Partner- oder Gruppenarbeit – angegangen Sozialkompetenz: • Die unterschiedlichen und vielfältigen Fallstudien werden in Partner – und Gruppenübungen durchgeführt • Diese Aktivitäten führen zum gruppendynamischen Arbeiten, teambuilding, Präsentation innerhalb und für die Gruppe, etc)
Inhalt: • Introduction • Financial Awareness Training for all Employees • Deployment of the Company's Strategy and Goals • KPI's - Key Performance Indicators (TMC, MOE, Productivity, Process Reliability, Scrap etc) • Balanced Scorecard as tool for Business Leadership • Budget Planning – TMC (Total Manufacturing Costs) • Business Review (actual results) – Monthly TMC Analysis • Importance of Working Capital and Inventories • NPV – Net Present Value as instrument for Capital Investment and strategic decision making • Special Topic: „Controlling in growing digitization“ • Wrap up • Business Decision Making supported by Financial Analysis (example)
Studien- / Prüfungsleistungen: Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: Vorlesungsskript

2.5.19 Controlling mit SAP S / 4HANA

Modulkürzel:	Controlling mit SAP S / 4HANA	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Norbert Henninger (durchführend)	
Sprache:	Deutsch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	nur Wintersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling mit SAP S / 4HANA	
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung	
Teilnahmevoraussetzung:	Keine	
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine, Grundkenntnisse in Kostenrechnung sind von Vorteil	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Kenntnisse im praktischen Umgang mit SAP und den relevanten Controlling-Bereichen. Handlungskompetenz: Die Studierenden erhalten für die Dauer des Semesters einen eigenen SAP-User, mit dem Sie eigenständig im System agieren können und sind für eine begrenzte Anzahl von Kostenstellen unter Controlling-Aspekten zuständig Sozialkompetenz: Aufgrund der Interdependenzen der Kostenstellen im Trainings-Unternehmen lernen die Studierenden sowohl eigenständiges Arbeiten als auch die Abstimmung in der Gruppe vertieft kennen. Teamaufgaben fördern gruppendynamische Prozesse. Kleine Vorträge (Gruppenergebnisse/Referat) erhöhen die Präsentationsfähigkeiten		
Inhalt:		
<i>Controlling mit SAP S / 4HANA:</i> Aufgrund der langjährigen SAP-Erfahrung des Lehrbeauftragten in einem großen Industrieunternehmen besitzen die Fallübungen eine hohe praktische Relevanz. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, in der Verknüpfung theoretisches Basiswissen mit der praktischen Umsetzung in SAP S/4HANA. Nach einer Einführung in das System SAP erhalten Sie einen eigenen User mit dem Sie Zugriff auf ein vollständiges SAP-System haben. In der Verknüpfung Theorie und Praxis lernen Sie die SAP-Logik der Kostenartenrechnung kennen und legen auch neue Kostenarten direkt in SAP an. Einen breiten Rahmen in der Vorlesung nimmt die Kostenstellenrechnung ein. Hier geht es um die Definition und das Anlegen von Kostenstellen. Danach führen Sie auf den angelegten Kostenstellen eine Kostenplanung durch. Auf Basis der Kostenplanung buchen Sie im Bereich Accounting entsprechende Istkosten und steigen in das Kosten-Controlling auf Kostenstellenebene ein. Im weiteren Verlauf der Vorlesung betrachten wir den Bereich der innerbetrieblichen Aufträge, beschäftigen uns mit dem Produktkosten-Controlling und erhalten einen Einblick in weitere Controlling Tools in SAP.		

Studien- / Prüfungsleistungen:
mündliche Prüfung, 20 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Keine besondere Literatur erforderlich, Vorlesungsskript, das Sie vom Lehrbeauftragten erhalten ist ausreichend

2.5.20 crea-m5 Innovationsmanagement			
Modulkürzel:	MK_crea-m5 Innovationsmanage- ment	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	crea-m5 Innovationsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzun- gen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>crea-m5 Innovationsmanagement:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Wissensverbreiterung: Die Teilnehmer sollen einen erweiterten Zugang zum Themenbereich Kreativität erhalten. Die vermeintlich irrationalen Strukturen von Kreativität sollen rational nachvollziehbar und begreifbar gemacht werden. Das Modul setzt dabei auf interdisziplinäre Öffnung, um die klassische BWL zu erweitern und zu öffnen. Wissensvertiefung: Die Studierenden vertiefen ihr bisheriges Wissen aus dem Bereich der Kreativität. Konkrete Kreativitätstech- niken und –übungen machen Kreativität erlebbar und fassbar.			

Methodische Kompetenzen:

Die Studierende benutzen Eisbrecher- und Projekteinstiegsmethoden. Sie untersuchen die klassischen Prozessmodelle und erkennen die zentralen Botschaften.

Die Studierenden interpretieren die Aussagen der klassischen Prozessmodelle und ziehen Schlüsse daraus für den Umgang mit Kreativität und Innovationen.

Sie verstehen die Unterschiede zwischen linearen, lateralen und holistischen Kreativitätstechniken und können ihre Anwendung beurteilen.

Sie entwickeln einen Anwendungsfall für die Kreativitätstechniken „Morphologischer Kasten und „6-3-5-Methode“.

Die Studierenden können die crea-m5-Methode als Ansatz zur Strukturierung von Projekten beurteilen.

Sie zeigen das CREA LEADERSHIP Wahrnehmungs- und Beurteilungs-, Wissens-, Intelligenz-, Kreativitäts- und Kompetenzmodell auf.

Die Studierenden beschreiben das CREA LEADERSHIP Radarmodell der Wahrnehmung.

Systemische Kompetenzen:

Zugang zu interdisziplinären Forschungs- und Lehrgebieten z. B. Psychologie

Schaffen eines tiefen System-Bewusstseins für Kreativität und Innovation

Beurteilungsfähigkeit:

Beurteilen von Kreativitätstechniken und deren Einsatzmöglichkeiten

Beurteilung des Phasenschema crea-m5 und praktische Anwendungsmöglichkeiten

Handlungskompetenz:

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz: Die Ausbildung legt Wert auf den eigenständigen und selbstverantwortlichen Wissenserwerb der Studierenden. Die Teilnehmer erkennen die systemische Bedeutung einer interdisziplinären Ausbildung und verstehen die Verbreiterung des Wissens- und Aktionsraumes. Die Studierenden entwickeln eigene Beurteilungskompetenz in Bezug auf Ästhetik und Kreativität als wichtige Vorstufen der Innovation. Die Studierenden dokumentieren ihr Lernverhalten, ihre Lerninhalte, Lernprozesse und Lernergebnisse mit Hilfe eines Lernportfolios. Die Studierenden untersuchen persönliche Kompetenzen (z. B. Kritikfähigkeit) im Umgang mit sich selbst und die Auswirkungen auf das soziale Miteinander. Die Studierenden ziehen Schlüsse, interpretieren und bewerten die Bedeutung der persönlichen Kompetenzen für die Persönlichkeitsentwicklung.

Sozialkompetenz:

Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation: Die Studierenden arbeiten in Teams und erarbeiten sich kollektive Kreativitätstechniken. Sie bringen sich aktiv in den kreativen Prozess ein und nehmen Kommunikation als wertvolles Medium der Externalisierung von impliziten Wissens und der gegenseitigen Abstimmung wahr. Sie wenden die erarbeiteten Übungen an und untersuchen gemeinsam die Ergebnisse. Die Studierenden ermessen den Umgang und die Interaktion mit anderen Menschen als wichtige Kompetenz. Sie interpretieren die Rolle der sozialen Kompetenz als Schlüsselkompetenz in der Zusammenarbeit mit anderen. Sie reflektieren und beurteilen das gemeinsame Handeln im Team.

Intuitive Kompetenz:

Die Studierenden nennen wissenschaftliche Ansätze zur Erklärung der intuitiven Kompetenz. Die Teilnehmer stellen die Rolle der Intuition für die Wahrnehmung und Beurteilung dar. Die Studierenden wenden intuitive Lösungsansätze an und bringen die intuitiven Erkenntnisse und Erfahrungen zur Sprache. Die Studierenden interpretieren die Intuition als Teil einer ganzheitlichen Entscheidungsfindung.

Inhalt:***crea-m5 Innovationsmanagement:***

Kreativität ist essentielle Voraussetzung für unternehmerische Kernkompetenzen. Eine nachhaltige Unternehmenskultur, Entscheidungs- und Innovationsfähigkeit basieren auf Kreativität. Weil dieser Faktor maßgeblich über wirtschaftlichen Erfolg entscheidet, ist die Ressource Kreativität ein wichtiger Erfolgsfaktor. Das Phasenmodell crea-m5 ermöglicht den Kreativ- und Veränderungsprozess in fünf Teilschritten professionell zu begleiten und Kreativität gezielt zu initiieren.

Lernziele im Überblick

Begriff der Kreativität Kreativität und Innovation als Prozess crea-m5 – Methodische Grundlagen des Phasenkonzepts Phase MESSAGE • Systemische Situations-Analyse • Vision, Systemelemente und Wechselwirken • Nachhaltigkeit und Zeitreise • Weichenstellung des Projektes Phase MATCHING • Systemische Kompetenzanalyse • Inneres und Äußeres Team • CREA LEADERSHIP Intelligenz- und Kreativitätsmodell • CREA LEADERSHIP Kompetenzmodell Phase MINING • Systematische Wissens-Analyse • CREA LEADERSHIP Wissensmodell • Management des vernetzten Wissens • CREA LEADERSHIP Radarmodell der Wahrnehmung Phase MOVING • Systematische Kreativitäts-Analyse • Wissenstreppe der Innovation • Individuelle und Kollektive Kreativität • CREA LEADERSHIP Kreativitätspyramide Phase MISSION • Systematische Missions-Analyse • CREA CORPORATE Kreativität als Vision • CREA LEADERSHIP Promotorenmodell • CREA LEADERSHIP Strategiemodell
Studien- / Prüfungsleistungen: schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8 c APO) <i>crea-m5 Innovationsmanagement:</i> Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan
Literatur: • MÜLLER, Jochem und Jürgen RIPPEL, 2011. <i>Crea Leadership: der kreative Weg zur Innovation</i>. 1. Auflage. Ansbach: Marketia Publishing. ISBN 978-3-98-146180-0, 3-98-146180-0

- MÜLLER, Jochem und Jürgen RIPPEL, 2014. *Crea-m5: systematisch zur Innovation ; erfolgreiches Innovationsmanagement in fünf Schritten*. 1. Auflage. Ansbach: Marketia Publishing. ISBN 978-3-9814618-1-7
- BACKERRA, Hendrik und andere, 2007. *Kreativitätswerkzeuge: kreative Prozesse anstoßen, Innovationen fördern*. 3. Auflage. München [u.a.]: Hanser. ISBN 3-446-41233-6, 978-3-446-41233-0
- BOOS, Evelyn, 2014. *Das große Buch der Kreativitätstechniken: [Fantasie fördern, Ideen strukturieren, Geistesblitze umsetzen, Lösungen finden; kreative Intelligenz trainieren]*. 5. Auflage. München: Compact-Verl.. ISBN 978-3-8174-5106-7, 3-8174-5106-7
- FRIESKE, Sascha und Oliver GASSMANN, 2015. *Kreativcode: die sieben Schlüssel für persönliche und berufliche Kreativität*. München: Hanser. ISBN 3-446-44557-9, 978-3-446-44557-4
- DUNCAN, Kevin, 2016. *Das Buch der Ideen: 50 Wege, um Ideen effizient zu produzieren*. Zürich: Midas Management. ISBN 978-3-907100-62-2, 3-907100-62-X
- RUSTLER, Florian, 2018. *Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation: das kleine Handbuch der Innovationsmethoden*. 8. Auflage. St. Gallen ; Zürich: Midas Management Verlag AG. ISBN 978-3-907100-81-3, 3-907100-81-6
- NIENHAUS, Lisa, 2015. *Die Weltverbesserer: 66 große Denker, die unser Leben verändern*. München: Hanser. ISBN 978-3-446-44308-2, 3-446-44308-8

2.5.21 Creating Business Models / Geschäftsmodellinnovation

Moduldauer	1 Semester	SPO-Nr.:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	Betriebswirtschaft	WPM	alle
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Sprache:	Englisch / Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	60 h	
	Selbststudium:	90 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Lehrform:	SU - seminaristischer Unterricht		
Ziele:			
In diesem Modul werden Sie lernen, bestehende Geschäftsmodelle zu analysieren und spannende neue Geschäftsmodelle zu kreieren.			
Egal, ob Sie eines Tages Ihr eigenes Unternehmen gründen möchten, ob Sie Ihr Geld in ein (börsennotiertes) Unternehmen investieren möchten, ob Sie Ingenieur sind oder Produktmanager, oder vielleicht Ihr Familienunternehmen erben oder in die Beratung gehen, dieses Fach wird Sie darauf vorbereiten.			

Fach- und Methodenkompetenz: Verstehen, was ein Geschäftsmodell ist, was es erfolgreich macht (oder weniger erfolgreich), und wie alles zusammenspielt. Handlungskompetenz: Fähigkeit, Geschäftsmodelle zu entwerfen, zu analysieren, an sich verändernde Gegebenheiten anzupassen, und die entsprechenden Tools und Konzepte dafür zu nutzen. Sozialkompetenz: Ihr Verständnis verbessern und Ihre Ideen angemessen kommunizieren.
Inhalte: Basierend auf den relevanten Theorien, u.a. von Osterwalder & Pigneur wie auch Gassmann und anderen, werden wir erschließen, was ein Geschäftsmodell ist, seine Teile und deren Zusammenspiel verstehen lernen. Wir werden erfolgreiche Geschäftsmodelle analysieren und versuchen, neue zu entwerfen. Sie werden ein Verständnis verwandter Konzepte entwickeln, z.B. von Megatrends...
Prüfungsart: Studienarbeit mit Präsentation.
Literatur: Osterwalder & Pigneur (2011) Business Model Generation Gassmann et al. (2015) The Business Model Navigator Weitere Literatur wird im Modul bekanntgegeben.
Medienformen: Online-Material auf Moodle und Präsenz
Empfohlene Voraussetzungen: Das Modul sollte erst gegen Ende Ihres Studiums belegt werden, wenn Sie über grundlegende Kenntnisse in den zentralen Fachgebieten der Betriebswirtschaft – von Marketing über Organisation bis Controlling und weitere – verfügen.
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO: n/a
LN-Anforderungen/Anmerkungen: Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan. Teilnehmerzahl ist aus Gründen der Prüfungsform sowie didaktischen Gründen auf max. 40 Personen begrenzt. Registrierung auf Moodle. Ggf. noch Anpassung der Termine und/oder Uhrzeiten der Veranstaltungen via Moodle.

2.5.22 Cross-Cultural-Effekte in der Organisation

Modulkürzel:	OM_Cross-Cultural-Effekte	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Schugk		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Cross-Cultural-Effekte in der Organisation		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Cross-Cultural-Effekte in der Organisation:</i>			
Fachkompetenz:			
• Kennen der bedeutenden theoretischen Ansätze und Modelle auf dem Gebiet der Cross-Cultural-Effekte in der Organisation • Kennen der Bedeutung von Kultur als Einflussfaktor in der Organisation			
Methodenkompetenz:			
• Befähigung zu problemlösungsorientierter Anwendung kulturvergleichender Studien bzw. Ansätze • Entwicklung eines ganzheitlichen Verständnisses im Umgang mit Cross-Cultural-Effekten in der Organisation			
Handlungskompetenz:			
• Befähigung zu versiertem Agieren in interkulturellen Situationen			
Sozialkompetenz:			
• Entwicklung von interkultureller (Kommunikations)Kompetenz • Entwicklung von Teamfähigkeit durch gruppenbezogene Erarbeitung der Leistungsanforderungen			
Inhalt:			
<i>Cross-Cultural-Effekte in der Organisation:</i>			
• Definition des Kulturbegriffs und Modelle zur Abbildung von Kultur			

• Kulturvergleichende Studien • Ausgewählte Aspekte des Interkulturellen Managements / Marketings • Ausgewählte Aspekte der Interkulturellen Handlungskompetenz im Unternehmen • Kulturelle Neurowissenschaft
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.23 Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM)			
Modulkürzel:	Deutsch 1 für Bildungsausländer	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Dimitra Wittmann (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM)		
Lehrformen des Moduls:	U/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einfache Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen.			

Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.
Inhalt:
<i>Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM):</i> Im Modul werden Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden mit Fokus auf mündlichen Ausdruck und Lese- und Hörverständnis grundlegend vermittelt. Alltagssituationen stehen inhaltlich im Mittelpunkt (Vorstellen, Auskünfte einholen und Auskünfte geben v.a. beim Einkaufen und Wegbeschreibungen, allgemeine Konversation).
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.24 Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM)			
Modulkürzel:	Deutsch 2 für Bildungsausländer	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Dimitra Wittmann (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM)		
Lehrformen des Moduls:	U/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM):			

Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, Situationen des Alltagslebens auch in formelleren Kontexten kommunikativ zu bewältigen. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.
Inhalt:
<i>Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM):</i> Im Modul werden die Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut und verstärkt der schriftliche Ausdruck eingeübt (Stellungnahmen zu Texten, Pro und Contra-Argumentationen, erste Briefe werden erarbeitet). Neben allgemeinen Themen wird besonders auf den Einsatz landeskundlicher Materialien geachtet.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.25 Digital Business			
Modulkürzel:	Digital Business	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Simon Gollisch
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Digital Business
Lehrformen des Moduls:	U/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fachkompetenz und Methodenkompetenz Im Rahmen der Veranstaltung werden die Studierenden umfassend in die Grundlagen der digitalen Unternehmensführung und -entwicklung eingeführt, wobei auch modernste Technologien und Entwicklungen eine zentrale Rolle spielen. Dies umfasst nicht nur die grundlegenden Prinzipien der Digitalisierung, sondern bezieht auch AI-Technologien wie Chat-GPT von OpenAI in die Betrachtung ein. Die Studierenden erlangen ein tiefes Verständnis für die technischen Grundlagen der Digitalisierung, die treibenden und hemmenden Kräfte derselben sowie für deren gesellschaftlichen Auswirkungen. Besondere Aufmerksamkeit wird den Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz (AI) gewidmet, da diese maßgeblich zur Transformation des digitalen Geschäftsumfelds beitragen. Handlungskompetenz Die Studierenden entwickeln im Verlauf des Moduls die Fähigkeiten, in Teams effizient zu arbeiten und dabei moderne Kommunikationsmittel wie Chat-GPT von OpenAI optimal einzusetzen. Dies ermöglicht ihnen, Prozesse zielorientiert und effizient zu gestalten, insbesondere bei der Recherche und Präsentation von Ergebnissen. Die Berücksichtigung wissenschaftlicher Leitfragen, die Zusammenstellung von interdisziplinären Teams und die Einhaltung von Zeitvorgaben sind zentrale Elemente. Dies gewährleistet, dass die Studierenden in der digitalen Geschäftswelt erfolgreich agieren und innovative Technologien wie Chat-GPT effektiv nutzen können. Sozialkompetenz Das Modul fördert die Fähigkeit der Studierenden, sich beruflich im Kontext des Megatrends der Digitalisierung zu orientieren und ihre berufliche Entwicklung entsprechend anzupassen. Sie lernen, ihr eigenes Leben eigenverantwortlich in diesem digitalen Umfeld zu gestalten und dabei auf moderne AI-Tools wie Chat-GPT zurückzugreifen. Das Modul beschäftigt sich intensiv mit unternehmerischen Herausforderungen im Zusammenhang mit der digitalen Unternehmensentwicklung und den Potenzialen, die die Künstliche Intelligenz bietet. Die Studierenden arbeiten verantwortungsbewusst und kooperativ in Expertenteams zusammen, um komplexe Themen zu recherchieren und Ergebnisse zu präsentieren, wobei	

sie auch auf AI-Technologien zurückgreifen können. Sie entwickeln die Fähigkeit, vorausschauend Probleme im Team zu lösen und komplexe Themen verständlich und überzeugend zu erklären, auch unter Zuhilfenahme von AI-unterstützten Tools. Dies ermöglicht den Studierenden nicht nur, in einer digitalisierten Geschäftswelt erfolgreich zu agieren, sondern auch aktiv zur Gestaltung dieser Welt beizutragen, indem sie innovative Technologien wie z.B. Chat-GPT und ähnliche Tools in ihren beruflichen Alltag integrieren.

Inhalt:

- 1: Einführung & Grundlagen
 - 1.1 Die Digitale Transformation verstehen
 - 1.2 Historische Entwicklung digitaler Geschäftspraktiken
 - 1.3 Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesellschaft
 - 1.4 Die Rolle von OpenAI, Chat-GPT und ähnlichen Technologien in der Digitalisierung
- 2: Big Data & Artificial Intelligence
 - 2.1 Grundlagen von Big Data
 - 2.2 Data Analytics und Datenverarbeitung
 - 2.3 Künstliche Intelligenz (AI) und Machine Learning
 - 2.4 Anwendungen von AI in der Wirtschaft
 - 2.5 Ethik und Datenschutz im Kontext von Big Data und AI
- 3: Digital Strategy Development
 - 3.1 Die Bedeutung einer Digitalstrategie
 - 3.2 Schritte zur Entwicklung einer Digitalstrategie
 - 3.3 Integration von AI in die Unternehmensstrategie
 - 3.4 Implementierung und Überwachung der Digitalstrategie
 - 3.5 Fallstudien erfolgreicher Digitalstrategien
- 4: Digitale Geschäftsmodelle
 - 4.1 Konzeption und Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle
 - 4.2 Plattformökonomie und Ökosysteme
 - 4.3 Monetarisierung digitaler Angebote
 - 4.4 Disruptive Innovation und digitale Geschäftsmodelle
 - 4.5 Analyse von bestehenden digitalen Geschäftsmodellen
- 5: Digitale Geschäftsprozesse
 - 5.1 Prozessoptimierung im digitalen Zeitalter
 - 5.2 Automatisierung und Workflow-Management
 - 5.3 Integration von AI in Geschäftsprozessen
 - 5.4 Agiles Projektmanagement in digitalen Umgebungen
 - 5.5 Kontinuierliche Verbesserung digitaler Geschäftsprozesse

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8 c APO) (Digital Business)
 Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:

- Bleiber, R. (2020). Digitale Geschäftsmodelle: Neue Potenziale in kleinen und mittleren Unternehmen

erkennen und erfolgreich umsetzen. Haufe.

- Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T. (2019). Digital Business and E-Commerce Management (7. Aufl.). Pearson.
- Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2020). Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World. Harvard Business Review Press.
- Malik, F. (2013). Management: Das A und O des Handwerks (2. Aufl.). Campus Verlag.
- Marchesi, C. (2020). Daten als Treiber der digitalen Transformation. In S. Gatzju Grivas (Hrsg.), Digital Business Development (S. 111–130). Springer.
- Wirtz, B. W. (2019). Digital Business Models: Concepts, Models, and the Alphabet Case Study. Springer.

2.5.26 Digitalisierung und KI in Buchführung und Steuern

Modulkürzel:	Digitalisierung und KI in Buchf. u. Steuern	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Digitalisierung und KI in Buchführung und Steuern		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren der Fachspezifischen Pflichtmodule Betriebliche Steuern und Buchführung und Bilanzierung		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden lernen Kenntnisse über Anwendungsfelder der Digitalisierung und KI in Buchführung und Steuern. Daneben werden auch entsprechende Softwarelösungen anhand von Praxisfällen dargestellt. Auf der Grundlage der theoretischen Grundlagen der Buchführung, Ertragssteuerrecht, Jahresabschluss, Unternehmensbewertung, Abschlussprüfung und Unternehmensbewertung erlernen die Studierenden welche Potentiale in der Digitalisierung und KI in Buchführung und Steuern liegen, aber auch welche Regularien zu beachten sind.			

Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage ausgewählte Lösungen im Kontext von Digitalisierung und KI in Buchführung und Steuern anzuwenden. 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. Der mündliche Vortrag schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.
Inhalt: Aufbauend auf dem Fachspezifischen Pflichtmodulen Betrieblichen Steuern sowie Buchführung und Bilanzierung werden Kenntnisse der Datev Software vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: 1. Datev Fallstudie Kanzlei Praxis (Buchführung, Erstellung von Handels- und Steuerbilanz, Steuererklärungen) 2. Anwendungsfelder für den Einsatz von KI in der Buchführung und Steuerberatung 3. Rechtliche Rahmenbedingungen von Digitalisierung und KI in Buchführung und Steuern 4. Einsatz von Datenanalyse-Tools in Buchführung und Steuern
Studien- / Prüfungsleistungen: Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: Anzinger, Andresen, Bärsch, Köppe-Karkutsch, Berhardt: Digitalisierung im Steuerrecht – ein Handbuch, 1. Aufl. 2025

2.5.27 Diversity, Equity & Inclusion			
Moduldauer	1 Semester	SPO-Nr.:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	Betriebswirtschaft	SPWPM, WPM	SS
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
	Kontaktstunden:		47 h

Arbeitsaufwand:	Selbststudium:	103 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Lehrform:	seminaristischer Unterricht	
Ziele:		
Fach- und Methodenkompetenz: • Umfassendes Verständnis hinsichtlich der Konzepte Diversity, Equity und Inclusion (DEI) im wirtschaftlichen Kontext • Kenntnis relevanter Theorien, Modelle und aktueller Forschungsergebnisse im Bereich DEI und deren Anwendung in HR-Prozessen • Fundiertes Wissen bezüglich des globalen HRM • Bedeutung interkultureller Aspekte für das Diversity Management • Kenntnis relevanter Strategien, Methoden und Maßnahmen zur Berücksichtigung DEI-bezogener Anforderungen in Unternehmen • Wissen bezüglich der Möglichkeiten der Digitalisierung für die Gestaltung diverser, inklusiver Arbeitswelten Handlungskompetenz: • Fähigkeit zur Analyse von Organisationen und betrieblichen Handlungsfeldern im Hinblick auf DEI-Aspekte • Anwendung von DEI-Prinzipien in verschiedenen (digitalisierten) HR-Funktionsbereichen • Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Förderung von DEI • Gestaltung inklusiver Arbeitsprozesse und Kommunikationsstrukturen auch in virtuellen und hybriden Arbeitsumgebungen • Entwicklung und Implementierung situationsangepasster DEI-Initiativen • Diversitätskompetentes Handeln in unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen und Rollen sowie herausfordernden Situationen Persönliche Kompetenz und Sozialkompetenz: • Sensibilisierung für eigene Vorurteile und deren Auswirkungen • Achtsamkeit und Perspektivenübernahme im Umgang mit Diversität • Entwicklung interkultureller Kompetenz und Empathie • Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten und der Konfliktlösungskompetenz in diversen Teams • Stärkung der kritischen Reflexion und Fähigkeit zum konstruktiven Umgang mit Vielfalt		
Inhalte:		
Die Megatrends Globalisierung, Demografischer Wandel, Future of Work und Digitalisierung prägen die Arbeitswelt. In diesem Unternehmenskontext spielen die Konzepte Diversity, Equity und Inclusion (DEI) eine zentrale Rolle. Dieser Kurs bietet Wirtschaftsstudierenden eine fundierte Einführung in die Theorie und Praxis von DEI im betrieblichen Bereich. Der Erwerb kritischer Analysefähigkeiten zur Bewertung von DEI-Strategien und deren Umsetzung in globalisierten, digitalen Arbeitsumgebungen sowie die Erhöhung der persönlichen Diversitätskompetenz bereiten auf die Herausforderungen einer diversen Arbeitswelt vor. Der Kurs verbindet aktuelle Forschungserkenntnisse mit praxisnahen Fallstudien und interaktiven Übungen. Schwerpunkte liegen auf interkulturellen Kompetenzen, ethischen Fragestellungen und der Integration von DEI in moderne HR-Praktiken. Ausgewählte Themenfelder • Grundlagen und Begriffsdefinitionen von Diversity, Equity und Inclusion • Rechtliche und ethische Aspekte • Diversity-Dimensionen		

• Diskriminierung am Arbeitsplatz • Unconscious Bias und dessen Auswirkungen • Förderung von Diversity, Equity & Inclusion im Rahmen des globalen Human Resource Management • Interkulturelle Aspekte und interkulturelle Kompetenz • Kommunikation und Konfliktmanagement in diversen Arbeitsumgebungen • Chancen • Bedeutung der Digitalisierung für das Diversity Management • Die Rolle von Führungskräften bei der Förderung von Diversity, Equity & Inclusion • Integrative Organisationsgestaltung • Change-Management zur erfolgreichen Implementierung von DEI-Initiativen
Prüfungsart:
Studienarbeit und Referat
Literatur:
Becker, Manfred: Systematisches Diversity Management – Konzepte und Instrumente für die Personal- und Führungspolitik. Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2015. Genkova, Petia und Ringeisen, Tobias (Hrsg): Handbuch Diversity Kompetenz – Band 1: Anwendungsfelder und Perspektiven. Wiesbaden: SpringerGabler 2016. Genkova, Petia und Ringeisen, Tobias (Hrsg): Handbuch Diversity Kompetenz – Band 2: Gegenstandsbereiche. Wiesbaden: SpringerGabler 2016. Hucke, Veronika: Mit Vielfalt und Fairness zum Erfolg – Praxishandbuch für Diversity und Inclusion in Unternehmen. Wiesbaden: SpringerGabler 2017. Krell, Gertrude u.a.: Gender und Diversity in Organisationen – Grundlegendes zur Chancengleichheit durch Personalpolitik. Wiesbaden: SpringerGabler 2018. Schach, Annika: Diversity & Inclusion in Strategie und Kommunikation: Vielfalt in Konzeption, Kultur und Sprache im Unternehmen. Wiesbaden: SpringerGabler 2023. Venegas, Barbara, Thill, Katharina und Domnanovic, Julia: Personalmanagement - Internationale Perspektiven und Implikationen für die Praxis. SpringerGabler 2018.
Medienformen:
Wissensinput, Diskussionsrunden, Rollenspiele, Fallbeispiele, persönliche Analysen und Bestandsaufnahmen, Selbst- und Gruppenreflexionen, systemische Methoden, Feedback, Videos
Empfohlene Voraussetzungen:
Personalführung, Modul 2080
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.

2.5.28 Empirische Wirtschaftsanalyse mit R

Modulkürzel:	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Christine Dauth, Prof. Dr. Barbara Hedderich		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Betriebsstatistik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Empirische Wirtschaftsanalyse mit R:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
- Die Studierenden lernen die verschiedenen Phasen <u>echter</u> Datenanalyseprojekte kennen. Echt bedeutet, dass die Studierenden reellen Kunden zuarbeiten und diese Projekte wichtige Informationen für tatsächliche Entscheidungen der jeweiligen Projektkunden liefern. Die Phasen reichen von der Klärung des Analysebedarfs hin zur Interpretation und Präsentation der Ergebnisse. - Die Studierenden wissen welche unterschiedlichen Fragetypen es gibt und wie ein Fragebogen aufgebaut ist. - Die Studierenden sind mit Datenschutzrechtlichen und ethischen Aspekten bei der Datenerhebung vertraut. - Darüber hinaus verfügen sie über Grundkenntnisse und in Teilbereichen detaillierte Kenntnisse von R zur Bearbeitung und Analyse von Befragungsdaten.			
Handlungskompetenz:			
- Die Studierenden wissen, wie sie die erlernten theoretischen Kenntnisse in echten Projekten einsetzen, die sie von Erstgesprächen mit den Kunden bis zur Übergabe der Projektergebnisse betreuen. Sie sind in der Lage Fragestellungen gemeinsam mit dem Kunden zu identifizieren und einen geeigneten Lösungsansatz zu finden. - Die Studierenden können die Projektmanagementkenntnisse aus anderen Veranstaltungen praktisch anwenden. Sie trainieren zudem Ihre Selbstregulation und Teamfähigkeit, d.h. die Fähigkeit sich selbst zu organisieren, Zeit zu managen und effektiv in der Gruppe zu arbeiten.			

- Die Studierenden wenden die erlernten Analysefähigkeiten mit RStudio professionell in ihren Echtprojekten an und erweitern diese. Sie sind in der Lage ihre Ergebnisse selbsterklärend, übersichtlich und klar darzustellen, zu visualisieren und zu interpretieren.

Sozialkompetenz:

- Die Studierenden lernen effizient mit den Kunden ihrer Projekte zu kommunizieren, deren Wünsche zu erfassen, offene Fragen zu klären, und die Arbeitsergebnisse übersichtlich zu präsentieren.
- Die Projektbearbeitung in Teams fördert Kommunikation, Teamarbeit und die Konfliktlösungskompetenz zwischen den Studierenden.

Inhalt:*Empirische Wirtschaftsanalyse mit R:*

- Empirische Analyse, in der Regel von Befragungsdaten, für ein ausgewähltes Echt-Projekt
- Konstruktion von Fragebögen und Übertragung in ein Online-Befragungstool
- IT-gestützte Datenerhebung
- Aufbereitung und Analyse der Daten anhand von R mit Interface RStudio (z.B. Skript-Erstellung und -Verwaltung, wichtige Statistikprozeduren, Datenvisualisierung)
- Statistische Analyse und Interpretation von erhobenen Daten
- Aufbereitung der Ergebnisse in Präsentation für Kunden

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Ismay, Chester and Kim, Albert Y. (2020): Statistical Inference via Data Science: A ModernDive into R and the Tidyverse. Available at: <https://moderndive.netlify.app/index.html> [accessed on September 29, 2021].

Sauer, Sebastian (2019): Moderne Datenanalyse mit R: Daten einlesen, aufbereiten, visualisieren, modellieren und kommunizieren, Wiesbaden, Springer Gabler.

Weitere Literaturhinweise stehen auf Moodle zur Verfügung.

2.5.29 English for Specific Purposes

Modulkürzel:	English for Specific Purposes	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	English for Specific Purposes
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Sehr gute Englischkenntnisse. Idealerweise Englischmodule aus dem Pflichtbereich bereits abgelegt.
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fachkompetenz und Methodenkompetenz: • Die Studierenden vertiefen vorhandene Sprachkenntnisse in einem speziellen Themengebiet und erweitern ihr Wissen an spezifischer Terminologie. • Die Studierenden wenden vorhandenes Fachwissen und Kompetenzen aus den zwei anderen Studienbereichen (Wirtschaft und Kultur) in der Fremdsprache an. • Die Studierenden erschließen Informationen eigenständig über das Internet. • Die Studierenden beschreiben und bewerten Strategien und Konzepte aus dem gewählten Themenbereich, je nach Aufgabenstellung mündlich oder schriftlich. • Sie entwickeln bestehende Meeting-Strategien weiter, erweitern ihre fachbezogenen Diskussions-, Moderations- und Präsentationstechniken und verbessern ihre Verhandlungsfähigkeiten mit besonderer Berücksichtigung interkultureller Beziehungen und interkultureller Kommunikation. Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz: • Die Studierenden reflektieren erarbeitete Ziele und gestalten die notwendigen Prozesse eigenständig und nachhaltig. • Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial im Team ein und lösen Probleme und Aufgaben gemeinsam und vorausschauend. • Sie erläutern komplexe Themen verständlich und korrekt, vertreten ihren Standpunkt argumentativ und entwickeln diesen gemeinsam weiter. • Die Studierenden geben ihren Kommilitonen im Rahmen ihrer Präsentation wertschätzendes Feedback. Handlungskompetenz: Die Studierenden gestalten die für die Erschließung des Themenbereiches notwendigen Prozesse zielorientiert und effizient, unter Berücksichtigung der Teamkonstellation sowie der eigenen Ziele und wenden dabei die erforderlichen sprachlichen Mittel korrekt an. Sie gestalten ihre Texte in der Zielsprache inklusiv, gerecht und genderneutral. Spezielle Kompetenz: Interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden sind sich der kulturellen Vielfalt in modernen Unternehmen bewusst und wissen um die Notwendigkeit der besonderen Berücksichtigung interkultureller Beziehungen und interkultureller Kommunikation im beruflichen Alltag. Sprachkompetenz: Die Studierenden beherrschen entsprechendes Fachsprachregister kompetent. Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden elektronische	

Hilfsmittel zur Organisation ihrer Gruppenarbeiten, zur Kommunikation in der Zielsprache und zur Erstellung von Präsentationen, Postern u.a.

Inhalt:

Das Modul führt in die Konventionen fachorientierter Kommunikation in einem globalen Kontext ein. Es wird Fachsprache erarbeitet und angewandt, die die Studierenden in ihrem späteren beruflichen Umfeld nutzen, und es werden Strategien zur Förderung einer effektiven adressatenspezifischen, fachsprachigen Kompetenz entwickelt. Es handelt sich hierbei entweder um spezifische Fertigkeiten (z.B. das Erstellen einer professionellen Bewerbungsmappe) oder aber entsprechendes Fachsprachregister, z.B. für den gewählten Schwerpunkt.

Themenbereiche können u.a. sein:

- Job Application / Recruitment / Human Resources
- Hospitality and Tourism
- Accounting and Finance / International Trade
- Marketing / International Management / Working Across Cultures

Studien- / Prüfungsleistungen:

Projektarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Aktuelle Literatur wird im Kurs bekannt gegeben.

2.5.30 Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern)

Modulkürzel:	Existenzgr.planspiel (CampusCup Bay.)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Prof. Dr. Markus Skripek
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 30 h Gesamtaufwand: 75 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern)
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern):</i> Der "Campus-Cup Bayern" ist ein dreistufiger Planspielwettbewerb (Campus-Cup, Master-Cup, Champions-Cup) für Studierende aller Fachrichtungen an bayerischen Hochschulen. Die Ziele sind das frühzeitige Heranführen der Studierenden an unternehmerische Entscheidungsprozesse, die Förderung des unternehmerischen Denkens und Handelns, die Entwicklung von interdisziplinärer Teamfähigkeit und das Erlernen von professionellem Präsentieren. Die Teilnehmenden sollen die Komplexität und das Ineinandergreifen volks- und betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge in der Simulation nachempfinden. Fach- und Methodenkompetenz: Nach dem Besuch dieser Veranstaltung sollen die Studierenden die betriebswirtschaftlichen Prozesse in allen Funktionsbereichen eines Unternehmens kennen, erklären und aktuelle Sachverhalte und Entwicklungen dieser Prozesse analysieren und beurteilen können. Ferner sind sie in der Lage, aus dem Datenmaterial der Bilanz und der GuV das Unternehmen richtig beurteilen und Entscheidungen unter Unsicherheit ableiten zu können. Sie sind in der Lage, mit Hilfe der Deckungsbeitragsrechnung ein optimales Absatzprogramm zu erstellen, eine Unternehmensbewertung anhand unterschiedlicher Verfahren durchführen zu können. Handlungskompetenz: Die Studierenden kennen und verstehen die betrieblichen Zusammenhänge und beherrschen die gelernten Methoden, um im Berufsleben kompetente Gesprächspartner zu sein oder um die Themen der Lehrveranstaltungen des Bachelor und Masterstudiums verstehen zu können. Sozialkompetenz: Permanentes Treffen von Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt unter Zeitdruck. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) strategischer Fragestellungen im Zuge des Unternehmensplanspieles. Transformation komplexer Sachverhalte in vermittelbare Entscheidungsvorlagen sowie Entscheidung unter Unsicherheit. Vermittlung, Präsentation und Verteidigung komplexer Sachverhalte z.B. im Zuge des Venture Capital Raising. Erarbeiten und Zusammenführen unabhängiger Projekte zu einer Gesamtstrategie z.B. für die Durchführung einer wettbewerbsfähigen Marktstrategie.	
Inhalt:	
<i>Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern):</i>	

Die Teilnehmer werden mit den Themen der Existenzgründung und der strategischen Unternehmensführung im Campus-Cup vertraut gemacht. Nach Erstellung eines Businessplans erfolgt der Markteintritt. In Planspielsequenzen werden Marktszenarien im Wettbewerb simuliert, in denen die getroffenen Entscheidungen betriebswirtschaftlich das Unternehmen beeinflussen. Begleitet werden die Spielsequenzen durch kurze theoretische Auffrisch- bzw. Einführungsphasen. Eine Abschlusspräsentation im Team mit Rück- und Ausblick rundet das Planspiel ab
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.31 Fallstudien Organisation und Management			
Modulkürzel:	OM_Fallstudien Organisation/Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Fallstudien Organisation und Management		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfohlenes Semester: 4 und 5		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fallstudien Organisation und Management:			

Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, im Team eine praxisorientierte Fallstudie als Projekt aus dem angebotenen Themenbereich zu bearbeiten (z.B. Wissensmanagement). Nach aktuellen Verfahrensweisen werden zu bergende Potenziale identifiziert und ein wissenschaftlich fundiertes Konzept zur Verbesserung erstellt. Digitalisierungskompetenz. Handlungskompetenz: Die Studierenden können die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse umfänglich einsetzen und praxisorientiert erproben. Transferkompetenz auf neue Unternehmensszenarien. Sozialkompetenz: Die Bearbeitung der Fallstudie im Team entwickelt Teamfähigkeit, bietet Erkenntnisse und Reflexion über das Verhalten in Gruppen und die eigene Position. Kommunikationskompetenz durch Gruppenarbeiten und Präsentationen.
Inhalt:
<i>Fallstudien Organisation und Management:</i> Die Studierenden erarbeiten in Projektgruppen eine Lösung für einen spezifischen Anwendungsfall, der sich an Problemstellungen aus der Praxis orientiert. Dabei setzen sie die bisher erworbenen Kenntnisse ein und unterstützen die Lösungssuche – sofern möglich – mit einem Software-Tool.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.32 Fallstudien zur Unternehmensbesteuerung			
Modulkürzel:	Fallstudien zur Unternehmensbesteuerung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Fallstudien zur Unternehmensbesteuerung
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren der Fachspezifischen Pflichtmodule Betriebliche Steuern und Buchführung und Bilanzierung
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden lernen Kenntnisse über die Unternehmensbesteuerung im Hinblick auf verschiedene Praxisfälle. Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls können sie die steuerlichen Konsequenzen in verschiedenen Praxisfällen darstellen und daraus auch Handlungsempfehlungen ableiten. Auf der Grundlage des Ertragssteuerrechts lernen die Studierenden, diese auf verschiedene Praxisfälle anzuwenden, die zugleich den Entwicklungszyklus eines Unternehmens (von der Gründung bis zur Übertragung) abbilden. Neben den EStG, KStG und GewStG wird auch auf die Grundzüge auf das UmwStG eingegangen. Zugleich werden die Grundzüge des steuerlichen Verfahrensrechts (insb. Abgabenordnung) sowie des Gesellschaftsrechts behandelt, weil nur dies eine umfassende ertragssteuerliche Beurteilung der Praxisfälle erlaubt. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage das Ertragssteuerrecht in ausgewählten Praxis-Fällen anzuwenden. 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. Der mündliche Vortrag schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.	
Inhalt:	
Aufbauend auf dem Fachspezifischen Pflichtmodulen Betrieblichen Steuern sowie Buchführung und Bilanzierung werden Kenntnisse der Unternehmensbesteuerung im Fällen vermittelt.	

Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen.

Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte:

1. Die Einkunftsarten des EStG
2. Besteuerung von Kapital- und Personengesellschaften
3. Besteuerung von Unternehmensgruppen
4. Besteuerung von Unternehmensverkäufen
5. Besteuerung von Umwandlungen
6. Steuerverfahrensrecht
7. Gesellschaftsrechtliche Grundlagen der Unternehmensbesteuerung

Studien- / Prüfungsleistungen:

Mündliche Prüfung, 20 Minuten

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

Literatur:

Freichel, Christoph / Brähler, Gernot / Krenzin, Andreas / Lösel, Christian: Ertragsteuern, 7. Auflage 2022
Grobshäuser, Uwe / Maier, Walter / Kies, Dieters / Maier, Hartwig: Besteuerung der Gesellschaften, 7. Auflage 2022

Kußmaul, Heinz: Steuern – Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 5. Auflage 2023

Lutz, Karl: Steuerlehre, 26. Auflage 2023

Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen I, 14. Auflage 2020

2.5.33 Französisch 1 (für Anfänger)

Modulkürzel:	Französisch 1 P	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh, Sabine Emrich (durchführend), Geraldine Paul (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Französisch 1 (für Anfänger)
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine, Kurs für Anfänger
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz Die Studierenden - erwerben lexikalische und grammatische Grundkenntnisse der italienischen Sprache - sind in der Lage einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen - können sich zu vertrauten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze verständigen - sind in der Lage einfache Mitteilungen zu verfassen und Formulare mit persönlichen Angaben auszufüllen - können die behandelten grammatischen Phänomene in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren Handlungskompetenz Die Studierenden - können in vertrauten einfachen dialogischen Alltagssituationen mit einfachen sprachlichen Mitteln sowohl mündlich als auch schriftlich kommunizieren - können einfache alltägliche Gegebenheiten der italienischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in diesen Kontexten angemessen verhalten Sozialkompetenz Die Studierenden - arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können - erwerben eine grundlegende Fähigkeit zur Integration durch grundlegende italienische Sprachkenntnisse sind sensibilisiert für interkulturelle Unterschiede durch die Vermittlung landeskundlicher Aspekte	
Inhalt:	
Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden mit Fokus auf mündlichen Ausdruck und Lese- und Hörverständnis grundlegend vermittelt.	

Alltagsthemen und deren Idiomatik in vorwiegend dialogischen Situationen stehen im Mittelpunkt: • Begrüßen, Vorstellen, nach dem Befinden fragen • Nach Wohnort und Beruf und Arbeitsort fragen und Auskunft geben • Eine Stadt beschreiben, nach dem Weg fragen, Weg mit Verkehrsmitteln beschreiben • Lebensmittel einkaufen, Geschäfte und ihre Produkte • Uhrzeit, Tageszeit und Öffnungszeiten erfragen und angeben • Im Restaurant bestellen und das Essen bewerten (einführend) Authentische einfache kurze Hör- und Videotexte zu Alltagssituationen Kurze einfache Lesetexte auch zu landeskundlich und interkulturell relevanten Themen Es wird ein Wortschatz erarbeitet, der Gespräche über Alltagsthemen ermöglicht. An grammatischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Ausspracheregeln und Grundlagen der Orthografie, „Liaison“, Phonetik • bestimmte und unbestimmte Artikel, Teilungsartikel, Mengenangaben • Plural der Substantive • Subjektpronomen, betonte Pronomen (moi, toi, vous) • Fragesatz • Die Verben „être/avoir/faire/aller/prendre“ • Modalverben • regelmäßige Verben • Adjektive • Orts- und Zeitpräpositionen
Studien- / Prüfungsleistungen: schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: • JAMBON, Krystelle , Susanne SCHAUF und Jacqueline SWORD , 2013. <i>Voyages neu A1: Kurs- und Übungsbuch</i>. Klett Sprachen GmbH

2.5.34 Französisch 2 (für Fortgeschrittene)			
Modulkürzel:	Französisch 2 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh, Sabine Emrich (durchführend), Geraldine Paul (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Französisch 2 (für Fortgeschrittene)
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Kurs Französisch 1 (bis Lekt. 6)
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden - erwerben weitere lexikalische und grammatische Kenntnisse der französischen Sprache - sind in der Lage einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen und dem Textmaterial spezifische Informationen zu entnehmen und zusammenzufassen - können sich zu bekannten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze in Dialogen verständigen - sind in der Lage einfache Mitteilungen sowie einfache Beschreibungen zu verfassen - können über Absichten und Projekte sprechen - können die behandelten grammatischen Strukturen, Syntax und Lexik in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren Handlungskompetenz: Die Studierenden - sind in der Lage, Alltagssituationen, sowie einfache berufsbezogene Situationen in französischer Sprache kommunikativ zu bewältigen und die erworbenen Kenntnisse „wie im richtigen Leben“ in die Praxis umzusetzen - können einfache alltägliche Gegebenheiten der französischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in diesen Kontexten angemessen verhalten Sozialkompetenz: Die Studierenden - arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können - vertiefen ihre Fähigkeit zur Integration durch erweiterte französische Sprachkenntnisse und ein stärkeres interkulturelles Bewusstsein	
Inhalt:	
Im Modul werden die Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse wiederholt und ausgebaut.	

Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut und verstärkt der schriftliche Ausdruck eingeübt. Alltagssituationen stehen inhaltlich im Mittelpunkt: • Im Restaurant: das Essen bestellen und bewerten, über Ernährungsgewohnheiten sprechen bzw. Fragen stellen etc... • Kleidung einkaufen: Farben und Material angeben, über Einkaufsgewohnheiten sprechen, Gefallen äußern (Zustimmung und Widerspruch, Vergleich) • Urlaub: Reiseziele angeben, Länder- und Ortsnamen, Monatsnamen, Jahreszeiten, Datumsangabe • Familie und Freunde: Charakter und Aussehen einer Person beschreiben, über Beziehungen sprechen, Überraschung, Freude, Bedauern äußern, Verwandtschaftsbezeichnungen • Freizeit: Aktivitäten und Hobbys nennen, sich nach Freizeitangeboten erkundigen, etwas mieten, Vorschläge machen, Treffpunkt vereinbaren, Postkarte schreiben An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Regelmäßige und unregelmäßige Verben • Passé composé • Futur proche • Fragen mit Fragewort • Häufigkeitsangaben • Adverbien • Farbadjektive • Objektpronomen • Demonstrativbegleiter • Verneinung • Vergleich • Mengenangaben
Studien- / Prüfungsleistungen: schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: • JAMBON, Krystelle, Susanne SCHAUF und Sword JACQUELIN , 2013. <i>Voyages neu A1: Kurs- und Übungsbuch</i>. Klett Sprachen GmbH

2.5.35 Französisch 3 (Intensivierung)			
Modulkürzel:	Französisch (Intensivierung)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh, Sabine Emrich (durchführend), Geraldine Paul (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Französisch 3 (Intensivierung)
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Französisch 2 bzw. entsprechende Kenntnisse, Interesse an französischsprachigen Kulturen
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden • können häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen und sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht • verfügen über Grundwissen über sprachliche Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik • verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln. Handlungskompetenz: Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel auch für formellere und arbeitsbezogene Kontexte gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sozialkompetenz: Die Studierenden • reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig • bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein • leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext • lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend • übernehmen Verantwortung für ein Team	
Inhalt:	
Im Modul werden die Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung weiter vertieft und Kenntnisse der Zielkultur ausgebaut.	

Die vier Grundfertigkeiten werden weiter ausgebaut. Themenbereiche wie Telefonieren, eine Wohnungsanzeige verstehen und schreiben, Termine vereinbaren, E-Mails schreiben werden behandelt.

Vermittlung von spezifischem Wortschatz, der es erlaubt grundlegende Situationen im Geschäftsleben kommunikativ zu bewältigen.

Unternehmensaufbau, Berufsbezeichnungen der einzelnen Abteilungen werden anhand praktischer Übungen intensiviert.

An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:

- Conditionnel presente
- Imparfait
- Komparativ und Superlativ
- Zeitangaben
- Relativpronomen
- Futur Simple

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- Mitchell, Margaret/Fleuranceau, Ariane: *Pour parler affaires A2/B1-Méthode de français commercial*, Klett Verlag, Stuttgart 2015
 - Jambon, K., Schauf, S. & Sword, J. (2013), *Voyages neu A2: Kurs- und Übungsbuch mit Audios*, Klett Sprachen GmbH
- Ergänzende Materialien werden verteilt.
- Im Sprachlabor werden Hörmaterialien eingesetzt.

2.5.36 Führung, Kommunikation, Wertschätzung

Modulkürzel:	Führung, Kommunikation, Wertschätzung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Cornelius Pöpel
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Führung, Kommunikation, Wertschätzung
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
In diesem Seminar geht es darum, einen praktischen Einblick in die Kultur und Methoden des Führens im benediktischen Stil zu bekommen. Ziel ist es, sich selbst über seine Werte und Stärken als Gerüst für zukünftige Führungsaufgaben bewusst zu werden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden gängige Führungsmuster hinterfragen und ihren eigenen persönlichen Stil im Führungsbereich wahrnehmen. Die im Seminar angewandten Methoden und Beispiele sind praxisorientiert und sollen einen Transfer des Erlernten in den Alltag der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ermöglichen.	
Inhalt:	
Manche Studierende sind die Chefs von morgen. Umso wichtiger ist es, bereits im Studium gemeinsam über eine zukünftige Führungsverantwortung nachzudenken und ethisch relevante Reflexionsmuster wahrzunehmen und einzuüben. In diesem Seminar wollen wir dies in Verbindung mit der Tradition und Praxis der Führungskompetenz während der Blockwoche in einem der bekanntesten Benediktinerklöster Deutschlands tun: in der Abtei Münsterschwarzach. Die klösterliche Atmosphäre ermöglicht es, spezifisch neue Perspektiven einzunehmen. Im Seminar werden Wertmaßstäbe reflektiert und eigene Bedürfnisse und Stärken ermittelt. Wir werden am Rhythmus des Klosterlebens teilhaben und den Tag im Wechsel aus Seminareinheiten und Besinnungszeiten gestalten. Weiterhin werden wir dabei das Kloster auch als Wirtschaftsbetrieb (etwa 300 Angestellte) kennenlernen und als Beispiel für Führung und Führungskultur erleben. Mönche des Klosters, die selbst reichlich Führungserfahrung haben (u.a. Abt P. Fidelis Ruppert, Gästehausleiter Br. Denis, Verlagsleiter und ehemal. Krankenhausdirektor Br. Ansgar) stehen uns immer wieder als Impulsgeber, Vortragende und Diskussionspartner zur Verfügung. Beim Prüfungsworkshop im Dezember werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihre Erfahrungen und Erkenntnisse in Kurzpräsentationen, Diskussionsrunden und Kleingruppenarbeiten aufbereiten und dabei insbesondere der Frage nachgehen, wie der Transfer außerhalb des Klosters gelingen kann. Die Teilnehmer erwarten eine abwechslungsreiche Mischung aus Impulsvorträgen und Klosterleben, Selbstreflexion und praktischen Einzel- und Gruppenübungen. Themenschwerpunkte: Führung und Selbstführung, Wertschätzung und Kommunikation und die Rolle der Führungspersönlichkeit.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Projektarbeit	

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Grün (2006) Menschen führen, Leben wecken, dtv • weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben

2.5.37 Geschäftsprozessmanagement			
Modulkürzel:	OM!_Geschäftsprozessmanagement	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Geschäftsprozessmanagement		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfohlenes Semester: 4 und 5		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Geschäftsprozessmanagement:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Geschäftsprozesse identifizieren, modellieren, analysieren und optimieren; Erkennen der strategischen und operativen Bedeutung des Geschäftsprozessmanagements (GPM) und dessen Potenziale. Digitalisierungskompetenz. Handlungskompetenz: Kenntnis der Methoden zur Identifizierung, Modellierung, Darstellung und Optimierung von Geschäftsprozessen und deren Anwendung. Transferkompetenz auf neue Unternehmensszenarien. Sozialkompetenz: Erkennen des Zusammenhangs zwischen GPM, Projektmanagement und Change Management. Kommunikationskompetenz durch Gruppenarbeiten und Präsentationen.			
Inhalt:			
<i>Geschäftsprozessmanagement:</i>			

- Geschäftsprozesse, Prozesslandkarte
- Prozessorganisation, Prozessüberwachung und Optimierung
- Prozessmanagement und Kennzahlen
- Konzepte zur Einführung eines GPM-Systems und Reifegradmodelle
- Einsatz und Bewertung eines komplexen SW-Tools (ARIS) zum GPM

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- SCHMELZER, Hermann J. und Wolfgang SESSELMANN, . *Geschäftsprozessmanagement in der Praxis: Kunden zufrieden stellen, Produktivität steigern, Wert erhöhen*. München: Hanser. ISBN 978-3-446-44625-0, 3-446-44625-7
- FISCHERMANN, Guido, . *Praxishandbuch Prozessmanagement*. Gießen: Schmidt. ISBN 978-3-921313-86-2, 3-921313-86-4
- SEIDLMEIER, Heinrich, . *Prozessmodellierung mit ARIS: eine beispielorientierte Einführung für Studium und Praxis in ARIS 10*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. ISBN 978-3-658-25956-3

2.5.38 Grundlagen der Berufsbildung

Modulkürzel:	Grundlagen der Berufsbildung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	6	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. jur. Astrid von Blumenthal / Steffen Schirm (durchführend), Norbert Rohn (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Grundlagen der Berufsbildung
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Gründe für die sowie Einflussgrößen, Beteiligte und Mitwirkende bei der betrieblichen Ausbildung kennen. Die Fertigkeiten für die Durchführung einer Berufsausbildung besitzen (Planung, Einstellung, am Arbeitsplatz ausbilden, Beendigung der Ausbildung). Handlungskompetenz: Die Ausbildung von Jugendlichen im Betrieb über sämtliche Phasen (Planung der Ausbildung, Einstellung des Auszubildenden, am Arbeitsplatz ausbilden, Beendigung der Ausbildung mit Zeugniserstellung) durchführen können. Sozialkompetenz: Die Ausbildung und die Eingliederung junger Menschen im Betrieb begleiten und damit ein Unternehmen mit qualifizierten Nachwuchs versorgen.	
Inhalt:	
• Personalbeschaffung, Kosten der Ausbildung, Ziele, Vor-/ Nachteile; Spannungsfeld zwischen Angebot und Nachfrage im Ausbildungssystem; mit den Beteiligten der Ausbildung kooperieren; • Ausbildungsordnung, Aufgaben d. Personalplanung und -entwicklung; Lernorte auswählen, Ausbildung mit Projekten planen; Kooperation mit der Berufsschule; Betrieblicher und individueller Ausbildungsplan; Beurteilung als Leistungskontrolle und Rückmeldung; • Personalentwicklung, Anforderung an schulische Voraussetzungen, Förderung besonderer Zielgruppen; • Auswahlinstrumente festlegen; Vorstellungsgespräch; • Einführungswochen, Integration in den Betrieb; • Rechte und Pflichten der Auszubildenden; Eignung für den Beruf • Entwicklungs- und altersgemäße Gestaltung der Ausbildung; Veränderungen in den Arbeitsanforderungen; • Rückmeldungen geben, Lernverbesserungen verabreden • Kammer- und betriebliches und Berufsschulzeugnis unterscheiden • Anforderungen an ein betriebliches Ausbildungszeugnis.	

Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 60 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Ruschel, A., Arbeits- und Berufspädagogik für Ausbilder in Handlungsfeldern, Ludwigshafen Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.), Ausbildung und Beruf, Rechte und Pflichten während der Berufsausbildung, Bonn und Berlin DIHK Publikationen, Tipps für Ausbilder, Rechte und Pflichten von Ausbildungsbetrieben und Auszubildenden, Broschüre

2.5.39 Grundlagen der Behavioral Finance			
Modulkürzel:	BF_Grundlagen der Behavioral Finance	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler (verantwortl.) / Thorsten Klug (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	53 h	
	Gesamtaufwand:	76 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Grundlagen der Behavioral Finance		
Lehrformen des Moduls:	: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Finanzwirtschaft		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Kenntnisse über...			
• die Grundannahmen der traditionellen Finanztheorie (z. B. Rationalität, Effizienzmarkthypothese) und deren Grenzen und können diese kritisch reflektieren, • zentrale Konzepte und Modelle der Behavioral Finance (Heuristiken, Biases, Prospect Theory, Overconfidence, Mental Accounting etc.) und können diese anwenden, • Methoden zur Identifikation und Analyse von Verhaltensanomalien an Finanzmärkten,			

- wissenschaftliche Studien aus dem Bereich Behavioral Finance, können diese kritisch einzuordnen und sind grundlegend in der Lage Ergebnisse auf praktische Fragestellungen zu übertragen.

Handlungskompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage ...

- eigene und fremde Entscheidungsprozesse im Hinblick auf kognitive Verzerrungen zu reflektieren,
- Handlungsempfehlungen für Finanzakteure und Unternehmen ableiten können, die psychologische Faktoren berücksichtigen,
- erlernte Methoden zur Vermeidung typischer Entscheidungsfehler in der Finanzpraxis einordnen zu können (z. B. Portfolioentscheidungen, Risikoeinschätzung, Marktverhalten).

Sozialkompetenz:

Studierende reflektieren die gesellschaftliche Bedeutung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse (z. B. im Hinblick auf Finanzbildung, Altersvorsorge oder nachhaltige Investitionen).

Inhalt:

Im Modul Behavioral Finance werden die Grundlagen der klassischen Finanzwirtschaft mit den Erkenntnissen der verhaltenswissenschaftlichen Finanzlehre verknüpft, um ein realitätsnäheres Verständnis von Entscheidungsprozessen an Finanzmärkten und bei finanzwirtschaftlichen Entscheidungen zu vermitteln.

Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht.

- Teil 1: Grundlagen & Kognitive Verzerrungen
 - Einführung & Historischer Kontext
 - Kognitive Psychologie für Finanzmärkte
 - Kognitive Verzerrungen – Teil 1: Entscheidungsfindung
 - Kognitive Verzerrungen – Teil 2: Risikowahrnehmung
 - Grenzen der Rationalität – Modelle und Kritik
- Teil 2: Emotionen, Märkte & Anomalien
 - Emotionen und Finanzmärkte
 - Behavioral Finance und Marktanomalien – Teil 1
 - Behavioral Finance und Marktanomalien – Teil 2
 - Herdenverhalten und soziale Einflüsse
- Teil 3: Vertiefung & Ausblick
 - Behavioral Portfolio Theory
 - Nudging und Entscheidungsarchitektur
 - Behavioral Finance und Investment Management
 - Aktuelle Forschung und Ausblick

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 60 Minuten

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

Literatur:

Beck, H.& Beck, K. (2020): *Behavioral Economics. Eine Einführung*. 3. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.

Daxhammer, R. (2018): *Behavioral Finance*. 3. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.

Weiterführende Literatur

Nitzsch, R. von (2006): *Behavioral Finance: Verhaltenswissenschaftliche Ansätze in der Finanzwirtschaft*. Vahlen, München.

Krüger, T. (2018): *Behavioral Finance und Anlegerverhalten: Psychologische Grundlagen für die Finanzberatung*. Springer Gabler, Wiesbaden.

Kahneman, D. & Tversky, A. (1979): Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.

Kahneman, D. (2011): *Schnelles Denken, langsames Denken*. Siedler, München.

Shiller, R.J. (2015): *Irrationale Übertreibungen*. FinanzBuch Verlag, München. (deutsche Übersetzung von *Irrational Exuberance*)

Thaler, R.H. & Sunstein, C.R. (2009): *Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt*. Econ, Berlin.

2.5.40 Grundlagen des Wirtschaftsrechts

Modulkürzel:	Grdl. Wirtschaftsrecht	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Forster, Herr Nicholson
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Grundlagen des Wirtschaftsrechts
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Grundlagen des Wirtschaftsrechts:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Einen Überblick über das deutsche Zivilrecht (Wirtschaftsprivat- und Handelsrecht) erlangen Handlungskompetenz: Fähigkeit, die wesentlichen juristischen Probleme in diesen Bereichen zu erkennen und zu lösen. Durch Kenntnis der rechtlichen Rahmenbedingungen sachgerechte Lösungen bei rechtlichen Problemen im kaufmännischen und privaten Geschäftsalltag finden	
Inhalt:	
<i>Grundlagen des Wirtschaftsrechts:</i> Allgemeiner Teil des BGB (mit Leistungsstörungen) BGB: Recht des Schuldverhältnisses, Gewährleistungsrecht beim Kauf, unerlaubte Handlung, ungerechtfertigte Bereicherung HGB: Kaufmann, Firma, Handelsgesellschaft, Personen- und Kapitalgesellschaft	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• RUMPF-ROMETSCH, Egbert, 2021. <i>BGB - Schuldrecht AT: Unmöglichkeit, Verzug, Pflichtverletzung vor / im Vertrag ; 50 Fälle mit Lösungsskizzen und Formulierungsvorschlägen</i>. 6. Auflage. Köln: Fall-Fallag. ISBN 978-3-932944-23-9 • RUMPF-ROMETSCH, Egbert, 2020. <i>BGB - Schuldrecht BT ; Mängel im Kauf-, Werk und Werklieferungsrecht ; 40 Fälle mit Lösungsskizzen und Formulierungsvorschlägen</i>. 4. Auflage. Köln: Fall-Fallag. ISBN 3-932944-16-X	

- RUMPF-ROMETSCH, Egbert, 2019. *BGB AT: Allgemeiner Teil : 58 Fälle mit Lösungsskizzen und Formulierungsvorschlägen*. 3. Auflage. Köln: Fall-Fallag. ISBN 978-3-932944-52-9

2.5.41 Hackathon

Modulkürzel:	Hackathon	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	6	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Walter		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Hackathon		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz:			
• Die Studierenden durchlaufen in der Veranstaltung einen realitätsnahen Innovations- und Produktentwicklungsprozess • Dies beinhaltet zunächst die grundsätzliche Zusammenstellung eines interdisziplinären Teams • Im weiteren Verlauf erfolgt die Entwicklung und Anwendung von Problemlösungsstrategien nach der Design Thinking Methode • Die Studierenden erlernen des weiteren Methoden zur Generierung von Produkt- oder Serviceideen. • Des Weiteren erhalten die Studierenden ein gezieltes Pitch-Training und verbessern ihre Präsentationsskills.			
Handlungskompetenz:			
• Die Studierenden erlernen und vertiefen Schlüsselkompetenzen in den Bereich Projektmanagement, Problemlösungsmethoden, betriebswirtschaftliche Teildisziplinen, Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie Präsentationstechniken.			

• Durch den Besuch der Veranstaltung können die Studierenden zudem einen Innovationsprozess einschätzen und selbst in entsprechenden Projektteams durchlaufen. Sozialkompetenz: • Aufbau, Strukturierung und Arbeitskoordination von interdisziplinären Teams • Die Studierenden wenden teamorientiertes Arbeiten und inhaltsbezogene Arbeitsteilung an • Fokussiertes und zielorientiertes Arbeiten unter Zeitdruck und dabei Fokussierung auf die wesentlichen Elemente der Produktentwicklung • Die Studierenden müssen Präsentationsfähigkeiten durch Zwischenpräsentationen und Live-Pitches beweisen und anwenden
Inhalt:
• Teambuilding • Problemlösungsstrategien • Ideation • Design Thinking • Business Design • Research & Development • Validation • Prototyping • Pitching
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:

2.5.42 How-To-StartUp			
Modulkürzel:	How-To-StartUp	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Johannes Hähnlein (verantw.), Hr. Grimm (durchf.), Hr. Friedl (durchf.), Hr. Dietrich (durchf.)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	How-To-StartUp
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>How-To-StartUp:</i> Die Studierenden erlangen durch die Teilnahme konkretes und praxisrelevantes Fachwissen sowie zeitgemäße Methoden zur Entwicklung und Gründung eines eigenen Startups. Dies umfasst die Kernbereiche Trendidentifikation, Ideengenerierung, Business Design und Go-To-Market. Die Veranstaltung ist als praxisorientiertes Workshop-Format konzipiert, in welchem die TeilnehmerInnen vermittelte Methoden und Fachwissen direkt auf eigene Projektarbeit im Team anwenden können und sukzessive eine eigene Gründungsidee sowie ein entsprechendes Geschäftskonzept erarbeiten. Ziel der Veranstaltung ist es, dass die TeilnehmerInnen in Gründerteams zu jeweils 3 Personen ein eigenes Startup-Konzept entwickeln und dieses vor einer fachkundigen Jury im Rahmen einer Abschlussveranstaltung („Live-Pitch“) präsentieren. Die Veranstaltung zeichnet sich insbesondere durch folgende Aspekte aus: • Praxis-Relevanz Die Veranstaltung arbeitet bewusst nicht mit fiktiven Fallstudien, sondern soll die Teilnehmer dazu bringen, eigene Produkt- und Geschäftsideen in Teams zu entwickeln, die sie im besten Fall über die Veranstaltung hinaus weiterverfolgen, entwickeln und sogar in die Praxis umsetzen. • Interdisziplinarität Durch die gleichverteilte Teilnehmer-Struktur von jeweils 10 Plätzen pro Fakultät wird eine konkrete interdisziplinäre Zusammenarbeit im Rahmen eines Moduls geschaffen. • Kompetenzerweiterung Studierende haben als Teilnehmer des Moduls die Möglichkeit nicht nur bislang erlernte Fähigkeiten praxisnah anzuwenden, sondern sich auch Kompetenzen anzueignen, die über die Fachspezifika des eigenen Studiengangs hinausgehen. • Team-Diversität	

Die TeilnehmerInnen sind dazu angehalten sich zu Teams bestehend aus 3 Mitgliedern unterschiedlicher Fachrichtungen zusammenzuschließen und somit ein idealtypisches Gründerteam mit unterschiedlichen Kompetenzen und Verantwortlichkeiten zu bilden.

- Innovationskraft

Spannende und kreative Methoden verbunden mit einem strukturierten Aufbau des Moduls werden die Innovationskraft der teilnehmenden Studierenden fördern und die Unternehmensgründung auf Basis eigener marktfähiger Ideen als relevante und realistische Berufsoption hervorbringen.

- Anreizstruktur & Mehrwerte

Der Kurs kann nicht nur als Wahlpflichtmodul in das jeweilige Studium der teilnehmenden Studierenden eingebracht werden, sondern beinhaltet zusätzliche Mehrwerte, wie

- die Teilnahme am Live-Pitch vor einer hochkarätigen Jury,
- die Möglichkeit ein kleines zweckgebundenes Start-Budget für die Weiterentwicklung der Gründungsidee zu gewinnen,
- einen festen Platz für das Siegerteam im Existency-Programm sowie
- einen zeitlich fixierten Platz für das Gründerteam im digitalen Gründerzentrum der Stadt-Ansbach, ANS-Werk.

Qualifikationsziele

Fachkompetenz und Methodenkompetenz inkl. Forschungskompetenz:

- Die Studierenden durchlaufen in der Veranstaltung einen realitätsnahen Prozess einer StartUp-Entwicklung mithilfe von state-of-the-art Methoden und –Kompetenzen.
- Dies beinhaltet zunächst die grundsätzliche Zusammenstellung eines interdisziplinären Teams
- Im weiteren Verlauf erfolgt die Identifikation und Systematisierung von Methoden und Tools im Bereich Trend- und Innovationsmanagement sowie Marktforschung.
- Die Studierenden erlernen des weiteren Methoden zur Generierung von Produkt- oder Serviceideen, der Identifikation von Anwendungsfeldern, Validierung sowie Geschäftsmodellierung

Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz:

- Aufbau, Strukturierung und Arbeitskoordination von interdisziplinären Teams
- Die Studierenden wenden teamorientiertes Arbeiten und inhaltsbezogene Arbeitsteilung an
- Fokussiertes und zielorientiertes Arbeiten unter Zeitdruck und dabei Fokussierung auf die wesentlichen Elemente der Geschäftsidee
- Die Studierenden müssen Präsentationsfähigkeiten durch Zwischenpräsentationen und Live-Pitches beweisen und anwenden

Handlungskompetenz:

- Die Studierenden erlernen und vertiefen Schlüsselkompetenzen in den Bereich Projektmanagement, Problemlösungsmethoden, betriebswirtschaftliche Teildisziplinen, Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie Präsentationstechniken.
- Durch den Besuch der Veranstaltung können die Studierenden zudem den Prozess der Unternehmensgründung einschätzen und selbst in entsprechenden Gründerteams durchlaufen.

Inhalt:
<i>How-To-StartUp:</i> • Teambuilding • Trendmanagement • Ideation • Business Design • Research & Development • Validation • Prototyping • Startup Finance • Marketing & Communications • Pitching
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Referat, 15 Min. <i>How-To-StartUp:</i> • Für Bachelor-Studierende: Abschlusspräsentation + Schriftliche Beschreibung Geschäftskonzept (Umfang ca. 5 Seiten) • Für Master-Studierende: Abschlusspräsentation + Projektarbeit (Umfang ca. 25 Seiten) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.43 Impact-Entrepreneuership			
Modulkürzel:	Impact-Entrepreneuership	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Beckmann
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Impact-Entrepreneurship
Lehrformen des Moduls:	: SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Interesse an nachhaltigen Lösungen durch unternehmerisches Handeln aus allen akademischen Disziplinen
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Die Studierenden erlernen • wie die Nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen in ihrer Breite durch Entrepreneurship adressierbar sind. • Schnittstellen zwischen verschiedenen akademischen Disziplinen, Nachhaltigkeit und Unternehmertum zu erkennen und daraus Handlungsfelder abzuleiten. • sich in einem interdisziplinären Umfeld zu gesellschaftlich relevanten Problemstellungen auszutauschen und dabei ihren eigenen disziplinären Fokus zu schärfen.	
Inhalt:	
Diese hybride Ringvorlesung ist offen für Studierende aller Fachbereiche und findet im Verbund mit der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf und der Hochschule Ansbach statt. Die Veranstaltung vermittelt kompakt einen umfassenden Überblick über die Nachhaltigkeits Herausforderungen verschiedener akademischer Fachbereiche, welche Herausforderungen sich daraus ergeben und wie diese durch unternehmerisches Handeln adressiert werden können. Die Ringvorlesung vermittelt nicht nur Grundlagenwissen zur Frage, wie die Nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen innerhalb der Disziplinen durch Impact-Entrepreneurship adressiert werden können, sondern gleichzeitig ein interdisziplinäres Verständnis für ökologische und soziale Herausforderungen unserer Zeit. Die Bandbreite reicht dabei von nachhaltigem Entrepreneurship und Intrapreneurship über sozialem Unternehmertum bis hin zu ökologischen und digitalen Innovationen und Kreislaufwirtschaft. Gastvorträge von Impact-orientierten Startups ergänzen die hochschulseitige Lehre. Die Inhalte dieser Veranstaltung werden im Verbund unter Einbeziehung unterschiedlicher Fakultäten der beteiligten Hochschulen organisiert. Professor:innen unterschiedlicher Lehrstühle geben einen kurzen Einblick in die Berührungspunkte zwischen der Nachhaltigkeitsdebatte und ihrem Fachgebiet und zeichnen anschließend Handlungsfelder auf, die durch Entrepreneurship bedient werden können. Anschließend werden die Ausführungen unter allen Beteiligten diskutiert. Die Vorträge der Impact-Startups ergänzen die Lehre und zeigen bereits existierende Lösungsstrategien auf. (Fakultäten FAU: Philosophie/Geisteswissenschaften und Theologie, Rechts- und Wirtschaftswissenschaften, Medizin, Naturwissenschaften, Technische Fakultät Fakultäten HSA: Medien, Technik und Wirtschaft Fakultäten HSWT: Bioingenieurwissenschaften, Nachhaltige Agrar- und Energiesysteme, Landwirtschaft, Lebensmittel und Ernährung, Gartenbau und Lebensmitteltechnologie, Wald und Forstwirtschaft, Umweltingenieurwesen, Landschaftsarchitektur)	

Studien- / Prüfungsleistungen:
Projektarbeit + Präsentation Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:

2.5.44 Innovative Produktentwicklung			
Modulkürzel:	Innovative Produktentwicklung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Renate Hermann (verantwortl.) / Hr. Scholz (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Innovative Produktentwicklung		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Innovative Produktentwicklung:</i> Die Teilnehmer des interdisziplinären WPMA „Innovative Produktentwicklung“ lernen moderne Methoden der Produktentwicklung. So können sie innerhalb von 3-4 Monaten eine Idee für ein nutzerzentriertes Produkt finden, es in ersten Prototypen umsetzen und am Markt testen. Darüber hinaus erwerben sie Kompetenzen in der selbstständigen Projektarbeit, Teamarbeit, Trendrecherche und Medieninnovation.			
Inhalt:			
<i>Innovative Produktentwicklung:</i> Wie sehen digitale Medien aus, die perfekt in den Alltag des Nutzers passen? Wie können Medien neue Technologien wie Künstliche Intelligenz, Big Data oder neue Plattformen und Kanäle nutzen? Die Medienbranche braucht Innovation und vor allem brauchen die Mediennutzer neue Produkte. In diesem Projektmodul forschen die Teilnehmer daran, welche neuen Technologien und Trends die Branche nutzen kann und			

experimentieren mit Lösungen. Ziel ist es, dass jeder Teilnehmer mit und ohne Coding-Kenntnisse ein innovatives digitales Medienprodukt entwickelt. Das kann ein innovatives Format auf einer neuen Plattform sein, eine Software-Lösung oder ein neues Medienangebot für eine Nischenzielgruppe.

Das Media Lab Ansbach betreut die Teilnehmer, vermittelt ihnen Innovationsmethoden und unterstützt bei der Produktentwicklung.

Themen & Challenges:

- Lokal- und Regionaljournalismus: Wie begeistern wir digitale Nutzer für regionale News?
- Mobile Storys: Wie sieht innovatives Storytelling für den mobilen Screen aus?
- Engaging News: Wie müssen digitale Nachrichten aussehen, damit Nutzer mit ihnen interagieren?
- Innovative Technologien: Welche Technologien von KI über XR bis Blockchain können Journalisten, Newsrooms, Marketing & PR effizienter und besser machen?
- Medienplattformen der Zukunft: Wie kommen Medieninhalte am besten zum Nutzer?
- Knowledge & Interest: Wie können digitale Medien individuell auf den Wissensstand der Nutzer eingehen?

Studien- / Prüfungsleistungen:

Projektarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

Innovative Produktentwicklung:

Projektarbeit in Team- oder Einzelarbeit

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

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.45 International Business

Modulkürzel:	IB_Int. Business	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Roberto Eichinger (durchführend)	
Sprache:	Englisch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	nur Sommersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Business	
Lehrformen des Moduls:	: SU - seminaristischer Unterricht	
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
<i>International Business:</i> Fach-und Methodenkompetenz: Überblick über die Instrumente der internationalen Kommunikationspolitik, Markenpolitik, Exportmarktforschung, Exportförderung erlangen Handlungskompetenz: Unterschiede in der nationalen Marktbearbeitung zur internationalen Marktbearbeitung beurteilen können Sozialkompetenz: Handlungsalternativen anwenden können		
Inhalt:		
<i>International Business:</i> Die Studierenden erarbeiten sich einen Überblick über die internationale Kommunikationspolitik, Markenpolitik, Exportförderung. Sie lernen Gründe für die Internationalisierung kennen und bekommen Einblick in Voraussetzungen. Sie lernen die Vorgehensweise bei der Informationsbeschaffung über Exportmarktforschung kennen. Vorgehensweisen zur internationalen Markterschliessung sind Ihnen ebenso bekannt, wie die Zusammenhänge, die den Erfolg des Unternehmens beeinflussen (können). Ferner lernen sie wichtige internationale Exportförderinstrumente kennen. Darüberhinaus gibt es die Möglichkeit, ein weiteres Thema aus dem Komplex internationaler Marketing-Mix überwiegend eigenständig auszuarbeiten.		
Studien- / Prüfungsleistungen:		
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		

Literatur:

- SCHWARZ-MUSCH, Alexander, 2003. *Perspektiven der internationalen Kommunikationspolitik: von der Standardisierung zur Integration*. 1. Auflage. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.. ISBN 3-8244-7736-X
- BERNDT, Ralph, HERMANN, Arnold, 1993. *Handbuch Marketing-Kommunikation: Strategien — Instrumente — Perspektiven. Werbung — Sales Promotions — Public Relations — Corporate Identity — Sponsoring — Product Placement — Messen — Persönlicher Verkauf* [online]. Wiesbaden: Gabler Verlag PDF e-Book. ISBN 978-3-322-82539-1, 978-3-322-82540-7. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-322-82539-1>.
- BAUMGARTH, Carsten, 2014. *Markenpolitik: Markentheorien, Markenwirkungen, Markenführung, Markencontrolling, Markenkontexte*. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-4407-8, 3-8349-4407-6
- GREUTER, Thomas, 1996. *Die staatliche Exportkreditversicherung*. 5. Auflage. Köln: Dt. Wirtschaftsdienst. ISBN 3-87156-202-5
- HERRMANN, Andreas, 2014. *Handbuch Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-03070-4, 978-3-8349-0342-6

2.5.46 International Finance

Modulkürzel:	IB_International Finance	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Roberto Eichinger (durchführend)	
Sprache:	Englisch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	nur Wintersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Finance	
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung	
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
<i>International Finance:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Überblick über die Instrumente des Debt-Kapitalmarktes und Equity-Kapitalmarktes erlangen. Handlungskompetenz: Unterschiede der Eigenkapitalbeschaffung ggü. der Fremdkapitalbeschaffung beurteilen können. Sozialkompetenz: Handlungsalternativen anwenden können		
Inhalt:		
<i>International Finance:</i> Die Studierenden erarbeiten sich einen Überblick über alternative Finanzierungsinstrumente für meist international aufgestellte Unternehmen Sie bekommen einen Überblick über Instrumente mit Eigenkapitalcharakter (ECM Equity Capital Management) und Fremdkapitalcharakter (DCM Debt Capital Management) Sie lernen Gründe für die Auswahl, der aus diesen Bereichen in den Unternehmenskontext passenden Alternativen und bekommen einen Einblick in die Voraussetzungen Sie lernen die Vorgehensweise bei der Finanzierungsbeschaffung in unterschiedlichen Investorenkreisen kennen. Die Unterschiede verschiedener, auch internationaler, Börsensegmente sind Ihnen ebenso bekannt, wie die Zusammenhänge die den Erfolg einer Platzierung beeinflussen (können). Ferner lernen Sie wichtige Spielregeln an den Kapitalmärkten kennen. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit ein weiteres Thema aus den Instrumenten des Debt – Kapitalmarktes auszuarbeiten.		
Studien- / Prüfungsleistungen:		
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		

Literatur:

- BAKER, James Calvin, 1998. *International finance: management, markets, and institutions*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. ISBN 0-02-305891-9
- BÜSCHGEN, Hans E., 1997. *Internationales Finanzmanagement*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Knapp. ISBN 3-7819-0602-7
- EITEMAN, David K., Arthur I. STONEHILL und Michael H. MOFFETT, 1998. *Multinational business finance*. 8. Auflage. Reading, Mass. <<[u.a.]>>: Addison-Wesley. ISBN 0-201-32552-7
- ENG, Maximo, Francis A. LEES und Laurence J. MAUER, 1998. *Global finance*. 2. Auflage. Reading, Mass.: Addison Wesley. ISBN 0-321-01377-8
- EVANS, John S., 1992. *International finance: a markets approach*. Fort Worth u.a.: Dryden Press. ISBN 0-03-073226-3
- LEVICH, Richard M., 2001. *International financial markets: prices and policies*. 2. Auflage. Boston, Mass. [u.a.]: Irwin/McGraw-Hill. ISBN 0-07-233865-2
- MADURA, Jeff und Roland FOX, 2011. *International financial management*. 2. Auflage. Andover [u.a.]: South-Western Cengage Learning. ISBN 978-1-4080-3229-9
- WILLMS, Manfred, 1995. *Internationale Währungspolitik*. 2. Auflage. München: Vahlen. ISBN 3-8006-1999-7

2.5.47 International Marketing

Modulkürzel:	MK_International Marketing	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Schugk
Sprache:	Englisch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Marketing
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>International Marketing:</i> Fachkompetenz: • Überblick bezüglich eines ganzheitlichen Ansatzes zum Internationalen Marketing • Detailkenntnisse zu dessen beiden grundlegenden Teilgebieten Going International und Being International Methodenkompetenz: • Befähigung zur problemlösungsorientierten Umsetzung der erlernten Inhalte für alle Teilgebiete des Internationalen Marketings • Verständnis der Koordinationsproblematik bei der Lösung von Aufgaben des Internationalen Marketings in der Praxis Handlungskompetenz: • Systematische Ausführung der Koordinationsaufgabe des Internationalen Marketings Sozialkompetenz: • Befähigung zu ganzheitlichem, vernetztem Denken • Entwicklung von Diskussionsfähigkeit	
Inhalt:	
<i>International Marketing:</i> Going International • Koordinationsproblematik des Internationalen Marketings • Marktbewertung und Marktauswahlentscheidungen • Strategien der Markterschließung	

Being International
• Koordinationsproblematik auf zusammenwachsenden Märkten • Koordinationsstrategien auf zusammenwachsenden Märkten • Koordinationsbedarfsdeckende Strategien • Koordinationsbedarfsreduzierende Strategien • Koordinationsproblematik auf auseinanderbrechenden Märkten
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.48 Internationales Management			
Modulkürzel:	IB!_Int. Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Skripek		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Internationales Management		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz: Kenntnis der unterschiedlichen Aspekte von Internationalisierung. Warum Internationalisierung? Chancen und Risiken der Internationalisierung- Hedging dieser Risiken. Hierbei wird stets ein Perspektivwechsel zwischen			

Internationalisierung im Konzern im Vergleich zum KMU gemacht.

Die Studierenden lernen unterschiedliche Theorien der Internationalisierung kennen. Ein Focus dabei liegt auf der Entwicklung einer Internationalisierungsstrategie. Dabei werden Analyse- und Umsetzungstechniken erlernt. Darüber hinaus lernen die Studierenden die klassische Geschäftsmodell-Theorien (z.B. Canvas / Stähler etc.) sowie deren Nutzung für Analyse, Kommunikation und Innovation kennen.

Handlungskompetenz: (professional skills)

Die Studierenden wenden erlernte Modelle/ Instrumente in konkreten Fallstudien an, um eine wettbewerbsfähige Strategie bzw. Schritte der Internationalisierung zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Instrumente des Strategieprozesses ebenso wie Techniken der Geschäftsmodellierung. Dem Thema Generierung von Innovation wird eine zentrale Bedeutung zugemessen. Die Studierenden erwerben Fähigkeiten von der Analyse, der Auswahl bestimmter Märkte bis zur konkreten Umsetzung (Markteintritt) einer Internationalisierungsentscheidung.

Sozialkompetenz: (social skills)

Die erlernten Instrumente werden in unterschiedlichen Fallstudien angewendet. Konkret heißt das, es müssen Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt getroffen werden. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) und Präsentationsfähigkeit zu Fragestellungen der Internationalisierung eines Unternehmens werden ausgeprägt. Hierbei liegt ein Fokus auf der Vorbereitung von Entscheidungsvorlagen für Top Entscheider.

Inhalt:

Grundlagen für internationales Management

- Chancen und Risiken der Internationalisierung sowie deren Absicherung
- Formen der Internationalisierung
- Managementorientierte Konzepte des internationalen Wettbewerbs

Grundlagen Strategie und Strategieprozess

1. Strategische Analyse

1. Interne Analyse
2. Externe Analyse-> Portfolio Technik, Porter Diamant, 5 Forces, Pestel etc.
3. Zusammenfassende Analyse

2.) Strategieimplementierung mit der Balanced Scorecard

3.) Anwendung von Geschäftsmodellen in der Unternehmensstrategie

- a.) Grundlagen Geschäftsmodelle sowie Verbindung Strategie & Geschäftsmodell
- b.) Nutzung von Geschäftsmodellen zur Generierung von Innovation
- c.) Blue ocean Strategie

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 120 Minuten

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

Literatur:

- Kutschker, M./ Schmid, S. (2011): Internationales Management, 7. Aufl., München.
- Macharzina, K./ Oesterle, M.-J. (2002): Handbuch internationales Management, 2. Aufl., Wiesbaden.
- Macharzina, K./ Wolf, J. (2010): Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen, 7. Aufl., Wiesbaden.
- Meckl, R. (2014): Internationales Management, 3. Aufl., München.

- Oesterle, M./ Schmid, S. (2009): Internationales Management: Forschung, Lehre, Praxis, Stuttgart.
- Perlitz, M./ Schrank, R. (2013): International Management, 6. Aufl., Konstanz.
- Welge, M./ Holtbrügge, D. (2010): Internationales Management- Theorien, Funktionen, Fallstudien Düsseldorf.

2.5.49 Internationales Steuerrecht

Modulkürzel:	Internationales Steuerrecht	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier, Hr. Martin Schmidt (durchf.), Hr. Alexander Pfersdorff (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Internationales Steuerrecht		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren der Fachspezifischen Pflichtmodule (FPM) Betriebliche Steuern sowie Buchführung und Bilanzierung		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden kennen die Ursachen und die Entstehung von Doppelbesteuerung und erwerben Kenntnisse über unilaterale Maßnahmen zur Minderung und Beseitigung von Doppelbesteuerung. Sie sind in der Lage, die Regelungen des Abkommensrechts auf einfache Fallgestaltungen anzuwenden. Die Studierenden können die Bemessungsgrundlagen und die konkrete Steuerlast sowohl für Outbound- als auch für Inbound-Fälle systematisch und detailliert ermitteln sowie die einschlägigen Rechtsnormen verstehen und anwenden. Auf der Grundlage der Einzelsteuergesetze sowie des Rechts der Doppelbesteuerungsabkommen erlernen die Studierenden Methoden, um Geschäftsvorfälle und unternehmerische Entscheidungen systematisch und eigenverantwortlich auf ihre Auswirkungen im Bereich des internationalen Steuerrechts zu analysieren und zu beurteilen. Handlungskompetenz:			

Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ausgewählte innerstaatliche und abkommensrechtliche Regelungen des internationalen Steuerrechts zu verstehen, anzuwenden und kritisch zu hinterfragen.

Sozialkompetenz:

Im Lauf der Veranstaltung erarbeiten die Studierenden Methoden zur Recherche aktueller Entwicklungen im internationalen Steuerrecht sowie wissenschaftliche Arbeitsweisen zur Vertiefung der erlernten Grundlagen. Sie bearbeiten selbständig ein Thema des internationalen Steuerrechts anhand einer Fallstudie und fassen ihre Ergebnisse dazu schriftlich zusammen. Damit trainieren die Studierenden wissenschaftliches Arbeiten und die Fähigkeit komplexe Themen strukturiert zusammenzufassen, zu analysieren und zu bewerten.

Es finden regelmäßig Gruppenarbeiten statt, wodurch die Studierenden ihre Teamfähigkeit, Argumentations- und Konfliktfähigkeit trainieren.

Inhalt:

Aufbauend auf dem Fachspezifischen Pflichtmodul Betriebliche Steuern werden Kenntnisse des internationalen Steuerrechts vermittelt.

Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen; Gastvorträge werden angeboten.

Die Veranstaltung umfasst insbesondere folgende Inhalte:

8. Grundlagen des internationalen Steuerrechts
9. Arten von Steuerpflicht
10. Ursachen und Entstehung von Doppelbesteuerung
11. Unilaterale Maßnahmen zur Minderung und Beseitigung von Doppelbesteuerung
12. Das Recht der Doppelbesteuerungsabkommen
13. Grundlagen des Außensteuerrechts
14. Grundlagen des Unionsrechts
15. Verrechnungspreise

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit

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

Literatur:

- Brähler, Gernot: Internationales Steuerrecht: Grundlagen für Studium und Steuerberaterprüfung
- Frotscher, Gerrit: Internationales Steuerrecht
- Grotherr, Siegfried / Herfort, Claus / Kaminski, Bert / Rundshagen, Helmut / Endert, Volker / Gebhardt, Ronald: Internationales Steuerrecht
- Wilke, Kay Michael / Weber, Jörg-Andreas: Lehrbuch internationales Steuerrecht

Jeweils aktuelle Auflage

2.5.50 Italienisch 1 (für Anfänger)

Modulkürzel:	Italienisch 1 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh (verantwortl.), Frau Giliberto (durchführend), Markus Mülke (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Italienisch 1 (für Anfänger)		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Italienisch 1 (für Anfänger):</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden			
• erwerben lexikalische und grammatische Grundkenntnisse der italienischen Sprache • sind in der Lage einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen • können sich zu vertrauten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze verständigen • sind in der Lage einfache Mitteilungen zu verfassen und Formulare mit persönlichen Angaben auszufüllen • können die behandelten grammatischen Phänomene in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren			
Handlungskompetenz:			
• können in vertrauten einfachen dialogischen Alltagssituationen mit einfachen sprachlichen Mitteln sowohl mündlich als auch schriftlich kommunizieren • können einfache alltägliche Gegebenheiten der italienischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in diesen Kontexten angemessen verhalten			
Sozialkompetenz:			
Die Studierenden			
• arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können			

• erwerben eine grundlegende Fähigkeit zur Integration durch grundlegende italienische Sprachkenntnisse • sind sensibilisiert für interkulturelle Unterschiede durch die Vermittlung landeskundlicher Aspekte
Inhalt:
<i>Italienisch 1 (für Anfänger):</i> • Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden mit Fokus auf mündlichen Ausdruck und Lese- und Hörverständnis grundlegend vermittelt. • Alltagsthemen und deren Idiomatik in vorwiegend dialogischen Situationen (Informationen zur Person, Herkunft, Studium, Erfahrungen im Ausland, Freizeit, Sport, Tagesablauf, Weg- und Ortsbeschreibung, vergangene Ereignisse,) • Authentische einfache kurze Hör- und Videotexte zu Alltagssituationen • Kurze einfache Lesetexte auch zu landeskundlich und interkulturell relevanten Themen • Es wird ein Wortschatz erarbeitet, der Gespräche über Alltagsthemen ermöglicht. • An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: ○ Ausspracheregeln und Grundregeln der Orthografie ○ Subjektpronomen ○ Indikativ Präsens der regelmäßigen und unregelmäßigen Verben ○ Konkordanz (zwischen Subjekt und Verb, Substantiv und Adjektiv) ○ Bestimmter und unbestimmter Artikel ○ Verneinung ○ Präpositionen ○ Fragepronomen ○ Höfliche Bitten mit <i>vorrei</i> ○ Verben mit Stammerweiterung -isc
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:

2.5.51 Italienisch 2 (für Fortgeschrittene)			
Modulkürzel:	Italienisch 2 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh (verantwortl.), Frau Giliberto (durchführend), Markus Mülke (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Italienisch 2 (für Fortgeschrittene)
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Italienisch 1 für Anfänger bzw. vergleichbarer Sprachkenntnisse empfehlenswert
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Italienisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden • erwerben weitere lexikalische und grammatische Kenntnisse der italienischen Sprache • sind in der Lage einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen und dem Textmaterial spezifische Informationen zu entnehmen und zusammenzufassen • können sich zu bekannten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze in Dialogen verständigen • sind in der Lage einfache Mitteilungen sowie einfache Beschreibungen (z.B. Weg) zu verfassen • können über Absichten und Projekte sprechen • können die behandelten grammatischen Strukturen, Syntax und Lexik in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren Handlungskompetenz: Die Studierenden • sind in der Lage, Alltagssituationen, sowie einfache berufsbezogene Situationen in italienischer Sprache zu bewältigen • können einfache alltägliche Gegebenheiten der italienischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in diesen Kontexten angemessen verhalten Sozialkompetenz: Die Studierenden • arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können • vertiefen ihre Fähigkeit zur Integration durch erweiterte italienische Sprachkenntnisse und ein stärkeres interkulturelles Bewusstsein	

Inhalt:
<i>Italienisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Im Modul werden die Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse wiederholt und ausgebaut. Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut und verstärkt der schriftliche Ausdruck eingeübt (Stellungnahmen zu Texten, Pro und Contra-Argumentationen, erste Briefe werden erarbeitet). Neben allgemeinen Themen wird besonders auf den Einsatz landeskundlicher Materialien geachtet. An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • reflexive und Modalverben • doppelte Verneinung • Objektpronomen • Präpositionen • Passato Prossimo • Imperativ • Verlaufsform
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Piotti, D., Savognani, G. de & Carrara, E. (2020). UniversItalia 2.0 A1/A2: Italienisch für Studierende / Kurs- und Arbeitsbuch mit 2 Audio-CDs. Huebner Verlag.

2.5.52 Italienisch 3 (Intensivierung)			
Modulkürzel:	Italienisch 3 (Intensivierung)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh (verantwortl.), Frau Giliberto (durchführend), Markus Mülke (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Italienisch 3 (Intensivierung)
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Italienisch 2 (für Fortgeschrittene), bzw. vergleichbare Sprachkenntnisse empfehlenswert
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Italienisch 3 (Intensivierung):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden • können häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen und sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht • verfügen über Grundwissen über sprachliche Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik • verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln. Handlungskompetenz: Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel auch für formellere und arbeitsbezogene Kontexte gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sozialkompetenz: Die Studierenden • reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig • bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein • leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext • lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend • übernehmen Verantwortung für ein Team	
Inhalt:	
Im Modul werden die Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung weiter vertieft und Kenntnisse der Zielkultur ausgebaut.	

Die vier Grundfertigkeiten werden weiter ausgebaut. Themenbereiche wie Telefonieren, eine Wohnungsanzeige verstehen und schreiben, Termine vereinbaren, E-Mails schreiben werden behandelt.

An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:

- Imperfetto
- Condizionale Presente
- Futuro Semplice
- Bildung und Gebrauch des Adverbs
- Personal-, Demonstrativ-, Possessiv- und Relativpronomen (Vertiefung)

Verwendung von direkten und indirekten Objekten (Vertiefung)

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- Piotti, D., de Savorgnani, G. & Carrara, E. (2020), UniversItalia 2.0 A1/A2: Italienisch für Studierende / Kurs- und Arbeitsbuch mit 2 Audio-CDs. Hueber Verlag.
- Piotti, D., de Savorgnani, G. & Carrara, E. (2021), UniversItalia 2.0 B1/B2: Italienisch für Studierende / Kurs- und Arbeitsbuch mit 2 Audio-CDs. Hueber Verlag.

2.5.53 Kommunikation und Führung

Modulkürzel:	PM!_Kommunikation und Führung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kommunikation und Führung
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Kommunikation und Führung:</i> Fach- und Methodenkompetenz: - Fundierte Kenntnisse hinsichtlich der Themenkomplexe Kommunikation und Führung - Theorien und Konzepte von Leadership - Kennenlernen der Rollen, Aufgaben und Instrumente einer Führungskraft - Grundlagen des Verhaltens von Individuen, Teams und Organisationen - Selbstführung und Führung anderer (Individuen, Teams, Organisationen) - Erkennen der Bedeutung von Kommunikation für den Führungsprozess Handlungskompetenz: - Befähigung, psychologische und gruppendynamische Erkenntnisse in konkreten Problemsituationen der Führungspraxis anzuwenden und so die Performanz von Individuen, Gruppen und Organisationen zu optimieren - Verstehen und Anwenden der Prinzipien von Kommunikation, Einflussnahme und Energiemanagement - Befähigung, führungsrelevante Aufgaben, wie z.B. Durchführen von Mitarbeitergesprächen, wahrzunehmen - Erhöhen der persönlichen kommunikativen Kompetenz: Fähigkeit Kommunikationstechniken anzuwenden und Präsentationen erfolgreich zu halten Sozialkompetenz: Entwicklung der besonders für den Themenkomplex relevanten Sozialkompetenzen, wie z.B. Kommunikationsfähigkeit, Selbstorganisation, Teamfähigkeit	
Inhalt:	
<i>Kommunikation und Führung:</i> Im Modul „Kommunikation und Führung“ werden vertiefte Kenntnisse und Kompetenzen von Leadership und Kommunikation erworben.	

Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und einer Vielzahl praktischer Anwendungen.

Themenfelder „Kommunikation und Führung“

- Personalführung als Teil der Unternehmensführung
- Selbstführung und Führung anderer (individuelle Ebene, Teamebene, organisationale Ebene)
- Aktuelle Führungstheorien und Konzepte
- Führungsaufgaben und –instrumente
- Motivation
- Diversity Management
- Konfliktmanagement
- Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen - Strategien erfolgreicher Kommunikation
- Gesprächs- und Verhandlungsführung
- Mitarbeitergespräche und Coaching
- Kommunikationstechniken, z.B. aktives Zuhören, Feedback

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Referat (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Comelli, Gerhard, von Rosenstiel, Lutz und Nerdinger, Friedemann W. (2014). Führung durch Motivation. Mitarbeiter für die Ziele des Unternehmens gewinnen (5. Auflage). München: Franz Vahlen.

Jetter, Wolfgang. (2014). High-Energy Organisationen. Wie Unternehmen ihr Potenzial voll entfalten. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Reineck, Uwe; Sambeth, Ulrich; Winklhofer, Andreas. (2018). Handbuch Führungskompetenzen trainieren. 3. Auflage. Weinheim Basel: Beltz

Schulz-von-Thun, Friedemann (aktuellste Auflage): Miteinander reden. Reinbek bei Hamburg. Rowohlt

Seliger, Ruth. (2014). Positive Leadership. Die Revolution in der Führung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Steiger, Thomas und Lippmann, Eric. (Hrsg.) (2013). Handbuch Angewandte Psychologie für Führungskräfte. Führungskompetenz und Führungswissen (4. Auflage). Berlin, Heidelberg: Springer

Von Rosenstiel, Lutz, Regnet, Erika und Domsch, Michel E. (Hrsg.) (aktuellste Auflage). Führung von Mitarbeitern. Handbuch für ein erfolgreiches Personalmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Watzlawick, Paul (2011): Man kann nicht nicht kommunizieren. Bern: Huber

2.5.54 Kreativer Prozess

Modulkürzel:	BW_MUK_Kreativer Prozess	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Prof. Dr. Sybille Gaisser
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 23 h Selbststudium: 53 h Gesamtaufwand: 76 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kreativer Prozess
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Kreativer Prozess:</i> Fachkompetenz: spezifische Inhalte verknüpft mit den kulturellen Inhalten der Projekte, Planung, Organisation und Durchführung eines kreativen Projektes, Methodenkompetenz: prozessorientierte Handlungsweise, kreatives Handeln, kulturelle Erfahrung, Sozialkompetenz: Reflexion des kreatives Prozesses und der eigenen Haltung dazu.	
Inhalt:	
<i>Kreativer Prozess:</i> Projekte, die eine kulturelle Veranstaltung vorbereiten und durchführen von der Auswahl der Inhalte über die Entwicklung hin zur Organisation und Durchführung der Veranstaltung. Projekte können im Bereich Theater, Orchester, Band, Film und andere gewählt werden. Reflexion über die stattfindenden kreativen Prozesse.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Wird zu Beginn bekannt gegeben	

2.5.55 Kultur und Landeskunde Italien (mit Exkursion)

Modulkürzel:	Kultur und Landeskunde Italien	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh, Mario Di Leo (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kultur und Landeskunde Italien (mit Exkursion)		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ex - seminaristischer Unterricht/Exkursion		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundkenntnisse der italienischen Sprache		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Kultur und Landeskunde Italien (mit Exkursion):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verstehen das Alltagsleben in der Zielkultur. Sie verfügen über gesellschaftspolitische Kenntnisse des Ziellandes. Sie nennen und beschreiben Firmen in der Zielkultur und kontrastieren deren Besonderheiten mit denen der Heimatkultur. Handlungskompetenz: Teilnehmer hinterfragen ihr Vorwissen über Italien und entwickeln neue, auch fachspezifische Interessen, denen Sie selbstständig nachgehen. Sie kommunizieren erfolgreich mit Personen der Zielkultur. Sie bereiten Teilnehmende durch Referate auf Programmpunkte vor, organisieren Programmpunkte vor Ort und dokumentieren die Exkursion. Sozialkompetenz: Teilnehmende zeigen Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und die Fähigkeit, gemeinsam den Ablauf zu organisieren. Sie gehen als Gäste respektvoll und angemessen mit Menschen des Ziellandes um und respektieren andersartige Denk- und Verhaltensmuster			
Inhalt:			
<i>Kultur und Landeskunde Italien (mit Exkursion):</i> Im Modul werden landeskundliche Grundlagen erläutert und gesellschaftspolitische Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus einem Vorbereitungsseminar, einem Nachtreffen und der Exkursion im Umfang von 5 Tagen. Vor Ort werden Firmen und kulturelle Einrichtungen besucht. Falls möglich findet ein Austausch mit lokalen und internationalen Studierenden statt. • Intensive Vorbereitung auf die Exkursion			

- Vermittlung landeskundlicher Aspekte, insbesondere der nord-italienischen Region Emilia-Romagna mit ihren kunstgeschichtlichen, wirtschaftlichen und sportlichen Besonderheiten.
- Intensive Konversations- und Textverständnisübungen

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

- BnB (2012). Länderbericht Italien (online) Verfügbar unter: <https://www.bnb.de/gesellschaft/migration/laenderprofile/145548/italien>
- Ergänzendes aktuelles Material in Moodle

2.5.56 Künstliche Intelligenz for Business

Modulkürzel:	Künstliche Intelligenz for Business	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Bernd Heesen		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Fallstudien Organisation und Management		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: • Die Digitalisierung führt dazu, dass immer mehr Daten für die Analyse zur Verfügung stehen. In mehrfacher Hinsicht sind in gewissen Anwendungsfällen Maschinen/Computer in der Lage schneller bzw. effektiver zu lernen als Menschen. Machine Learning nutzt Algorithmus-basierte Analyse-Verfahren, um aus Daten Mehrwert zu generieren. Die Methoden und Algorithmen des Machine Learning im betrieblichen Kontext werden vermittelt.			
Handlungskompetenz:			

- Anwendungsbereiche der Künstlichen Intelligenz kennenlernen.
- Die Studierenden erlernen die Anwendung von Algorithmen und Methoden des Machine Learning mit der Programmiersprache Python.

Sozialkompetenz:

- Informations- und Kommunikationsverhalten erlernen, das dem Wissenstransfer dient.

Inhalt:

- Differenzierung Intelligenz und Künstliche Intelligenz
- Grundlagen der strukturierten Programmierung mit Python.
- Grundlagen des Machine Learning
 - o Methoden: Überwachtes, Unüberwachtes und Bestärkendes Lernen
 - o Datenimport & Datenvorverarbeitung: Selektion, Validierung, Fusion, Umformung, Ergänzung, Zusammenfassung
 - o Explorative Datenanalyse
 - o Modellauswahl
 - o Modelltraining
 - o Modellvalidierung
- Algorithmen zur Klassifikation und Vorhersage
 - o Support Vector Machines
 - o Entscheidungsbäume
 - o Random Forest
 - o Dimensionsreduktion
 - o K-means Clusteranalyse
 - o Neuronale Netze
 - o APriori
- Anwendung von Machine Learning Algorithmen aus den Bibliotheken Scikit-Learn, PyTorch, Keras und Tensorflow

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit + Präsentation

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

Literatur:

Pflichtliteratur:

- Atwan, T. A. (2022). Time Series Analysis with Python Cookbook: Practical recipes for exploratory data analysis, data preparation, forecasting, and model evaluation. Birmingham: Packt.
- Heesen, B. (2023). Künstliche Intelligenz und Machine Learning mit R. Springer Gabler: Wiesbaden. eBook kostenlos: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-41576-1>

Optionale Literatur:

- Cohen (2022). Practical Linear Algebra for Data Science: From Core Concepts to Applications Using Python. O'Reilly.
- Feiks, M. (2019). Empirische Sozialforschung mit Python: Daten automatisiert sammeln, auswerten, aufbereiten. Wiesbaden: Springer.
- Gallatin, K. & Albon, C. (2023). Machine Learning with Python Cookbook: Practical Solutions from Preprocessing to Deep Learning. Sebastopol/CA: O'Reilly.

- Geron (2022). Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn, Keras, and TensorFlow: Concepts, Tools, and Techniques to Build Intelligent Systems. O'Reilly.
 - Goswami & Sinha (2023). Statistical Modeling in Machine Learning: Concepts and Applications. Academic Press.
- Hinweis: Bücher des Springer Verlags sind kostenlos als E-Book über die Bibliothek verfügbar

2.5.57 Nachhaltigkeitsberichterstattung

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft,	Wahlpflichtmodul	Sommer
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	42 h	
	Selbststudium:	108	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht / Übung		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden lernen vertiefte Kenntnisse über die Nachhaltigkeits-Berichterstattung (insbesondere nach der Corporate Sustainability Reporting Directive). Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls können sie die für die Nachhaltigkeitsberichterstattung relevanten Normen der CSRD in ausgewählten Praxisfragen anwenden und einen Nachhaltigkeitsbericht analysieren. Daneben wird auf die CSDDD eingegangen und der Zusammenhang zur CSRD dargestellt. Auf andere Nachhaltigkeitsformate wird ebenfalls eingegangen. Auf der Grundlage der CSRD erlernen die Studierenden Methoden, um betriebliche Sachverhalte systematisch und eigenverantwortlich auf ihre Auswirkungen auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu analysieren und zu beurteilen. Diesem Ziel dienen auch Praxisworkshops, bei denen Vertreter von Beratungsunternehmen aus der Praxis der Implementierung von Berichtsstrukturen bei Unternehmen berichten. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage die zentralen Regelungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung zu verstehen, anzuwenden und kritisch zu hinterfragen. 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. Der mündliche Vortrag schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.	
Inhalte:	
Aufbauend auf Grundlagenmodulen werden vertiefte Kenntnisse der Nachhaltigkeitsberichterstattung nach CSRD vermittelt.	
Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen.	
Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte:	
16. Einführung in das Thema Nachhaltigkeit im Kontext des Green Deal 17. Aufbau und Inhalte der Nachhaltigkeitsberichterstattung nach CSRD - Die allgemeinen Standards ESRS 1 und 2 - Die besonderen Standards ESRS E,S und G - Die Digitale Berichtstruktur nach ESEF 18. Prüfung der Nachhaltigkeitsberichterstattung nach der CSRD 19. Andere Formen von Nachhaltigkeitsberichten	
Prüfungsart:	
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten	
Literatur:	
KPMG (Hrsg.) ESRS A Visual Approach, 1. Aufl. 2024	
Medienformen:	
Moodle	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Erfolgreiches Absolvieren der Grundlagenmodule	
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:	
keine	
LN-Anforderungen/Anmerkungen:	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	

2.5.58 Multivariate Analyse mit Befragungsdaten			
Modulkürzel:	WI_Multivariate Analyse	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Prof. Dr. Christine Dauth
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Multivariate Analyse mit Befragungsdaten
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach-undMethodenkompetenz: Detaillierte Kenntnisse statistischer Analysesysteme und komplexer Analysemethoden Handlungskompetenz: Fähigkeit zur professionellen Anwendung eines statistischen Analysesystems im Rahmen von Fragebogenerhebungen Sozialkompetenz: Fähigkeit zur Beratung im Rahmen von anspruchsvollen Umfrage-Projekten	
Inhalt:	
<i>Multivariate Analyse mit Befragungsdaten:</i> • Fortgeschrittene empirische Analyse von Befragungsdaten anhand eines ausgewählten Echt-Projekts mit vielen Variablen und hoher Fallzahl • Fortgeschrittene Analyse von Fragebogen-Daten mit R und Interface RStudio • Multivariate Statistikprozeduren • Erstellung von Projekt-Berichten, Aufbereitung des Datenmaterials für Präsentationen (einschl. Pressematerialien)	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Wickham, Hadley, Cetinkaya-Rundel, Mine and Golemund, Garrett (2023): R for Data Science: Import, Tidy, Transform, Visualize, and Model Data, Second Edition, verfügbar unter https://r4ds.hadley.nz/ [letzter Aufruf am 4. September 2023].	

2.5.59 Natural Language Processing for Business			
Modulkürzel:	Natural Language Processing	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Bernd Heesen		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Natural Language Processing		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:			
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: • Kenntnisse und Fähigkeiten grundlegender Vorgehensweise bei der Entwicklung von Anwendungen für Machine Learning/KI und Natural Language Processing (NLP) • Programmiersprache Python Handlungskompetenz: • Die Studierenden erlernen die Entwicklung und Nutzung von Machine Learning/Künstlicher Intelligenz für Textbasierte Anwendungen, u.a. - o Wortvorkommen + Entity-Erkennung: Analyse der häufigsten Worte + Begriffe/Namen - o Text-Klassifikation: Zuordnung zu Themenfeldern - o Text-Zusammenfassung (automatisiert) - o Text-Übersetzung (automatisiert) - o Sentimentanalyse: Gefühle im Text identifizieren - o ChatBots Sozialkompetenz: Informations- und Kommunikationsverhalten quantitativ und qualitativ optimieren für sich selbst und für eine Organisation (z.B. Nutzung von ChatBots wie ChatGPT https://de.wikipedia.org/wiki/ChatGPT)			

Inhalt:
• Grundlagen der strukturierten Programmierung mit Python. • Algorithmen für Machine Learning/KI und Natural Language Processing (NLP) u.a. für Text Cleaning, Tokenization, Stemming, Named Entity Recognition, Text Classification, Text Summarization und Text Translation • Anwendung von Machine Learning Algorithmen mit Hilfe der Plattform Tensorflow und spaCy
Studien- / Prüfungsleistungen:
Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Altinok, D. (2021). Mastering spaCy an end-to-end practical guide to implementing NLP applications using the Python ecosystem. Packt. • Feiks, M. (2019). Empirische Sozialforschung mit Python: Daten automatisiert sammeln, auswerten, aufbereiten. Wiesbaden: Springer. • Patel, A. A. & Arasanipalai, A. U. (2021). Applied natural language processing in the enterprise teaching machines to read, write and understand. O'Reilly. Optionale Literatur: AWM-Natural Language Processing For Business-SS23Copyright Hochschule Ansbach

2.5.60 Operational Excellence			
Modulkürzel:	Operational Excellence	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Stefan Slama
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Operational Excellence
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Allgemeine und fachspezifische Pflichtmodule
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Teilnehmer kennen die Prinzipien und Möglichkeiten von Lean Management und Wertschöpfungs-exzellenz als richtungsweisende Philosophie. Die Teilnehmer kennen und beherrschen die wesentlichen Zusammenhänge der Philosophie, Methoden und Instrumente der schlanken Produktion und Administration. Sie konzipieren verlustfreie Prozesse und gestalten z.B. produktive und logistische Ketten im Unternehmen durch Orientierung an der Engpasssteuerung Handlungskompetenz: Die Teilnehmer setzen die Methoden und Instrumente ein zur Umsetzung von Lean Operations im Unternehmen. Sie kennen die Methode und sind in der Lage selbständig entsprechende Standards zu implementieren. Sie haben die Fähigkeit zur Anwendung der Methoden und Instrumente der schlanken Produktion und Administration, der Prozessoptimierung und Enterprise Excellence. Sozialkompetenz: Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der logistischen, produktionstechnischen und prozessualen Abläufe zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage die Philosophie der schlanken Unternehmen zu vermitteln. Sie besitzen die Fähigkeit zur Führung und Begleitung von Veränderungsprozessen, auch und gerade im Bereich des Mittelstands.	
Inhalt:	
Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Übungen und Gruppenarbeiten. Dabei werden Inhalte zu folgenden Themen bearbeitet, diskutiert, trainiert und kritisch hinterfragt: • Unternehmensführung aus Sicht der Leistungserstellung • Erfolgsmethoden für nachhaltige Wettbewerbsvorteile • Lean Enterprise, Lean Management, Lean Thinking • Wertschöpfungs-exzellenz als richtungsweisende Philosophie • Einführung in die schlanke Produktion • Stabile Prozesse und Bereitschaft für Veränderung (Change-Management)	

- Die Rolle des Menschen im schlanken Unternehmen
- Wertstrom und Wertstromanalyse bzw. Makigami und Prozessorganisation
- Erzeugung prozessübergreifender fließender Prozesse
- Strukturierte Problemlösung systematisch angehen
- Methoden und Instrumente der kontinuierlichen Verbesserung
- Standardisierung von Prozessen und Verfahren
- Nullfehlerstrategie und Fehlerfrüherkennung durch visuelles Management
- Schulung und Trainingsstrategien

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

- MAGENHEIMER, Kai Alexander, 2014. *Lean Management in indirekten Unternehmensbereichen: Modellierung, Analyse und Bewertung von Verschwendung*.
- LUNAU, Stephan und Renata MERAN, 2014. *Six Sigma + Lean Toolset: Mindset zur erfolgreichen Umsetzung von Verbesserungsprojekten*. 5. Auflage. Berlin [u.a.]: Springer Gabler. ISBN 978-3-662-44614-0, 978-3-662-44613-3
- HELMOLD, Marc, 2020. *Lean management and kaizen: fundamentals from cases and examples in operations and supply chain management*. Cham, Switzerland: Springer. ISBN 978-3-030-46980-1
- HÄNGGI, Roman, André FIMPEL und Roland SIEGENTHALER, 2021. *LEAN Production - einfach und umfassend: ein praxisorientierter Leitfaden zu schlanken Prozessen mit Bildern erklärt*. Berlin: Springer Vieweg. ISBN 978-3-662-62701-3
- GORECKI, Pawel und Peter PAUTSCH, 2021. *Lean Management*. 6. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-46923-5
- GORECKI, Pawel und Peter PAUTSCH, 2018. *Praxisbuch Lean Management: der Weg zur operativen Excellence*. 3. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45526-9, 3-446-45526-4
- BERTAGNOLLI, Frank, 2020. *Lean Management: Einführung und Vertiefung in die japanische Management-Philosophie*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ISBN 978-3-658-31239-8, 3-658-31239-4
- BRENNER, Jörg, 2018. *Lean Production: praktische Umsetzung zur Erhöhung der Wertschöpfung*. 3. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45664-8, 3-446-45664-3
- BRUNNER, Franz J., 2017. *Japanische Erfolgskonzepte: KAIZEN, KVP, Lean Production Management, Total Productive Maintenance, Shopfloor Management, Toyota Production System, GD3 - Lean Development*. 4. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45428-6, 3-446-45428-4
- ERLACH, Klaus, 2020. *Wertstromdesign: der Weg zur schlanken Fabrik*. 3. Auflage. Berlin: Springer Vieweg. ISBN 978-3-662-58906-9, 3-662-58906-0

- KÜNZEL, Hansjörg, 2016. *Erfolgsfaktor Lean Management 2.0: wettbewerbsfähige Verschlinkung auf nachhaltige und kundenorientierte Weise*. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3-662-49751-7, 3-662-49751-4
- ŌNO, Taiichi, 2013. *Das Toyota-Produktionssystem: [das Standardwerk zur Lean Produktion]*. 3. Auflage. Frankfurt /Main [u.a.]: Campus-Verl.. ISBN 978-3-593-39929-4, 978-3-593-42375-3
- ROTHER, Mike und John SHOOK, 2020. *Sehen lernen: mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen*. Deutsche Ausgabe, Version 1. Auflage. Mannheim: Lean Management Institut. ISBN 3-9809521-1-8, 978-3-9809521-1-8
- SCHMEISSER, Wilhelm und Daniel STOEFF, 2019. *Vom Lean Management zur Digitalisierung*. 2. Auflage. München: UVK Verlag. ISBN 978-3-86764-897-4, 3-86764-897-2

2.5.61 Personalgewinnung und -auswahl

Modulkürzel:	PM_Personalgewinnung und -auswahl	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Personalgewinnung und -auswahl		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Personalführung, Modul 2080		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Personalgewinnung und -auswahl:			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Fundierte Kenntnisse hinsichtlich des Themenkomplexes Personalgewinnung und -auswahl			
Handlungskompetenz:			

Die Studierenden nehmen sowohl die Unternehmensperspektive als auch die Perspektive des Bewerbers ein und erwerben die Kompetenz, beide Rollen zielorientiert und erfolgreich wahrzunehmen.

Bewerberperspektive: sich selbst im Recruiting-Prozess optimal präsentieren

Unternehmensperspektive: erkennen, wie Unternehmen den Prozess der Personalgewinnung, –auswahl und –bindung optimal gestalten

Sozialkompetenz:

Entwicklung der besonders für den Themenkomplex relevanten Sozialkompetenzen, wie z.B. Kommunikationsfähigkeit, Analyse- und Entscheidungsfähigkeit

Inhalt:

Personalgewinnung und -auswahl:

Im Modul Personalgewinnung und -auswahl werden vertiefte Kenntnisse und Kompetenzen der Prozesse Personalgewinnung, -auswahl und –bindung erworben.

Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und einer Vielzahl praktischer Anwendungen.

Themenfelder Personalgewinnung und -auswahl:

Selbstkonzept und eigene Kompetenzen

Personenbeurteilung und Einflussnahme

Personalmarketing, Employer Branding und Personalgewinnung

Gestaltung des Personalauswahlprozesses / Personaldiagnostik

Aktuelle Formen und Zukunft des Recruiting

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Referat (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Brenner, Doris (2020): Bewerberinterviews sicher und zielgerecht führen. Ein praxisorientiertes Manual für Führungskräfte, HR-Mitarbeiter und Projektleiter. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Cialdini, Robert (aktuellste Auflage): Die Psychologie des Überzeugens, Bern: Hans Huber, Hogrefe

Dannhäuser, Ralph (2020): Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Know-how, Praxistipps, Rechtshinweise. 4. Auflage. Wiesbaden : Springer Fachmedien

Kanning, Uwe Peter (2017): Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung. Forschungsbe-funde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Berlin: Springer

Kanning, Uwe Peter (1999): Die Psychologie der Personenbeurteilung, Göttingen: Hogrefe

Obermann, Christof (aktuellste Auflage): Assessment Center. Entwicklung, Durchführung, Trends. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Studienreihe "Recruiting Trends" der Universität Bamberg.

Verhoeven, Tim (Hrsg.) (2020): Digitalisierung im Recruiting: Wie sich Recruiting durch künstliche Intelligenz, Algorithmen und Bots verändert. Wiesbaden: Springer Fachmedien

2.5.62 People Management in der Arbeitswelt der Zukunft

Modulkürzel:	PM_People Management in der Arbeitswelt der Zukunft	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		105 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	People Management in der Arbeitswelt der Zukunft		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:			
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz:			
- Die Studierenden verstehen die richtungsweisenden Trends der Arbeitswelt der Zukunft - Sie erkennen die Bedeutung von People Management als Schlüsselfaktor des Erfolgs zukunftsorientierter Unternehmenstransformation - Sie erlangen Kenntnis bezüglich zentraler Rollen, Kompetenzanforderungen, Aufgabenfelder und Instrumente des People Management und seiner Akteure in der künftigen Arbeitswelt - Die Studierenden setzen sich mit der Herausforderung des Human-Tech-Balancing auseinander und lernen Lösungsmöglichkeiten kennen, Technologie und Menschzentrierung miteinander zu verbinden			
Handlungskompetenz:			
- Die Studierenden sind in der Lage, die Rolle neuer Technologien für Führung und Personalmanagement unter Berücksichtigung komplexer Interessenlagen konstruktiv-kritisch zu reflektieren - Die Studierenden sind in der Lage, zukunftsorientierte Handlungsempfehlungen für die Akteure des People Management zu entwickeln - Sie können moderne Tools und Methoden lösungsorientiert anwenden			

Persönliche Kompetenz und Sozialkompetenz:

- Die Studierenden erweitern ihre persönlichen und sozialen zukunftsrelevanten Skills, z.B. Selbstorganisation, Kommunikation, Empathie, Kollaboration
- Sie erkennen die Bedeutung von Well-being und nachhaltigem Handeln für ihre persönliche Weiterentwicklung im Arbeitskontext

Inhalt:

Erfolg in der Arbeitswelt der Zukunft basiert auf dem Zusammenspiel von strategischem Denken, emotionaler Intelligenz und Umsetzungsstärke. Wer Unternehmen zukunftsfähig gestalten will, muss daher Technologie, Transformation und Empathie in einem ganzheitlichen Ansatz verbinden. Digitalisierung, neue Arbeitsmodelle und soziale Verantwortung definieren People Management völlig neu: es wird dabei zum Treiber und Schlüsselakteur. Dieses Modul gibt Einblicke in zentrale Trends, vermittelt praxisnahe Methoden und entwickelt Kompetenzen zur aktiven und zukunftsorientierten Gestaltung von People Management.

Themenfelder

- Zukunftsforschung und Megatrends – die Transformation der Arbeitswelt
- Trends und Entwicklungsfelder im People Management
- Human-Tech-Balancing: Konnektivität, Technologie und Human-Centricity
- Well-being und Employee Experience als strategische Erfolgsfaktoren
- Ganzheitliche Organisationsgestaltung: Work, Mindset, Culture, Leadership
- Future Skills und Future Learning
- Ethik in der Arbeitswelt der Zukunft

Studien- / Prüfungsleistungen:**Studienarbeit**

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

Literatur:

Aberle, Marcel und Iofcea, Markus: Zurück zur Zukunft – Methoden und Mindset zur Gestaltung der Zukunft. Freiburg u.a.: Haufe 2024.

Bruch, Heike u.a.: Trend-Barometer: People Management 2035: Zwischen KI- und Kulturtransformation. Univ. St. Gallen, pwc, 2025.

Fichtner-Rosada, Sabine: Kompetenzen für die Arbeitswelten der Zukunft. Wiesbaden: SpringerGabler 2024.

Hasenbein, Melanie: Mensch und KI in Organisationen. Berlin: Springer 2023.

Hägerbäumer u.a. (Hrsg.): Future Skills in Human Resource Management und Corporate Learning. Wiesbaden: SpringerGabler 2025.

Knappertsbusch, Inka und Wisskirchen, Gerlind (Hrsg.): Die Zukunft der Arbeit. Wiesbaden: SpringerGabler 2023.

Knappertsbusch, Inka und von Gilsa, Laura: New Work und Arbeitsschutz. Wiesbaden: SpringerGabler 2025.

Kubik, Martin: Digitale Leadership, Agile Change und die Emotion Economy. Wiesbaden: SpringerGabler 2020.

Nogai, Zoe (Hrsg.): Ideen von heute für die Arbeitswelt von morgen. Freiburg u.a.: Haufe 2024.

Ristau, Jörg: KI trifft Menschlichkeit. Wiesbaden: SpringerGabler 2025.

Rump, Jutta und Eilers, Silke (Hrsg.): Arbeiten in der neuen Realität. Berlin: SpringerGabler 2022.

Von der Gracht, Heiko und Kiesgen, Stefanie: Management der Zukunft. Berlin: Springer 2022.

2.5.63 Praktische Imkerei

Modulkürzel:	Praktische Imkerei	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Simon Gollisch		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Praktische Imkerei		
Lehrformen des Moduls:	PA/Ü – Projektarbeit/Übung (Action Learning)		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine Insektengiftallergie		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: • Die Studierenden verfügen über wichtige Grundkenntnisse der Bienenhaltung und das Wissen um die Belange der Imkerei in der Landwirtschaft und der Landschaftsgestaltung • Sie kennen die imkerlichen Maßnahmen im Jahresverlauf, insb. die der Schwarmverhinderung, der Honiggewinnung sowie der Bekämpfung der Varroamilbe • Sie kennen die praktischen Herausforderungen der Kleinimkerei und können Vor- und Nachteile verschiedener Betriebsweisen begründet gegeneinander abwägen Handlungskompetenz: • Die Studierenden sind in der Lage, aufgrund ihres erworbenen Wissens real auftretende Herausforderungen bei der Bienenhaltung zu analysieren, zu bewerten und zu reflektieren • Sie sind befähigt, in kleinem Rahmen selbst Bienen zu halten (keine Berufsimkerei) • Sie verfügen über die Fähigkeit zur erfolgreichen Völkerführung Sozialkompetenz:			

• Nachhaltiges Denken • Analytische Fähigkeiten • Moderation und Kommunikation
Inhalt:
• Grundlagen der Bienenhaltung und der Imkerei • Imkerliche Maßnahmen im Jahresverlauf • Schwarmverhinderung und Ablegerbildung • Königinnenvermehrung und Königinnenzucht • Honiggewinnung, -verarbeitung, -qualität, -vermarktung • Schädlinge und Krankheiten bei Bienen • Varroabekämpfung • Einwinterung von Bienen und Abschluss des Bienenjahres
Studien- / Prüfungsleistungen:
Projektarbeit und Präsentation (20 Min.) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Liebig, Gerhard (neueste Auflage): Einfach Imkern, Eigenverlag (ISBN: 978980356862) • Pohl, Friedrich (neueste Auflage): 1 x 1 des Imkerns, Kosmos Verlag (ISBN: 9783440149454) • Oberrisser, Wolfgang/Fandl, Thomas (neueste Auflage): Krankheiten und Schädlinge der Honigbiene, Stocker Leopold Verlag (ISBN: 9783702017897) • Tiesler, Friedrich-Karl/Englert, Eva (neueste Auflage): Aufzucht und Verwendung von Königinnen, Buschhausen Druck- und Verlagshaus (ISBN: 9783981554779)

2.5.64 Praxis der Berufs- und Arbeitspädagogik			
Modulkürzel:	Praxis der Berufs- und Arbeitspädagogik	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	6	

Modulverantwortliche(r):	Prof. von Blumenthal, Steffen Schirm (durchführend), Clemens Frank (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 23 h Selbststudium: 53 h Gesamtaufwand: 76 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Praxis der Berufs- und Arbeitspädagogik
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Praxis der Berufs- und Arbeitspädagogik:</i> Fach- und Methodenkompetenz: - Die Studierenden beherrschen die didaktische Reduktion, um die fachlichen Inhalte einer Unterweisung festzuhalten. - Die Studierenden formulieren Lernziele und Kompetenzen für eine Unterweisung. - Die Studierenden wählen zwischen unterschiedlichen Sozial- und Aktionsformen aus. - Die Studierenden beherrschen verschiedene Lernmethoden (Gruppenpuzzle, Placemat, Lernzirkel, etc.) und verwenden eine zielführende Methode in ihrer Unterweisung. - Die Studierenden setzen sich mit Kommunikationsmodellen, Fragetechniken und Impulsen auseinander. - Die Studierenden bewerten unterschiedliche Einflussfaktoren auf die Qualität der Ausbildung. - Die Studierenden setzen sich mit den Dimensionen pädagogischer Professionalität auseinander. - Die Studierenden wählen zwischen verschiedenen Konfliktbewältigungsstrategien aus. - Die Studierenden strukturieren Unterweisungen nach verschiedenen Verlaufsmodellen. - Die Studierenden beherrschen den zielgerichteten Einsatz von Medien in Lehr-Lernarrangements. - Die Studierenden planen, gestalten und reflektieren eine Unterweisung. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage mit Hilfe der erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen berufliches Wissen in Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen effektiv vermitteln zu können, um die berufliche Handlungsfähigkeit der Lernenden zu erreichen bzw. zu verbessern.	

Sozialkompetenz: Die Studierenden setzen sich mit Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit auseinander, um auf die Person des Lernenden angemessen eingehen und Konflikte lösen zu können sowie Kritik und Feedback in angemessener und konstruktiver Form formulieren zu können.
Inhalt: <i>Praxis der Berufs- und Arbeitspädagogik:</i> Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Vorträge und Präsentationen. Insgesamt werden 10 Einheiten vermittelt: Inhalt 1: Didaktische Reduktion Inhalt 2: Sozialformen Inhalt 3: Lernmethoden Inhalt 4: Lernziele und Kompetenzen Inhalt 5: Kommunikationsmodelle, Fragetechniken und Impulse Inhalt 6: Ausbildungsqualität und pädagogische Professionalität Inhalt 7: Verlaufsmodelle in Lehr-Lernarrangements I Inhalt 8: Verlaufsmodelle in Lehr-Lernarrangements II Inhalt 9: Medien Inhalt 10: Planung eines Lehr-Lernarrangements
Studien- / Prüfungsleistungen: mündliche Prüfung, 10 Minuten <i>Praxis der Berufs- und Arbeitspädagogik:</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: • KLIPPERT, Heinz, 2007. <i>Methoden-Training: Übungsbausteine für den Unterricht</i>. 17. Auflage. Weinheim [u.a.]: Beltz. ISBN 978-3-407-62586-1 • MEYER, Hilbert und Andreas FEINDT, 2010. <i>Was ist guter Unterricht?</i>. 6. Auflage. Berlin: Cornelsen Scriptor. ISBN 978-3-589-22047-2 • ARNOLD, Rolf und Antje KRÄMER-STÜRZL, 1999. <i>Berufs- und Arbeitspädagogik: Leitfaden der Ausbildungspraxis in Produktions- und Dienstleistungsberufen</i>. 2. Auflage. Berlin: Cornelsen Girardet. ISBN 3-464-49110-2 • STENDER, Jörg, Anja KNIPPEL und Monika REEMTSMA-THEIS, 2009. <i>Betriebliches Weiterbildungsmanagement: ein Lehrbuch</i>. Stuttgart: Hirzel. ISBN 978-3-7776-1760-2 • WILBERS, Karl, 2018. <i>Wirtschaftsunterricht gestalten</i>. 3. Auflage. Berlin: epubli GmbH. ISBN 978-3-7467-6571-6 • WILBERS, Karl, 2020. <i>Einführung in die Berufs- und Wirtschaftspädagogik: schulische und betriebliche Lernwelten erkunden</i>. 1. Auflage. Berlin: epubli. ISBN 978-3-7531-0189-7

2.5.65 Projektmanagement - Fortgeschrittene Themen

Moduldauer	1 Semester	SPO-Nr.:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	Betriebswirtschaft	WPF	Winter
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	47 h	
	Selbststudium:	78 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht		
Ziele:			
Projektmanagement ist eine Schlüsselkompetenz für Unternehmen und Führungskräfte. Die Fähigkeit, komplexe Vorhaben – seien es neue Produktentwicklungen oder organisatorische Veränderungen – im Termin, im Budget und in der gefragten Qualität umsetzen zu können, bestimmt über Erfolg und Misserfolg. Dieses Modul ist ein Fortgeschrittenenmodul in Projektmanagement. Vorkenntnisse in den Grundlagen des Projektmanagement sind erforderlich. In diesem Modul bauen wir Ihre Kenntnisse in professionellen Projektmanagementmethoden – basierend auf international anerkannten Standards – weiter aus. Dabei liegt der Fokus sowohl auf Projektmanagement-Standards (IPMA, PMI, PRINCE2) als auch auf den Fokusthemen der aktuellen Projektmanagementforschung - insbesondere jene, die nach aktuellen Erkenntnissen wesentliche Faktoren für besonders erfolgreiche Projekte darstellen - sowie fortgeschrittenen Projektmanagementthemen: Projektdesign, Multiprojektmanagement und Projektportfoliomanagement, Management von Großprojekten, Project Excellence, Projektaudits, internationale Projekte, u.a.. Zudem recherchieren Sie eigenständig relevantes Detailwissen zu den wichtigen Aspekten des Projektmanagements. Projektmanagement als überaus praktische Fachdisziplin ist praxisnah. Im Modul werden daher Fragestellungen aus der Praxis für die Praxis bearbeitet. Fach- und Methodenkompetenz: Kenntnis der wesentlichen Projektmanagementmethoden, basierend auf internationalen Standards, z.B. GPM/IPMA, PMI, PRINCE2, Scrum. Handlungskompetenz: Fähigkeit zur Anwendung von modernen Projektmanagementmethoden in realen Projektsituationen. Fähigkeit zur Recherche relevanten Wissens aus Literatur und Projektmanagement-Standards. Eigenständiger Erwerb von relevantem Fach- und Kontextwissen. Sozialkompetenz: Entwicklung von Sozialkompetenz im Projekt, insbesondere Führungskompetenzen, Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit.			

Inhalte:
Die Inhalte der Veranstaltung umfassen den Aufbau technischer, Verhaltens- und Kontextkompetenzen rund um das Thema Projektmanagement sowie eigene Recherchetätigkeit. Auf fortgeschrittene und aktuelle Themen im Projektmanagement wird eingegangen.
Prüfungsart:
Präsentation. Ein paralleles Ablegen der Projektmanagementzertifizierung (nach der Maxime zwei Fliegen mit einer Klappe) wird empfohlen!
Literatur:
Timminger, H. (2017): Modernes Projektmanagement. Wiley, Hoboken Roock, S. und Wolf H. (2018): Scrum verstehen und erfolgreich einsetzen. dpunkt.verlag Weitere Literatur i.R. selbständiger Literaturrecherche. Empfohlen u.a.: Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. GPM (Hrsg.) (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement. 1. Auflage, GPM, Nürnberg Kerzner, H. (2017) Project Management: a Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. 12th Edition. Wiley, Hoboken. Axelos (2017) Managing Successful Projects with PRINCE2. 6th Edition. The Stationary Office. PMI (2017) A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK). 6th Edition. Project Management Institute. Literatur insbes. zur Zertifizierungsvorbereitung: Dittmann, K & Dirbanis, K. (2020) Projektmanagement (IPMA) Lehrbuch für Level D und Basiszertifikat (GPM). Haufe Gubelmann, J., Sommer, C.J. & Sedlmayer, M. (2021) Projektmanagement - Zertifizierung nach IPMA (ICB4)-Ebenen D und C. Compendio Bildungsmedien Scrumguide
Medienformen:
Online-Material auf Moodle und Präsenz
Empfohlene Voraussetzungen:
Das Modul ist ein Fortgeschrittenenmodul. Grundkenntnisse in Projektmanagement, im Sinne eines erfolgreich abgeschlossenen Grundlagenmoduls Projektmanagement (auch das in Ansbach angebotene "Wissenschaftliches Arbeiten und Projektmanagement" zählt als solches), sind ggf. nachzuweisen.
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
n/a
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan. Teilnehmerzahl ist aus Gründen der Prüfungsform sowie didaktischen Gründen auf max. 40 Personen begrenzt. Registrierung auf Moodle. Ggf. noch Anpassung der Termine und/oder Uhrzeiten der Veranstaltungen via Moodle.

2.5.66 Psychologie im Controlling

Modulkürzel:	CO_Psychologie im Controlling	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, N.N. (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Psychologie im Controlling		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
9Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Psychologie im Controlling:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Kenntnis der Grundlagen des betrieblichen Controllings und der Wertschöpfung. Grundlagen und weiterführende Kenntnisse in der Psychologie. Handlungskompetenz: Befähigung, menschliche Verhaltensweisen zu hinterfragen und zu verstehen. Konzeption von Versuchen bzw. Experimenten unter der Berücksichtigung von Gütekriterien. Sozialkompetenz: Entwicklung der Sozialkompetenzen, wie z. B. Kommunikationsfähigkeit, Analyse und Entscheidungsfähigkeit.			
Inhalt:			
<i>Psychologie im Controlling:</i> • Controlling • Methoden der Psychologie • Kommunikation • Intuition & Entscheidung • Motivation			

• Personalauswahl • Einstellung
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8 c APO) <i>Psychologie im Controlling:</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• ZIMBARDO, Philip G., Richard J. GERRIG und Ralf GRAF, . <i>Psychologie</i>. München [u.a.]: Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7056-3 • ARONSON, Elliot, Timothy D. WILSON und Robin M. AKERT, . <i>Sozialpsychologie</i>. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86326-744-5, 9781322214498

2.5.67 Rabbit Radio 1			
Modulkürzel:	Rabbit Radio 1	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Thomas Liesen		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Rabbit Radio 1		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ex - seminaristischer Unterricht/Exkursion		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:			
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachliche und methodische Kompetenzen: Eigenständiges Gestalten und Betreiben eines modernen Radiosenders in Form einer Audioplattform mit linearen Live-Radio-Anteilen und nonlinearen Podcast-, Social Media und Videoangeboten Handlungskompetenzen:			

• Konzeption und Planung von Live-Radiosendungen • Konzeption und Planung von Podcasts • Themenfindung und Umsetzung unter praxisnahen Bedingungen • Übernahme verschiedener Verantwortlichkeiten im Redaktionsteam • Fähigkeit, redaktionelle Entscheidungen zu treffen, auch unter Zeitdruck • Moderieren im Selbstfahrerstudio unter Live-Bedingungen • Integration von Social Media, Podcast- und Videoangeboten in eine Radioplattform
Inhalt:
• Rolle der Beitragsformen im Campusradio-Konzept • Durchführung von Redaktionskonferenzen • Moderationstraining unter Live-Bedingungen • Redakteur- und CvD-Schulung • Rechtlicher Rahmen der Redaktionsarbeit {Impressum, GEMA, Redakteursstatus} • Musik in Radiosendungen • Live-Produktion von Radiosendungen • Airchecks • Aufbau und Pflege des Social-Media Auftritts
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
La Roche, Walther von; Buchholz, Axel (Hrsg.): Radiojournalismus, Verlag Springer VS 2016

2.5.68 Rabbit Radio 2			
Modulkürzel:	Rabbit Radio 2	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Thomas Liesen
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Rabbit Radio 2
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü- seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Bestandende Prüfung in Rabbit Radio 1
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fachliche und methodische Kompetenzen: Eigenständiges Gestalten und Betreiben eines modernen Radiosenders in Form einer Audioplattform mit linearen Live-Radio-Anteilen und non linearen Podcast-, Social Media- und Videoangeboten Handlungskompetenzen: • Konzeption und Planung von Live-Radiosendungen • Konzeption und Planung von Podcasts • Themenfindung und Umsetzung unter praxisnahen Bedingungen • Übernahme verschiedener Verantwortlichkeiten im Redaktionsteam • Fähigkeit, redaktionelle Entscheidungen zu treffen, auch unter Zeitdruck • Moderieren im Selbstfahrerstudio unter Live-Bedingungen • Integration von Social Media, Podcast- und Videoangeboten in eine Radioplattform	
Inhalt:	
• Rolle der Beitragsformen im Campusradio-Konzept • Durchführung von Redaktionskonferenzen • Moderationstraining unter Live-Bedingungen • Redakteur- und CvD-Schulung • Rechtlicher Rahmen der Redaktionsarbeit {Impressum, GEMA, Redakteursstatus} • Musik in Radiosendungen • Live-Produktion von Radiosendungen • Airchecks • Aufbau und Pflege des Social-Media Auftritts	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit	

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
La Roche, Walther von; Buchholz, Axel (Hrsg.): Radiojournalismus, Verlag Springer VS 2016

2.5.69 Rechtliche Aspekte der Berufsbildung			
Modulkürzel:	Rechtliche Aspekte der Berufsbildung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	6	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. jur. Astrid von Blumenthal		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	53 h	
	Gesamtaufwand:	76 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Rechtliche Aspekte der Berufsbildung		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Rechtliche Aspekte der Berufsbildung:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Rechtliche Rahmenbedingungen für die berufliche Ausbildung sowie Anforderungen für den ausbildenden Betrieb und die jeweiligen Ausbilder bzw. Ausbilderinnen kennen. Rechtliche Regelungen in Zusammenhang mit dem Arbeitsverhältnis zwischen Ausbildungsbetrieb und Auszubildenden beherrschen. Handlungskompetenz: Die Ausbildung von Mitarbeitern aus rechtlicher Sicht durchführen können, u.a. die Erfüllung der rechtlichen Anforderungen an den Betrieb und seine Ausbilder sicherstellen und auf die Einhaltung der Gesetze im Zusammenhang mit dem Arbeitsverhältnis achten. Sozialkompetenz: Sicherstellen, dass die betriebliche Ausbildung und die persönliche und fachliche Integration von Mitarbeitern rechtskonform erfolgt.			

Inhalt:
<i>Rechtliche Aspekte der Berufsbildung:</i> • Gesetzlichen Grundlagen für die Ausbildung • Rechtliche Grundlagen für die Ausbildereignungsprüfung: Angesprochen werden die wesentlichen Vorschriften aus dem Berufsbildungsgesetz, Jugendarbeitsschutzgesetz, Ausbildereignungsverordnung etc. • Formelle Seiten vom Beginn bis zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses: Erarbeitet und mit Praxisbeispielen unterlegt werden die Rechte und Pflichten der beteiligten Vertragsparteien sowie die Rolle der IHK im Zusammenhang mit der Überwachung, Beratung und Prüfungsabnahme der Ausbildung
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 60 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.70 Russisch 1 (für Anfänger)			
Modulkürzel:	Russisch 1	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Irina Mahli (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Russisch 1 (für Anfänger)		
Lehrformen des Moduls:	Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Interesse am russischen Kulturkreis		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Russisch 1 (für Anfänger):			

Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einfache Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess
Inhalt:
<i>Russisch 1 (für Anfänger):</i> Im Modul werden Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden grundlegend vermittelt. Alltagssituationen stehen inhaltlich im Mittelpunkt (Vorstellen, Auskünfte einholen und Auskünfte geben v.a. beim Einkaufen und Wegbeschreibungen, allgemeine Konversation). Die Verwendung der kyrillischen Schrift wird rezeptiv und produktiv beherrscht.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.71 Russisch 2 (für Fortgeschrittene)			
Modulkürzel:	Russisch 2 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Irina Mahli (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Russisch 2 (für Fortgeschrittene)
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Interesse am russischen Kulturkreis
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Russisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen und sich in formelleren Situationen auszudrücken. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.	
Inhalt:	
<i>Russisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Im Modul werden Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden ausgebaut. Alltagssituationen und landeskundliche Aspekte stehen inhaltlich im Mittelpunkt. Die Verwendung der kyrillischen Schrift wird rezeptiv und produktiv geübt.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit <i>Russisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan. Anmerkung: Das Modul wird in Kooperation mit dem Sprachenzentrum Triesdorf der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf angeboten. Der Unterricht findet in Triesdorf statt. Es werden zwei schriftliche Leistungsnachweise erhoben, zur Semestermitte und zu Semesterende. Der Durchschnitt der beiden Noten wird in Ansbach mit 5 ECTS-Punkten verbucht.	
Literatur:	
Wird zu Beginn bekannt gegeben	

2.5.72 Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement			
Modulkürzel:	CO_Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Georg Koch (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Überblick über Krisenursachen, Frühwarnsignale, Risikomanagement, Sanierung und Restrukturierung. Handlungskompetenz: einfache Richtlinie zur Risikovorsorge und Erkennung von Frühwarnsignalen erarbeiten können, Beurteilung und Planung von Gegenmaßnahmen und erforderliche Detailwerte mit den jeweiligen Zeitplänen zuordnen können. Sozialkompetenz: erforderliche Problemfelder von Krisen erkennen, bewerten und die Maßnahmen der jeweiligen Stake- und Shareholder bewerten können. Verständnis für das Thema Nachhaltigkeit und Resilienz, Ethik in der Restrukturierung.			
Inhalt:			
<i>Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement:</i> Grundbegriffe des Risikomanagements Krisenursachen, Krisentypen Frühwarnsignale Krisenfinanzierung Sanierungsfähigkeit Sanierungswürdigkeit Fortführungsprognose			

offene Kommunikation Glaubwürdigkeit Gegenmaßnahmen bei einer Krise Resilienz und Ethik
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.73 Schreiben eines Businessplans

Moduldauer	1 Semester	SPO-Nr.:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	Betriebswirtschaft	WPF	Sommer
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	47 h	
	Selbststudium:	78 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht		
Ziele:			
Inhalt des Moduls ist das Schreiben eines Businessplans. Einen Businessplan zu schreiben, ob für eine Gründung, ein Investitionsobjekt (z.B. neuer Standort), oder ein neues Produkt, etc. ist oft ein Angstthema für junge Berufstätige. Ganz einfach deshalb, weil man es noch nie gemacht hat. Das Modul setzt sich sowohl aus theoretischer wie auch - vor allem ! - praktischer Perspektive mit dem Thema auseinander. Sie werden in diesem Modul lernen, einen professionellen Businessplan zu erstellen und - unter Anleitung - einen eigenen Businessplan zu schreiben! - Bitte bringen Sie gern Ihr eigenes Thema mit, zu dem Sie gerne einen Businessplan schreiben wollen! - Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen am Ende des Moduls über Kenntnisse, einen Businessplan zu erstellen, der den qualitativen Anforderungen im realen Wirtschaftsleben bzw. im Unternehmen genügt.			

Handlungskompetenz: Fähigkeit zum praktischen Schreiben eines Businessplans. Sozialkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einen Businessplan gemäß den üblichen Anforderungen zu erstellen.
Inhalte:
• Produkt / Dienstleistung • Unternehmerteam • Marketing • Geschäftssystem / Organisation • Realisierungsfahrplan • Risiken • Finanzplanung (GuV, Bilanz, Cashflowrechnung) • Unternehmensbewertung
Prüfungsart:
Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Selbst zu erstellender Businessplan zu vorgegebenem oder eigenem Thema
Literatur:
Kubr, Thomas, Daniel Ilar, Heinz Marchesi (2016) Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, 8. Auflage, Redline Verlag
Medienformen:
Online-Material auf Moodle und Präsenz
Empfohlene Voraussetzungen:
Kenntnisse in Excel! (Nutzen Sie auf jeden Fall die Zeit vor dem Start des Moduls, um sich hier möglichst fit zu machen!)
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
n/a
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Die Veranstaltung findet i.d.R. während der Blockwoche statt. Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan. Teilnehmerzahl ist aus Gründen der Prüfungsform sowie didaktischen Gründen auf max. 12 Personen begrenzt. Registrierung auf Moodle. Ggf. noch Anpassung der Termine und/oder Uhrzeiten der Veranstaltungen via Moodle.

2.5.74 Sicher präsentieren - Wirksamer vortragen – in Präsenz und auch online			
Modulkürzel:	Sicher Präsentieren-Wirksamer Vortragen	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Constantin May		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	53 h	
	Gesamtaufwand:	76 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Sicher präsentieren - Wirksamer vortragen – in Präsenz und auch online		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Sicher präsentieren - Wirksamer vortragen – in Präsenz und auch online):</i> Fach- und Methodenkompetenz: - Kenntnis der Schlüsselfaktoren für mehr Wirkung und sicheren Auftritt - Zeitgemäße Präsentationstechnik beherrschen Handlungskompetenz: - Themen logisch analysieren, folgerichtig aufarbeiten und sicher, überzeugend und verständlich präsentieren - Umgang mit Lampenfieber Sozialkompetenz: - Überzeugende Kommunikation auch unter schwierigen Umständen - Eigenes als auch fremdes Kommunikationsverhalten besser deuten und verstehen können - Durch die Reflektion des persönlichen Vortragsstils eigene Kommunikationsweisen kritisch hinterfragen und konstruktiv weiterentwickeln - Authentische Rhetorik entwickeln			
Inhalt:			
<i>Sicher präsentieren - Wirksamer vortragen- in Präsenz und auch online):</i> Das Seminar "Sicher präsentieren - wirksamer auftreten" zeigt, wie Sie Ihr Gegenüber für sich gewinnen und auch bei kleinen Katastrophen, Widerständen und Störungen souverän wirken. Sie lernen die acht Schlüsselfaktoren für mehr Wirkung und einen sicheren Auftritt, wie Sie durch authentische Rhetorik überzeugen, mit Blackout und Lampenfieber gekonnt umgehen und wie Sie clever improvisieren, wenn alle Stricke reißen.			

Studien- / Prüfungsleistungen:
mündliche Prüfung, 15 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.75 Social Media Marketing			
Modulkürzel:	MK_Social Media Marketing	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Dr. Jürgen Rippel		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		105 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Social Media Marketing		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: einen Überblick über Social Media erlangen Handlungskompetenz: Fähigkeit eine Twitterwall zu erstellen und diese auch in Projekte mit einbeziehen Fähigkeit einen Shitstorm abzuwehren Sozialkompetenz: mit Lesern bzw. Followern korrekt kommunizieren			
Inhalt:			
• Was ist Social Media • Welche Plattformen gibt es • Was kann Social Media • Wie kann man einen Shitstorm abwehren • Shitstorm-Simulation mit dem Simulator der Revolvermänner AG • Beispiele vergangener Shitstorms			

- Wie erstellt man eine Facebook-Seite
- Unterscheidung der Beitragsreichweiten
- Wie erhöht man die Viralität der Social Media Kanäle
- Wie wähle ich den geeignetsten Social Media Kanal aus
- Fallbeispiel zur Analyse des geeignetsten Social Media Kanals
- Projekt Twitterwall
- Welche Rolle spielen Zeitungen in Social Media
- Social Media Guidelines
- Crowdfunding
- Crowdinvesting
- Klout Score

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Pein, Vivian (2014). Der Social Media Manager. Bonn: Galileo Computing.

2.5.76 Spanisch 1 (für Anfänger)

Modulkürzel:	Spanisch 1 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, M. Schmidt (durchführend), Hr. Castaneda Martinez (durchf.)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Spanisch 1 (für Anfänger)
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Interesse an spanischsprachigen Kulturen
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Spanisch 1 (für Anfänger):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einfache Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit im angemessenen Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.	
Inhalt:	
<i>Spanisch 1 (für Anfänger):</i> Im Modul werden Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden mit Fokus auf mündlichen Ausdruck und Leseverständnis grundlegend vermittelt. Alltagssituationen stehen inhaltlich im Mittelpunkt (Vorstellen, Auskünfte einholen und Auskünfte geben v.a. beim Einkaufen und Wegbeschreibungen, allgemeine Konversation). An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Ausspracheregeln und Grundregeln der Orthographie • Konkordanz (zwischen Subjekt und Verb, Substantiv und Adjektiv) • Personal-, Demonstrativ-, Possessiv- und Fragepronomen (einführend) • Verwendung von direkten und indirekten Objekten (einführend) • Verlaufsform • Regelmäßige und unregelmäßige Verben (Vokalveränderung) im Präsens • Perfecto	

• Periphrastische Strukturen (einführend) • Komperativ und Superlativ (einführend) • Imperativ (einführend)
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit <i>Spanisch 1 (für Anfänger):</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.77 Spanisch 2 (für Fortgeschrittene)			
Modulkürzel:	Spanisch 2 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, M. Schmidt (durchführend), Hr. Castaneda Martinez (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Spanisch 2 (für Fortgeschrittene)		
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Spanisch 1 bzw. entsprechende Kenntnisse, Interesse an spanischsprachigen Kulturen		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Spanisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einfache Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen.			

Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.	
Inhalt:	
<i>Spanisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Im Modul werden die Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut und verstärkt der schriftliche Ausdruck eingeübt (Stellungnahmen zu Texten, Pro und Contra-Argumentationen, erste Briefe werden erarbeitet). Neben allgemeinen Themen wird besonders auf den Einsatz landeskundlicher Materialien geachtet. An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Indefinido (regelmäßig und unregelmäßig) • Imperfecto (regelmäßig und unregelmäßig) • Potencial (einführend, u. U. im Wirtschaftsspanisch) • Futuro (einführend, u. U. im Wirtschaftsspanisch) • Verwendung von direkten und indirekten Objekten (Vertiefung) • Imperativ (Vertiefung) • Personal-, Demonstrativ-, Possessiv- und Relativpronomen (Vertiefung)	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit <i>Spanisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• , . <i>Universo.ele A2</i>. ISBN 978-3-19-054333-5	

2.5.78 Spanisch 3 (Intensivierung)

Modulkürzel:	Spanisch 3 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, M. Schmidt (durchführend), Hr. Castaneda Martinez (durchf.)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Spanisch 3
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Spanisch 2 bzw. entsprechende Kenntnisse, Interesse an spanischsprachigen Kulturen
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax, Pragmatik und Landeskunde. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, Situationen des Alltagslebens in formelleren Kontexten und einfachen beruflichen Situationen kommunikativ zu bewältigen. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.	
Inhalt:	
Im Modul werden Fertigkeiten der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut (Stellungnahmen zu Texten, fachliche Diskussionen, einfache Briefe). Neben allgemeinen Themen wird besonders auf den Einsatz landeskundlicher Materialien geachtet. An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Verbalperiphrasen • Verwendung der Vergangenheiten • Subjunktiv der Gegenwart • Relativsätze	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit	

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

Literatur:

Universo.ele B1. Hueber. Kursbuch + Arbeitsbuch: 978-3190143344

2.5.79 Strategieseminar für potentielle Unternehmensnachfolger

Moduldauer	1 Semester	SPO-Nr.:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	Betriebswirtschaft	WPF	Winter
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	47 h	
	Selbststudium:	78 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht		
Ziele:			
Inhalt des Moduls ist die strategische Analyse eines Unternehmens und das Entwickeln einer Unternehmensstrategie in der Praxis für die Praxis. Das Modul ist ausgelegt für potentielle Unternehmensnachfolger. Sie können das Modul auch ohne derartige Zukunftspläne belegen. Unternehmensinformationen können vertraulich behandelt werden. Sie entscheiden selbst, welche Informationen Sie teilen! Sie können die strategische Analyse / Strategieentwicklung auch für ein "hypothetisches" oder fremdes Unternehmen durchführen. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen am Ende des Moduls über Kenntnisse, die ihnen ermöglichen, ein Unternehmen aus strategischer Perspektive zu analysieren. Angelehnt an eine Commercial Due Diligence. Handlungskompetenz: Fähigkeit zum Durchführen einer Strategischen Analyse und Entwicklung einer Unternehmensstrategie für ein mittelständisches Unternehmen. Sozialkompetenz:			

Die Studierenden sind in der Lage, Unternehmensinformationen professionell zu präsentieren.	
Inhalte:	
• Strategische Analyse eines realen Unternehmens • Entwicklung einer Unternehmensstrategie • Roadmapping	
Prüfungsart:	
Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Als Powerpoint-Slideset einzureichende Unternehmensanalyse mit strategischen Ansätzen.	
Literatur:	
Wird im Modul empfohlen.	
Medienformen:	
Online-Material auf Moodle und Präsenz	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Kenntnisse in Excel und Powerpoint wärmstens zu empfehlen! (Nutzen Sie auf jeden Fall die Zeit vor dem Start des Moduls, um sich hier möglichst fit zu machen!)	
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:	
n/a	
LN-Anforderungen/Anmerkungen:	
Die Veranstaltung findet i.d.R. während der Blockwoche statt.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Teilnehmerzahl ist aus Gründen der Prüfungsform sowie didaktischen Gründen auf max. 12 Personen begrenzt. Registrierung auf Moodle. Ggf. noch Anpassung der Termine und/oder Uhrzeiten der Veranstaltungen via Moodle.	

2.5.80 Strategisches und operatives Human Resource Management			
Modulkürzel:	PM!_Str./Op. Human Resources Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Strategisches und operatives Human Resource Management
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Personalführung, Modul 2080
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Strategisches und operatives Human Resource Management:</i> Fach- und Methodenkompetenz: - Fundierte Kenntnisse hinsichtlich der strategischen Relevanz der Human Resources für das Unternehmen. - Detailliertes Wissen bezüglich des personalwirtschaftlichen Instrumentariums und der Aufgabengebiete der Personalpolitik. - Auseinandersetzung mit der Zukunft der Arbeit sowie aktuellen Themen und Trends im HR-Bereich. Handlungskompetenz: Befähigung, personalrelevante Fragestellungen erfolgreich zu bearbeiten und das personalwirtschaftliche Instrumentarium reflektiert einzusetzen. Sozialkompetenz: - Einüben von für den Personalbereich erfolgskritischen Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Reflexionsfähigkeit oder Teamfähigkeit. - Erkennen der Bedeutung des Menschenbildes für die Personalarbeit.	
Inhalt:	
<i>Strategisches und operatives Human Resource Management:</i> Im Modul „Strategisches und operatives Human Resource Management“ werden in der Grundlagenveranstaltung erworbene Kenntnisse und Kompetenzen vertieft und erweitert. Themenfelder „Strategisches und operatives Human Resource Management“ - Zukunft der Arbeit - Bedeutung des HRM im Rahmen des strategischen Managements	

- Umfeld der Personalpolitik
- Funktionen und organisatorische Gestaltung des HRM
- Strategisches HRM
- Personalpolitische Handlungsfelder
- Instrumentarium des HRM
- Zukunft der Arbeit, aktuelle Themen und HR-Trends

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Präsentation (außerhalb des Prüfungszeitraums)

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

Literatur:

Batz, Thomas (2021): Strategisches Personalmanagement: Ein Ratgeber für Studium und Praxis. Stuttgart: Kohlhammer

Hungenberg, Harald und Wulf, Torsten (2015): Grundlagen der Unternehmensführung. 5. Auflage. Berlin: Springer

Lebrenz, Christian (2017): Strategie und Personalmanagement: Konzepte und Instrumente zur Umsetzung im Unternehmen. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Prieß, Arne (Hrsg.) (2016): Schlüsselfaktor strategisches Personalmanagement. Arbeitgeberattraktivität steigern durch zukunftsfähige HR-Konzepte und Neurowissenschaft. Freiburg: Haufe

Scholz, Christian (aktuellste Auflage): Grundzüge des Personalmanagements. München: Vahlen

Schütte, Martin (2019): Mitarbeiterorientierte Unternehmensführung. Mitarbeiter als strategischer Erfolgsfaktor im globalen Wettbewerb. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Schwuchow, Karlheinz und Gutmann, Joachim (diverse Jahrgänge): HR-Trends. Freiburg: Haufe

„Springer essentials“, diverse Publikationen zum Fachgebiet Human Resource Management

Stock-Homburg, Ruth, Groß, Matthias (aktuellste Auflage): Personalmanagement: Theorien-Konzepte-Instrumente. Wiesbaden: Springer Gabler

Wagner, Dieter (Hrsg.) (2020): Praxishandbuch Personalmanagement. 2. Auflage. Freiburg: Haufe.

Werkmann-Karcher, Brigitte, Riediker, Jack (Hrsg.) (2010): Angewandte Psychologie für das Human Resource Management. Konzepte und Instrumente für ein wirkungsvolles Personalmanagement. Berlin: Springer

2.5.81 Stressmanagement und Resilienz

Moduldauer	1 Semester	SPO-Nr.:	
	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester

Verwendbarkeit des Moduls:	Betriebswirtschaft	WPM	SS
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	47 h	
	Selbststudium:	103 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Lehrform:	seminaristischer Unterricht		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: • Verstehen der theoretischen Grundlagen von Stress, multimodalem Stressmanagement und Resilienz • Kenntnis verschiedener Stressbewältigungsstrategien und Resilienzfaktoren • Kennenlernen und Durchführen konkreter, ganzheitlicher Methoden und Techniken zur persönlichen Stressbewältigung und Resilienzförderung • Erkennen von Bedeutung und Prinzipien der Resilienz auf personaler Ebene, Teamebene und organisationaler Ebene • Unternehmensbezogene Maßnahmen zum Aufbau von organisationaler Resilienz und das Konzept der gesunden Führung kennenlernen Handlungskompetenz: • Individuelle Strategien zur Stressbewältigung und nachhaltigem Aufbau von Resilienz entwickeln • Erstellen eines persönlichen Stressbewältigungs- und Resilienzkonzepts sowie dessen Durchführung: Transfer in Studium, Beruf und Alltag • Fähigkeit zur Selbstreflexion und Selbstregulation in herausfordernden Situationen • Konzepte zur Organisationsentwicklung mit Fokus auf Planung und Umsetzung resilienter (Führungs-)Prozesse und Strukturen entwerfen Persönliche Kompetenz und Sozialkompetenz: • Selbstwirksamkeit, Selbstvertrauen, Selbstreflexion als Basis von Stressmanagement und Resilienz stärken • (Emotionale) Selbstregulation erhöhen und Achtsamkeit im Umgang mit Belastungen entwickeln • Kommunikationsstrategien in stressreichen Situationen erlernen			
Inhalte:			
Sowohl im persönlichen Bereich als auch im Unternehmenskontext werden Stressmanagement und Resilienz als Zukunftskompetenzen immer bedeutsamer. Der Kurs gibt den Studierenden Strategien und konkrete Methoden zur nachhaltigen und ganzheitlichen Förderung ihrer persönlichen Stressbewältigung und Resilienz an die Hand, um im Studium und der dynamischen Arbeitswelt gesund und belastbar zu bleiben. Hierbei kombiniert der Kurs fundierte theoretische Grundlagen mit vielfältigen praxisorientierten Übungen. Neben dieser persönlichen Kompetenzstärkung der Studierenden werden unternehmensbezogene Ansätze zur Schaffung resilienter Strukturen und zur systematischen Befähigung von Mitarbeitern und Führungskräften vermittelt. Ausgewählte Themenfelder			

• Stresstheorien, Stressmechanismen und Stressauswirkungen • Stresssituationen und Stressverhalten, persönliche Stressverstärker • Resilienzmodelle und Resilienzfaktoren • Physische, psychische und soziale Dimensionen von Gesundheit, Salutogenese • Neurobiologische Sicht auf Wohlbefinden und Leistung • Positive Psychologie • Strategien und Techniken zur Stressbewältigung und Resilienzaufbau • Zeit- und Selbstmanagement als Stressprävention • Work-Life-Balance, Burnout-Prävention, Energiemanagement • Ressourcenorientierung und Ressourcenaktivierung • Selbstführung, Selbstwirksamkeit und Selbstverantwortung • Emotionsregulation, Beziehungsgestaltung und Netzwerkorientierung • Werte, Glaubenssätze, Denk- und Verhaltensmuster • Entspannungstechniken • Mindfulness-Based-Stress Reduction (MBSR) nach Jon Kabat-Zinn • Kommunikation in Stresssituationen • Resiliente Führung • Resilienz als Zukunftskompetenz in Bezug zu Change/VUCA/BANI • Organisationale Resilienz und Empowerment • Arbeitsbedingungen und New Work
Prüfungsart:
Studienarbeit
Literatur:
Becker, Florian: Positive Psychologie – Wege zu Erfolg, Resilienz und Glück. Berlin: Springer 2024. Bernatzeder, Petra: Erfolgsfaktor Wohlbefinden am Arbeitsplatz: Praxisleitfaden für das Management psychischer Gesundheit. Berlin: Springer 2018. Braun, Ottmar L. (Hrsg.): Selbstmanagement und Mentale Stärke im Arbeitsleben. Berlin: Springer 2019. Eckert, Marcus und Tarnowski, Torsten: Stress- und Emotionsregulation. Weinheim, Basel: Psychologie Verlags Union 2017 Hellert, Ulrike und Stix, Karolin: Kreative Stresskompetenz für die Arbeitswelt. Freiburg, München, Stuttgart: Haufe Group 2018 Kaluza, Gert: Gelassen und sicher im Stress: Das Stresskompetenz-Buch: Stress erkennen, verstehen, bewältigen. Moser, Michaela und Häring, Karin (Hrsg.): Gesund bleiben in kranken Unternehmen: Stressfaktoren erkennen und Resilienz aufbauen. Wiesbaden: Springer 2023. Reif, Julia u.a.: Effektiver Umgang mit Stress: Gesundheitsmanagement im Beruf. Reihe: Die Wirtschaftspsychologie. Berlin: Springer 2018 Schrör, Torsten: Führungskompetenz durch achtsame Selbstwahrnehmung und Selbstführung. Wiesbaden: SpringerGabler 2016 Wellensiek, Sylvia: Handbuch Resilienz-Training. Weinheim: Beltz 2011
Medienformen:

Wissensinput, Diskussionsrunden, Werkzeuge zur Stressbewältigung, Resilienztraining, Fallbeispiel, persönliche Analysen und Bestandsaufnahmen, Selbst- und Gruppenreflexionen, systemische Methoden, Feedback, Transferaufgaben
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.

2.5.82 Systemische Personal- und Organisationsentwicklung			
Modulkürzel:	PM_Syst. Personal-und OrgaEntwicklung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Systemische Personal- und Organisationsentwicklung		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Personalführung, Modul 2080		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Systemische Personal- und Organisationsentwicklung: Fach- und Methodenkompetenz: • Strategische Bedeutung der systemischen Personal- und Organisationsentwicklung erkennen. • Fundierte Kenntnisse hinsichtlich der Themenfelder Personal- und Organisationsentwicklung (individuelle, gruppenbezogene und organisationale Kompetenzentwicklung) erlangen.			

Handlungskompetenz: Durchführung konkreter Maßnahmen der Personal- und Organisationsentwicklung Berufsrelevante Kompetenzen analysieren und trainieren Sozialkompetenz: Einüben von für den Bereich Personal- und Organisationsentwicklung erfolgskritischen Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit, didaktische Kompetenz, Reflexionsfähigkeit
Inhalt:
<i>Systemische Personal- und Organisationsentwicklung:</i> Im Modul Systemische Personal- und Organisationsentwicklung erlangen die Studierenden Wissen bezüglich des Themengebietes und wenden dieses im Rahmen von Übungen und der Durchführung eigener Lerneinheiten an. Themenfelder „Systemische Personal- und Organisationsentwicklung“ • Ziele, Konzepte, Handlungsfelder und Methoden der (strategischen) Personal- und Organisationsentwicklung • Kompetenzen, Kompetenzmodelle, Kompetenzentwicklung • Sozialpsychologische, lernpsychologische und didaktische Grundlagen • Wissen und Lernen aus systemisch-konstruktivistischer Perspektive • Konzeption und Durchführung von Lerneinheiten anhand des LernZIMMERs (Ziele, Inhalte, Methoden, Medien, Evaluation, Reflexion) • Lernen und Kompetenzentwicklung auf individueller Ebene, Teamebene und organisationaler Ebene • Aktuelle Trends und Zukunft der Personal- und Organisationsentwicklung
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Referat (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Becker, M.: Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2013. Blum, Urs et.al. (Hrsg.) (2021): Weiterbildungsmanagement in der Praxis: Psychologie des Lernens. Berlin: Springer Blume, Ramita (2009): Wissen und Lernen – eine systemisch-konstruktivistische Perspektive. Einführung in die theoretischen und praktischen Grundlagen. Saarbrücken: VDM Verlag Erpenbeck, John und Sauter, Werner (2021): Future Learning und New Work: Das Praxisbuch für gezieltes Werte- und Kompetenzmanagement. Freiburg: Haufe Kauffeld, Simone (2016): Nachhaltige Personalentwicklung und Weiterbildung: Betriebliche Seminare entwickeln, Erfolg messen und Transfer sichern. 2. Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer

Lippe-Heinrich, Angelika (2019): Personalentwicklung in der digitalisierten Arbeitswelt: Konzepte, Instrumente und betriebliche Ansätze. Wiesbaden: Springer Gabler

Peterke, Jürgen (2021): Personalentwicklung als Managementfunktion: praktische Grundlagen und zukunftsfähige Konzepte. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Schwuchow, Karheinz und Gutmann, Joachim (Hrsg.) (diverse Jahrgänge): Personalentwicklung: Themen, Trends und best Practices. Freiburg: Haufe

Senge, Peter (2011): Die fünfte Disziplin. Kunst und Praxis der lernenden Organisation. 11. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Stumpf, Siegfried und Thomas, Alexander (Hrsg.) (2003): Teamarbeit und Teamentwicklung. Göttingen u.a.: Hogrefe

Wegerich, Christine (2015): Strategische Personalentwicklung in der Praxis. Instrumente, Erfolgsmodelle, Checklisten, Praxisbeispiele: Berlin: Springer

2.5.83 TeamKultur

Modulkürzel:	TeamKultur	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Prof. Dr. Sybille Gaiser		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	53 h	
	Gesamtaufwand:	76 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	TeamKultur		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü/PA - seminaristischer Unterricht/Übung/Projektarbeit		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
TeamKultur:			

Fachkompetenz: Spezifische Inhalte verknüpft mit den kulturellen Inhalten der Projekte, Planung, Organisation und Durchführung eines Projektes Methodenkompetenz: Teamfähigkeit, Strategieentwicklungs und -umsetzungsfähigkeit Sozialkompetenz: Kulturelle Erfahrung, Reflexion des eigenen und fremden Verhaltens im Gruppenprozess
Inhalt:
<i>TeamKultur:</i> Projekte, die eine kulturelle Veranstaltung vorbereiten und durchführen von der Auswahl der Inhalte über die Einübung hin zur Organisation und Durchführung der Veranstaltung. Projekte können im Bereich Theater, Orchester oder Band gewählt werden. Reflexion über die stattfindenden Gruppenprozesse
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit + Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.84 The PR China: State, Society, and Economy			
Modulkürzel:	IC_The PR China	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Frau Wang		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		105 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	The PR China: State, Society and Economy		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Englisch B2		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>The PR China: State, Society and Economy:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden verstehen die wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Situation des heutigen China.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden bewerten Quellen, hinterfragen Informationen und recherchieren eigenständig zu Themen mit Chinabezug.			
Sozialkompetenz:			
Die Studierenden gehen respektvoll mit Andersdenkenden um und verstehen unterschiedliche (kulturelle oder politische) Perspektiven und Ansichten.			
Inhalt:			
<i>The PR China: State, Society and Economy:</i>			
Dieser Kurs behandelt die folgenden Themen:			
Geographie,			
Geschichte und Kulturgeschichte,			
Reformen seit 1979,			
Das politische System und sein Wandel,			
Außenpolitik und Außenhandel,			
Chinas Wirtschaftssystem und seine Stellung in der Welt,			
Chinas wirtschaftlicher Übergang,			
Veränderungen in der Gesellschaft,			
Religiöse und spirituelle Strömungen,			
Minderheiten und Minderheitenpolitik,			

Staatsmedien, soziale Medien und Zensur, Taiwan, Aktuelles Zeitgeschehen aus internationalen Medien.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit mit Referat (außerhalb Prüfungszeitraum) <i>The PR China: State, Society and Economy:</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Leese, D.: Brill's Encyclopedia of China. Shei, C. & Wei, W.: The Routledge Handbook of Chinese Studies. Online-Enzyklopädie (Encyclopedia Britannica, CIA Factbook). Fachzeitschriften (China Connect, MERICS). Video- und Audio-Podcasts (BBC, NPR, MERICS)

2.5.85 Theorie der Berufs- und Arbeitspädagogik			
Modulkürzel:	Theorie der Berufs- und Arbeitspädagogik	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	6	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. jur. Astrid von Blumenthal, Prof. Dr. Brigitte Waffenschmidt (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Theorie der Berufs- und Arbeitspädagogik
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Lernpädagogische und -psychologische Aspekte bei der Berufsausbildung bzw. bei späteren Ausbildungsmaßnahmen im Rahmen des permanenten Lernens im Beruf beherrschen Handlungskompetenz: Lernpädagogische und -psychologische Aspekte bei der Ausbildung von z.B. Jugendlichen berücksichtigen können Sozialkompetenz: Beim Umgang mit Auszubildenden auf lernpädagogische und -psychologische Aspekte achten	
Inhalt:	
• Unterweisungsmethoden • Psychologie der Jugendzeit • Umgang mit Problemen während der Ausbildung • Bewertung unter psychologisch/pädagogischen Aspekten • permanentes Lernen im Beruf • u.a.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
schriftliche Prüfung, 60 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Mietzel, G., Pädagogische Psychologie des Lernens und Lehrens, 7. Aufl., Göttingen, 2003 Faltermaier, T., Entwicklungspsychologie des Erwachsenenalters, 2. Aufl., Stuttgart, 2002 Baumgartner, I., OE-Prozesse, 6. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien, 1998 Crisand, E. / Kiepe, K., Psychologie der Jugendzeit, 2. Aufl., Heidelberg, 1996	

Heineken, E. / Habermann, T., Lernpsychologie für den beruflichen Alltag, 3. Aufl., Heidelberg, 1994

2.5.86 UAV – Grundlagen und Vertiefung

Modulkürzel:	UAV-Grdl. und Vertiefung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	6	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Helmut Roderus		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	53 h	
	Gesamtaufwand:	76 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	UAV – Grundlagen und Vertiefung		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Die Teilnehmer lernen alle wesentlichen Aspekte, um eigenständig mit UAV (Unmanned Aircraft Vehicle), also unbemannten Luftfahrzeugen, umzugehen. Ein Schwerpunkt des Kurses liegt auf dem Einsatz von Drohnen und ihrer Anwendung in Fotografie, Video, Fotogrammetrie und Vermessung.			
Fachliche und Methodenkompetenzen:			
• sichere Kenntnisse der technischen, rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen für das Führen von UAVs • Kenntnis über die Anwendungsmöglichkeiten unbemannter Luftfahrzeuge in der Fotografie, der Videografie, der Fotogrammetrie und in der Technik, z. B. für Inspektions- oder Messaufgaben aus der Luft			
Handlungskompetenzen:			
• Fähigkeit zur Planung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Drohneneinsätzen für Luftbildaufnahmen (Foto, Video) und für technische Anwendungen			
Sozialkompetenzen:			

• Teamfähigkeit bei der gemeinsamen Entwicklung und Präsentation von Übungen und Projektaufgaben in Kleingruppen
Inhalt:
• Begriffsklärung UAV, Drohne, Multikopter u.a. • Kategorien von Drohnen und Anforderungen an ihre Bediener • Grundlagen des Luftrechts, Erlaubnispflichten, Betriebsverbote, Sondererlaubnis • technisch-physikalische Grundlagen des Fliegens mit UAV und Meteorologie • technischer Aufbau einer Drohne, Hardware und Software • Flugpraxis: Vorbereitungen für einen Aufstieg, grundlegende Flugmanöver, Risiken und ihre Begrenzung • Aufnahmetechniken und Weiterverarbeitung des Foto- / Video- / Datenmaterials
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.5.87 Unternehmensbesteuerung I

Modulkürzel:	Unternehmensbesteuerung I	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier (verantwortl.) / Frau Ronja Reinwald (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmensbesteuerung I
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren der Fachspezifischen Pflichtmodule (FPM) Betriebliche Steuern sowie Buchführung und Bilanzierung
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können die für die laufende Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften wesentlichen Regelungen des Einkommensteuer-, Körperschaftsteuer- und Gewerbesteuer-gesetzes verstehen, anwenden und hinsichtlich ihrer Auswirkungen beurteilen. Sie sind in der Lage, die steuerliche Bemessungsgrundlage für die Einkommensteuer, die Körperschaftsteuer und die Gewerbesteuer systematisch und detailliert zu ermitteln und die festzusetzende Steuerschuld zu berechnen. Die Studierenden kennen die zivilrechtlichen Grundlagen, die für die Unternehmensbesteuerung von Bedeutung sind und können daraus resultierende steuerliche Folgen beschreiben und abwägen. Auf der Grundlage der behandelten Einzelsteuergesetze erlernen die Studierenden Methoden, um Geschäftsvorfälle und unternehmerische Entscheidungen systematisch und eigenverantwortlich auf ihre Auswirkungen im Bereich der Ertragsteuern zu analysieren und zu beurteilen. Die Studierenden können Richtlinien, Rechtsprechung und Fachliteratur hinsichtlich ihrer Bedeutung einordnen, zur Lösung von Fällen einsetzen und im Gesetz nicht definierte Rechtsbegriffe mit ihrer Hilfe analysieren und auslegen. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die zentralen Regelungen zur laufenden Ertragsbesteuerung von Einzelunternehmen, Personen- und Kapitalgesellschaften zu verstehen, anzuwenden und kritisch zu hinterfragen. 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 sowie 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. Der mündliche Vortrag schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.	

Inhalt:
Aufbauend auf dem Fachspezifischen Pflichtmodul Betriebliche Steuern werden Kenntnisse der laufenden Ertragsbesteuerung von Einzelunternehmen, Personen- und Kapitalgesellschaften vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen; Gastvorträge werden angeboten. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: 1. Grundlagen des Gesellschafts-, Bilanz- und Steuerrechts der Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften 2. Besteuerung von Einzelunternehmen mit Einkommen- und Körperschaftsteuer 3. Besteuerung der Personengesellschaften und ihrer Mitunternehmer, einschließlich Sonder- und Ergänzungsbilanzen sowie der gewerbsteuerlichen Behandlung 4. Besteuerung von Kapitalgesellschaften und ihrer Gesellschafter
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Freichel, Christoph / Brähler, Gernot / Krenzin, Andreas / Lösel, Christian: Ertragsteuern • Grobshäuser, Uwe / Maier, Walter / Kies, Dieter / Maier, Hartwig: Besteuerung der Gesellschaften • Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen I • Tipke, Klaus / Lang, Joachim, Steuerrecht Jeweils aktuelle Auflage

2.5.88 Unternehmensbesteuerung II			
Modulkürzel:	Unternehmensbesteuerung II	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier (verantwortl.) / Markus Terassa (durchf.)	
Sprache:	Deutsch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	nur Sommersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmensbesteuerung I	
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung	
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren der Fachspezifischen Pflichtmodule (FPM) Betriebliche Steuern sowie Buchführung und Bilanzierung	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden kennen die zentralen Regelungen des Umsatzsteuergesetzes. Sie können die Steuerbarkeit und die Steuerpflicht eines Umsatzes beurteilen, die anfallende Umsatzsteuer berechnen sowie den Zeitpunkt der Steuerentstehung und den Steuerschuldner bestimmen. Die Studierenden erwerben Kenntnisse über das Recht des Vorsteuerabzugs und das Besteuerungsverfahren der Umsatzsteuer und lernen die Umsatzbesteuerung innerhalb der Europäischen Union kennen. Auf der Grundlage des Umsatzsteuergesetzes erlernen die Studierenden Methoden, um nationale und grenzüberschreitende Geschäftsvorfälle und unternehmerische Entscheidungen systematisch und eigenverantwortlich auf ihre Auswirkungen im Bereich der Umsatzsteuer zu analysieren und zu beurteilen. Die Studierenden verstehen die Bedeutung der europäischen Mehrwertsteuersystemrichtlinie für das deutsche Umsatzsteuerrecht. Sie sind in der Lage, im Gesetz und in der Richtlinie nicht definierte Rechtsbegriffe mithilfe des Umsatzsteuer-Anwendungserlasses und einschlägiger Rechtsprechung und Fachliteratur zu analysieren und auszulegen. Handlungskompetenz: Die Studierenden können die Regelungen des Umsatzsteuerrechts verstehen, anwenden und kritisch hinterfragen. Sie sind in der Lage, Übungsfälle und Fallstudien systematisch und eigenständig zu lösen und das erworbene Wissen auf Fragestellungen in der Praxis zu 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. Der mündliche Vortrag schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.		

Inhalt:
Aufbauend auf dem Fachspezifischen Pflichtmodul Betriebliche Steuern werden Kenntnisse des Umsatzsteuerrechts auf nationaler und europäischer Ebene vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen; Gastvorträge werden angeboten. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: 1. Steuerbare Umsätze 2. Steuerbefreiungen und Optionsmöglichkeiten zur Steuerpflicht 3. Steuersätze und Bemessungsgrundlage 4. Entstehung der Umsatzsteuer, Steuerschuldner 5. Vorsteuerabzug 6. Besteuerungsverfahren 7. Umsatzbesteuerung innerhalb der Europäischen Union
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Lippross, Otto-Gerd: Umsatzsteuer • Maier, Alexandra: Lehrbuch Umsatzsteuer • Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen I • Sikorski, Ralf: Basiswissen Umsatzsteuer Jeweils aktuelle Auflage

2.5.89 Unternehmensgründung			
Modulkürzel:	Unternehmensgründung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Skripek / Prof. Dr. Barbara Hedderich
Sprache:	Deutsch / Englisch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmensgründung Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern)
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Verpflichtende Voraussetzung: Aktive Teilnahme am Existenzgründerplanspiel (Campus Cup) ohne dieses Modul durch Prüfung abgeschlossen zu haben
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Teilnahme an einem Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern) und darauf aufbauend die Entwicklung eines Businessplan: Die Ziele sind das frühzeitige Heranführen der Studierenden an unternehmerische Entscheidungsprozesse, die Förderung des unternehmerischen Denkens und Handelns, die Entwicklung von interdisziplinärer Teamfähigkeit und das Erlernen von professionellem Präsentieren. Die Teilnehmenden sollen die Komplexität und das Ineinandergreifen volks- und betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge in der Simulation nachempfinden und lernen ihre eigenen unternehmerischen Vorstellungen so aufzuarbeiten und zu präsentieren, dass sie ein professionelles Publikum, wie z.B. Investoren von ihren Ideen überzeugen können. Fach- und Methodenkompetenz: Nach dem Besuch dieser Veranstaltung sollen die Studierenden die betriebswirtschaftlichen Prozesse in allen Funktionsbereichen eines Unternehmens kennen, erklären und aktuelle Sachverhalte und Entwicklungen dieser Prozesse analysieren und beurteilen können. Ferner sind sie in der Lage, aus dem Datenmaterial der Bilanz und der GuV das Unternehmen richtig beurteilen und Entscheidungen unter Unsicherheit ableiten zu können. Sie sind in der Lage, mit Hilfe der Deckungsbeitragsrechnung ein optimales Absatzprogramm zu erstellen, eine Unternehmensbewertung anhand unterschiedlicher Verfahren durchführen zu können. Handlungskompetenz: Die Studierenden kennen und verstehen die betrieblichen Zusammenhänge und beherrschen die gelernten Methoden, um im Berufsleben kompetente Gesprächspartner zu sein oder um die Themen der Lehrveranstaltungen des Bachelor und Masterstudiums verstehen zu können. 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. Entwicklung eigener Ideen zur Marktreife. Präsentation und Verteidigung der eigenen Ideen und der dazu gehörigen komplexen Sachverhalte z.B. im Zuge des Venture Capital Raising. Erarbeiten einer Gesamtstrategie z.B. für die Durchführung einer wettbewerbsfähigen Marktstrategie.

Inhalt:

Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern) und darauf aufbauend ein Workshop zur Vorstellung eigener Businesspläne:

Die Teilnehmer werden mit den Themen der Existenzgründung und der strategischen Unternehmensführung im Campus-Cup vertraut gemacht.

Nach Erstellung eines rudimentären Businessplans erfolgt der Markteintritt. In Planspielsequenzen werden Marktszenarien im Wettbewerb simuliert, in denen die getroffenen Entscheidungen betriebswirtschaftlich das Unternehmen beeinflussen. Begleitet werden die Spielsequenzen durch kurze theoretische Auffrisch- bzw. Einführungsphasen.

Eine Abschlusspräsentation im Team mit Rück- und Ausblick rundet das Planspiel ab.

Aufbauend auf den Erfahrungen des Planspiels wird der im Planspiel nur in wenigen Eckpunkten festgelegte Businessplan erweitert und vertieft, indem eigene Produktideen basierend auf einer umfassenden Marktanalyse entwickelt werden und diese dann in einem professionellen Businessplan präsentiert werden.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit + Präsentation

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

Literatur:

2.5.90 Unternehmertum und Businessplanung

Moduldauer	1 Semester	SPO-Nr.:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	Betriebswirtschaft	WPF	Sommer

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dominik Kögel
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 47 h Selbststudium: 78 h Gesamtaufwand: 125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht
Ziele:	
Das Modul setzt sich sowohl aus theoretischer wie auch praktischer Perspektive mit dem Phänomen Unternehmertum auseinander. Über seine Rolle für die Innovation spielt Unternehmertum (Entrepreneurship) eine zentrale Rolle für die wirtschaftliche Entwicklung. Dabei wird Unternehmertum oft als Gründung missverstanden, geht jedoch weit darüber hinaus – man denke an Intrapreneurship, unternehmerisches Handeln innerhalb eines bestehenden Unternehmens. Eine Kenntnis des Gründungsprozesses und der im Rahmen einer Gründung zu beachtenden Thematiken ist nichtsdestotrotz eine wichtige Voraussetzung, um potenzielle Unternehmer zur Gründung zu ermutigen, und spielt daher für Studierende der Wirtschaftswissenschaften eine wichtige Rolle, gerade dann, wenn die Arbeit im Angestelltenverhältnis nicht den persönlichen Zielen des Studierenden entspricht. Der Businessplan ist Grundlage für unternehmerisches Handeln und nimmt in diesem Modul eine zentrale Stellung ein. Sie werden in diesem Modul lernen, einen professionellen Businessplan zu erstellen. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über ausreichende Kenntnisse zu volkswirtschaftlicher Theorie bzw. allgemeiner betriebswirtschaftlicher Theorie, um das Phänomen Unternehmertum einzuordnen und den Prozess Unternehmertum sowie die grundlegenden Mechanismen hinter dem Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten zu verstehen. Sie verfügen über ein grundlegendes Verständnis des Konzepts der Geschäftsidee sowie des Geschäftsmodells und flankierender Theorie zu Strategischem Management sowie Innovation. Die Studierenden verstehen den Gründungsprozess sowie damit verbundene wesentliche Entscheidungen, wie z.B. die Wahl der Rechtsform, und deren Implikationen. Die Studierenden verfügen über die Methodenkompetenz, einen Businessplan zu erstellen, der den qualitativen Anforderungen im realen Gründungsprozess bzw. im Unternehmen genügt. Handlungskompetenz: Die Studierenden kennen die Bedeutung unternehmerischen Handelns für die Gesellschaft und lernen die Herausforderungen und Spannungsfelder, denen Unternehmer ausgesetzt sind, verstehen und einzuordnen. Sozialkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einen Businessplan gemäß den üblichen Anforderungen zu erstellen.	
Inhalte:	
Das Modul befasst sich sowohl aus theoretischer wie auch praktischer Perspektive mit dem Phänomen Unternehmertum, sowie Businessplanung und Gründung. Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten: • Theorie zu Unternehmertum sowie Intrapreneurship • Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten	

• Geschäftsidee, Geschäftsmodell • Erstellen eines Businessplans • Gründungsprozess
Prüfungsart:
Studienarbeit + Präsentation
Literatur:
Fueglistaller, Urs, Christoph Müller, Susan Müller, Thierry Volery (2016) Entrepreneurship, 4. Auflage, Springer Kubr, Thomas, Daniel Ilar, Heinz Marchesi (2016) Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, 8. Auflage, Redline Verlag Ggf. weitere, nach Ankündigung i.R. der Veranstaltung Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur (2011) Business Model Generation – ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Grichnik, Dietrich, Malte Brettel, Christian Koropp, René Maurer (2010) Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen, Schäffer-Poeschel Fritsch, Michael (2015) Entrepreneurship: Theorie, Empirie, Politik, Springer Fink, Christian und Eva Vogelsang (2016) Existenzgründung und Businessplan: Ein Leitfaden für erfolgreiche Startups Gassmann, Oliver und Karolin Frankenberger (2013) Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St.Galler Business Model Navigator, Hanser Ries, Eric (2017) The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation To Create Radically Successful Business, Penguin
Medienformen:
Online-Material auf Moodle und Präsenz
Empfohlene Voraussetzungen:
n/a
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
n/a
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan. Teilnehmerzahl ist aus Gründen der Prüfungsform sowie didaktischen Gründen auf max. 40 Personen begrenzt. Registrierung auf Moodle. Ggf. noch Anpassung der Termine und/oder Uhrzeiten der Veranstaltungen via Moodle.

2.5.91 Unternehmensbewertung nach IDW S1

Modulkürzel:	BF_Unternehmensbewertung nach IDW S1	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		23 h
	Selbststudium:		53 h
	Gesamtaufwand:		76 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmensbewertung nach IDW S1		
Lehrformen des Moduls:	: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden beherrschen Kenntnisse in Bezug auf die Unternehmensbewertung nach IDW S1, d.h. die Erstellung einer Unternehmensbewertung in der Praxis.			
Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die Zielsetzung und die einzelnen Arbeitsschritte der Erstellung eines Unternehmensbewertungsgutachtens (entsprechend dem IDW Standard S 1) nachzuvollziehen.			
Sozialkompetenz: Fragen in Bezug auf die Unternehmensbewertung werden im Team gelöst und gegenüber den anderen Teilnehmern kommuniziert.			
Inhalt:			
Im Modul Unternehmensbewertung nach IDW S 1 werden Grundkenntnisse der Erstellung einer Unternehmensbewertung vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht			
Inhalt 1 Anlässe und rechtliche Grundlagen der Unternehmensbewertung			
Inhalt 2 Beauftragung			
Inhalt 3 Unternehmensplanung			
Inhalt 4 Ermittlung des Unternehmenswerts			

Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
IdW Herausgeber: Standard S 1

2.5.92 Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)			
Modulkürzel:	Unternehmenssimulation	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Prof. Dr. Markus Skripek		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)		
Lehrformen des Moduls:	: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz: 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: (professional skills) Die Studierenden wenden erlernte Problem-Lösungskompetenz 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 Unternehmensplanspieles zu entwickeln.

Sozialkompetenz: (social skills)

Permanentes Treffen von Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt unter Zeitdruck. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) strategischer Fragestellungen im Zuge des Unternehmensplanspieles. 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.

Inhalt:

Das Modul beruht auf einem Unternehmensplanspiel, welches die Studierenden zu ganzheitlichem betriebswirtschaftlichen Denken und Handeln anhalten soll. Im besonderen Fokus stehen die Grundprinzipien des „strategischen-“, des „value-based Management“ sowie auf Entscheidungen der Internationalisierung. In der Zusammenarbeit in Teams planen die Teilnehmer die Unternehmens- und Internationalisierungsstrategien 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 sowie Präsentation der Unternehmensergebnisse (Hauptversammlung)
- „Learning business by doing business“

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Handbuch TOPSIM General Management II, TATA Interactive Systems, Tübingen , Auflage 12.2.

2.5.93 Verhandlungstheorie

Modulkürzel:		Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dominik Kögel
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Verhandlungstheorie
Lehrformen des Moduls:	: SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Als Marketing-, Vertriebs-, Einkauf- oder Personalmanager/in verhandeln Sie regelmäßig mit Kunden, Mitarbeitern oder Bewerbern. Ob als Controller, in der Produktion oder als Projektmanager: In jedweder Managementposition müssen Sie tagtäglich mit anderen verhandeln, um Ihre Ideen auch durchzusetzen. – Dennoch wird Verhandlungstheorie an Hochschulen und Universitäten in Deutschland noch kaum gelehrt! Dieses Modul führt Sie – auf Grundlage relevanter Begrifflichkeiten und empirischer Forschung – in die wesentlichen Aspekte wissenschaftlicher Verhandlungstheorie ein. Fach- und Methodenkompetenz: Grundbegriffe der Verhandlungstheorie. Persönlichkeits- / Sozialkompetenz: Interaktion und Kommunikation im Verhandlungskontext. Handlungskompetenz: Fähigkeit zur Umsetzung in einer Verhandlung.	
Inhalt:	
☐ Grundlagen: u.a. Geschichte der Verhandlungswissenschaften, Grundbegrifflichkeiten wie BATNA, Verhandlungsmasse, Verhandlungszone, Win-Sets ☐ Bedingungen für effektives Verhandeln: u.a.: Abhängigkeit, positive Verhandlungsmasse, Interessenskonflikt	

☐ Methoden zur Verhandlungsvorbereitung: u.a. Situationsanalyse, Erwartungswerte, Wertbäume, Skalierungsverfahren, Multidimensionale Evaluationsmethoden, Methoden zur subjektiven Wahrscheinlichkeitsbewertung ☐ Verhandlungsverhalten: u.a. verschiedene Verhandlungsstile nach Thompson, prinzipienorientiertes Verhandeln nach Fisher, Ury, Patton ☐ 5 verschiedene Verhandlungstypen: distributive Verhandlungen, integrative Verhandlungen, Rubinstein-Verhandlungen, Verhandlungen auf mehreren Ebenen = Principal-Agent-Problematik, Mehrparteienverhandlungen ☐ Spieltheoretische Modelle: u.a. Grundbegriffe, Spiele in strategischer und extensiver Form, soziale Dilemmas, Koordinationsspiele, das wiederholte Gefangenendilemma, Strategische Züge, Anwendung auf die Verhandlungssituation ☐ Rationalität: u.a. rationales Verhalten nach von Neumann und Morgenstern, Theorie des Erwarteten Nutzens ☐ Gründe für das Abweichen von der Rationalität und Manipulation: Prospect Theory, Heuristiken, die Rolle von Affekt, Selbsttäuschung und Manipulation
Studien- / Prüfungsleistungen: Präsentation Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: Die Veranstaltung basiert u.a. auf Werken von Howard Raiffa, Leigh Thompson, Robert Clemen, William F. Samuelson, Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton, Max H. Bazerman, Margarete A. Neale, Ariel Rubinstein, John von Neumann, Oskar Morgenstern, Daniel Kahneman, Amos Tversky, u.a. Auszüge aus den entsprechenden Quellen werden im Rahmen der Veranstaltung verteilt bzw. per Upload bereitgestellt.

2.6 Schwerpunktwahlpflichtmodule

2.6.1 Bank-, Finanz- und Investitionswirtschaft

2.6.1.1 Unternehmensbewertung nach IDW S1			
Modulkürzel:	BF_Unternehmensbewertung nach IDW S1	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	53 h	
	Gesamtaufwand:	76 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmensbewertung nach IDW S1		
Lehrformen des Moduls:	: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden beherrschen Kenntnisse in Bezug auf die Unternehmensbewertung nach IDW S1, d.h. die Erstellung einer Unternehmensbewertung in der Praxis.			
Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die Zielsetzung und die einzelnen Arbeitsschritte der Erstellung eines Unternehmensbewertungsgutachtens (entsprechend dem IDW Standard S 1) nachzuvollziehen.			
Sozialkompetenz: Fragen in Bezug auf die Unternehmensbewertung werden im Team gelöst und gegenüber den anderen Teilnehmern kommuniziert.			
Inhalt:			
Im Modul Unternehmensbewertung nach IDW S 1 werden Grundkenntnisse der Erstellung einer Unternehmensbewertung vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht			
Inhalt 1 Anlässe und rechtliche Grundlagen der Unternehmensbewertung			
Inhalt 2 Beauftragung			

Inhalt 3 Unternehmensplanung
Inhalt 4 Ermittlung des Unternehmenswerts
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
IdW Herausgeber: Standard S 1

2.6.1.1 Grundlagen der Behavioral Finance			
Modulkürzel:	BF_Grundlagen der Behavioral Finance	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler (verantwortl.) / Thorsten Klug (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	53 h	
	Gesamtaufwand:	76 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Grundlagen der Behavioral Finance		
Lehrformen des Moduls:	: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Finanzwirtschaft		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Kenntnisse über...			
• die Grundannahmen der traditionellen Finanztheorie (z. B. Rationalität, Effizienzmarkthypothese) und deren Grenzen und können diese kritisch reflektieren, • zentrale Konzepte und Modelle der Behavioral Finance (Heuristiken, Biases, Prospect Theory, Overconfidence, Mental Accounting etc.) und können diese anwenden, • Methoden zur Identifikation und Analyse von Verhaltensanomalien an Finanzmärkten,			

- wissenschaftliche Studien aus dem Bereich Behavioral Finance, können diese kritisch einzuordnen und sind grundlegend in der Lage Ergebnisse auf praktische Fragestellungen zu übertragen.

Handlungskompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage ...

- eigene und fremde Entscheidungsprozesse im Hinblick auf kognitive Verzerrungen zu reflektieren,
- Handlungsempfehlungen für Finanzakteure und Unternehmen ableiten können, die psychologische Faktoren berücksichtigen,
- erlernte Methoden zur Vermeidung typischer Entscheidungsfehler in der Finanzpraxis einordnen zu können (z. B. Portfolioentscheidungen, Risikoeinschätzung, Marktverhalten).

Sozialkompetenz:

Studierende reflektieren die gesellschaftliche Bedeutung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse (z. B. im Hinblick auf Finanzbildung, Altersvorsorge oder nachhaltige Investitionen).

Inhalt:

Im Modul Behavioral Finance werden die Grundlagen der klassischen Finanzwirtschaft mit den Erkenntnissen der verhaltenswissenschaftlichen Finanzlehre verknüpft, um ein realitätsnäheres Verständnis von Entscheidungsprozessen an Finanzmärkten und bei finanzwirtschaftlichen Entscheidungen zu vermitteln.

Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht.

- Teil 1: Grundlagen & Kognitive Verzerrungen
 - Einführung & Historischer Kontext
 - Kognitive Psychologie für Finanzmärkte
 - Kognitive Verzerrungen – Teil 1: Entscheidungsfindung
 - Kognitive Verzerrungen – Teil 2: Risikowahrnehmung
 - Grenzen der Rationalität – Modelle und Kritik
- Teil 2: Emotionen, Märkte & Anomalien
 - Emotionen und Finanzmärkte
 - Behavioral Finance und Marktanomalien – Teil 1
 - Behavioral Finance und Marktanomalien – Teil 2
 - Herdenverhalten und soziale Einflüsse
- Teil 3: Vertiefung & Ausblick
 - Behavioral Portfolio Theory
 - Nudging und Entscheidungsarchitektur
 - Behavioral Finance und Investment Management
 - Aktuelle Forschung und Ausblick

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 60 Minuten

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

Literatur:

Beck, H. & Beck, K. (2020): *Behavioral Economics. Eine Einführung*. 3. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.

Daxhammer, R. (2018): *Behavioral Finance*. 3. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.

Weiterführende Literatur

Nitzsch, R. von (2006): *Behavioral Finance: Verhaltenswissenschaftliche Ansätze in der Finanzwirtschaft*. Vahlen, München.

Krüger, T. (2018): *Behavioral Finance und Anlegerverhalten: Psychologische Grundlagen für die Finanzberatung*. Springer Gabler, Wiesbaden.

Kahneman, D. & Tversky, A. (1979): Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.

Kahneman, D. (2011): *Schnelles Denken, langsames Denken*. Siedler, München.

Shiller, R.J. (2015): *Irrationale Übertreibungen*. FinanzBuch Verlag, München. (deutsche Übersetzung von *Irrational Exuberance*)

Thaler, R.H. & Sunstein, C.R. (2009): *Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt*. Econ, Berlin.

2.6.2 Controlling

2.6.2.1 Angewandtes Controlling			
Modulkürzel:	CO_Angewandtes Controlling	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller	
Sprache:	Deutsch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	
Arbeitsaufwand:	Selbststudium:	105 h
Moduldauer:	Gesamtaufwand:	150 h
	1 Semester	
Häufigkeit:	nur Wintersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Angewandtes Controlling	
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht	
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
<i>Angewandtes Controlling:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über die Grundlagen des Controllings. Darüber hinaus wurden idealerweise einschlägige, fachbezogene Pflichtmodule absolviert, z. B. Kostenrechnung, Finanz- und Investitionswirtschaft, Grundlagen der BWL oder Buchhaltung. Neben Fachwissen verfügen die Studierenden über Präsentationsfähigkeiten und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens. Handlungskompetenz: Projektorganisation, Zeitplanung, Koordination Die Studierenden lernen zielorientiert und kooperativ zu handeln. Eigenverantwortliches und kreatives Handeln stehen im Vordergrund. Die Studierenden schulen sich in Eigenverantwortung, Erarbeitung von Fachwissen, Bewertung von Arbeitsleistungen und sozialer Anerkennung. Kollektive Teamarbeit ist die vorherrschende Arbeitsform. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit/Kommunikationsfähigkeit Die Studierenden bearbeiten praxisbezogene Aufgabenstellungen in Arbeitsgruppen. Sie lernen miteinander zu kommunizieren und gemeinsam zu handeln.		
Inhalt:		
<i>Angewandtes Controlling:</i> Die Studierenden bearbeiten Praxisfälle oder praxisbezogene Fragestellungen. Die Themenschwerpunkt ergeben sich aus dem fachspezifischen Kontext. Die Lösungserarbeitung folgt dem allgemeinen Prinzip von Präparation, Inkubation, Illumination und Verifikation (Wallas, 1926/2014, Art of Thought, ISBN 10: 1910146056 ISBN 13: 9781910146057. Die Bearbeitung erfolgt in Projektgruppen. Die Projektgruppen werden in der Lösungsfindung und -erarbeitung gecoacht. Die Studierenden präsentieren ihre Ergebnisse und dokumentieren sie in Form einer Abschlusspräsentation und einer Studienarbeit.		
Studien- / Prüfungsleistungen:		
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		

Literatur:

- WEBER, Jürgen und Utz SCHÄFER, 2020. *Einführung in das Controlling*. 16. Auflage.
 - PREIßLER, Peter, 2020. *Controlling*.
- , . Controller Magazin. In: .

2.6.2.2 Controlling Practice

Modulkürzel:	CO_Controlling Practice	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Peter Rössle (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling Practice		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Controlling Practice:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
- Anwendung von theoretischem Wissen in der Praxis - Methoden des Financial Controlling eines international operierenden Unternehmens basierend auf praktischen Beispielen - Die Englisch basierende Vorlesung (deutsche Unterrichtssprache, englisches Script) vermittelt internationale Unternehmenskultur			
Handlungskompetenz:			
Das Ziel wird über ein aufgaben- und ergebnisorientiertes learning by doing bzw. learning through interaction – in Partner- oder Gruppenarbeit – angegangen			
Sozialkompetenz:			

- Die unterschiedlichen und vielfältigen Fallstudien werden in Partner- und Gruppenübungen durchgeführt - Diese Aktivitäten führen zum gruppendynamischen Arbeiten, teambuilding, Präsentation innerhalb und für die Gruppe, etc)
Inhalt:
<i>Controlling Practice:</i> - Introduction - F&A Basis Training for non F&A employees - Budget Planning – TMC (Total Manufacturing Costs) - Business Review (actual results) - Monthly TMC Analysis - KPI's - Key Performance Indicators (TMC, MOE, Productivity, Process Reliability, Scrap etc) - Importance of Inventories - NPV - Net Present Value as instrument for Capital Investment and strategic decision making - Balanced Scorecard - Business Decision Making supported by Financial Analysis (example) - Wrap up
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.2.3 Controlling and Business Leadership			
Modulkürzel:	CO_Controlling and Business Leadership	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Peter Rössle (durchführend)	
Sprache:	Englisch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling and Business Leadership	
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht	
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
Fach – und Methodenkompetenz:		
• Anwendung von theoretischem Wissen in der Praxis • Methoden des Financial Controlling und der Unternehmensführung eines international operierenden Unternehmens basierend auf praktischen Beispielen • Die Englisch basierende Vorlesung (englische Unterrichtssprache, englisches Script) vermittelt internationale Unternehmenskultur		
Handlungskompetenz:		
• Das Ziel wird über ein aufgaben- und ergebnisorientiertes learning by doing bzw. learning through interaction – in Partner- oder Gruppenarbeit – angegangen		
Sozialkompetenz:		
• Die unterschiedlichen und vielfältigen Fallstudien werden in Partner – und Gruppenübungen durchgeführt • Diese Aktivitäten führen zum gruppendynamischen Arbeiten, teambuilding, Präsentation innerhalb und für die Gruppe, etc)		
Inhalt:		
• Introduction • Financial Awareness Training for all Employees • Deployment of the Company's Strategy and Goals • KPI's - Key Performance Indicators (TMC, MOE, Productivity, Process Reliability, Scrap etc) • Balanced Scorecard as tool for Business Leadership • Budget Planning – TMC (Total Manufacturing Costs) • Business Review (actual results) – Monthly TMC Analysis • Importance of Working Capital and Inventories • NPV – Net Present Value as instrument for Capital Investment and strategic decision making		

• Special Topic: „Controlling in growing digitization“ • Business Decision Making supported by Financial Analysis (example) • Wrap up
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Vorlesungsskript

2.6.2.4 Controlling mit SAP S / 4HANA			
Modulkürzel:	Controlling mit SAP S / 4HANA	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Norbert Henninger (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling mit SAP S / 4HANA		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Controlling mit SAP S / 4HANA:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden besitzen Kenntnisse im praktischen Umgang mit SAP und den relevanten Controlling-Bereichen. Handlungskompetenz: Die Studierenden erhalten für die Dauer des Semesters einen eigenen SAP-User, mit dem Sie eigenständig im System agieren können und sind für eine begrenzte Anzahl von Kostenstellen unter Controlling-Aspekten zuständig			
Sozialkompetenz:			
Aufgrund der Interdependenzen der Kostenstellen im Trainings-Unternehmen lernen die Studierenden so-			

wohl eigenständiges Arbeiten als auch die Abstimmung in der Gruppe vertieft kennen. Teamaufgaben fördern gruppendynamische Prozesse. Kleine Vorträge (Gruppenergebnisse/Referat) erhöhen die Präsentationsfähigkeiten
Inhalt:
<i>Controlling mit SAP S / 4HANA:</i> Aufgrund der langjährigen SAP-Erfahrung des Lehrbeauftragten in einem großen Industrieunternehmen besitzen die Fallübungen eine hohe praktische Relevanz. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, in der Verknüpfung theoretisches Basiswissen mit der praktischen Umsetzung in SAP S/4HANA. Nach einer Einführung in das System SAP erhalten Sie einen eigenen User mit dem Sie Zugriff auf ein vollständiges SAP-System haben. In der Verknüpfung Theorie und Praxis lernen Sie die SAP-Logik der Kostenartenrechnung kennen und legen auch neue Kostenarten direkt in SAP an. Einen breiten Rahmen in der Vorlesung nimmt die Kostenstellenrechnung ein. Hier geht es um die Definition und das Anlegen von Kostenstellen. Danach führen Sie auf den angelegten Kostenstellen eine Kostenplanung durch. Auf Basis der Kostenplanung buchen Sie im Bereich Accounting entsprechende Istkosten und steigen in das Kosten-Controlling auf Kostenstellenebene ein. Im weiteren Verlauf der Vorlesung betrachten wir den Bereich der innerbetrieblichen Aufträge, beschäftigen uns mit dem Produktkosten-Controlling und erhalten einen Einblick in weitere Controlling Tools in SAP. Keine besondere Literatur erforderlich, Vorlesungsskript, das Sie von Lehrbeauftragten erhalten ist ausreichend
Studien- / Prüfungsleistungen:
mündliche Prüfung, 20 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.2.5 Psychologie im Controlling			
Modulkürzel:	CO_Psychologie im Controlling	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, N.N. (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Psychologie im Controlling
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Psychologie im Controlling:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Kenntnis der Grundlagen des betrieblichen Controllings und der Wertschöpfung. Grundlagen und weiterführende Kenntnisse in der Psychologie. Handlungskompetenz: Befähigung, menschliche Verhaltensweisen zu hinterfragen und zu verstehen. Konzeption von Versuchen bzw. Experimenten unter der Berücksichtigung von Gütekriterien. Sozialkompetenz: Entwicklung der Sozialkompetenzen, wie z. B. Kommunikationsfähigkeit, Analyse und Entscheidungsfähigkeit.	
Inhalt:	
<i>Psychologie im Controlling:</i> • Controlling • Methoden der Psychologie • Kommunikation • Intuition & Entscheidung • Motivation • Personalauswahl • Einstellung	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
schriftliche Prüfung, 90 Minuten <i>Psychologie im Controlling:</i>	

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

Literatur:

- ZIMBARDO, Philip G., Richard J. GERRIG und Ralf GRAF, . *Psychologie*. München [u.a.]: Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7056-3
- ARONSON, Elliot, Timothy D. WILSON und Robin M. AKERT, . *Sozialpsychologie*. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86326-744-5, 9781322214498

2.6.2.6 Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement

Modulkürzel:	CO_Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Georg Koch (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Überblick über Krisenursachen, Frühwarnsignale, Risikomanagement, Sanierung und Restrukturierung.			
Handlungskompetenz:			
einfache Richtlinie zur Risikovorsorge und Erkennung von Frühwarnsignalen erarbeiten können, Beurteilung und Planung von Gegenmaßnahmen und erforderliche Detailwerte mit den jeweiligen Zeitplänen zuordnen können.			
Sozialkompetenz:			
erforderliche Problemfelder von Krisen erkennen, bewerten und die Maßnahmen der jeweiligen Stake- und Shareholder bewerten können. Verständnis für das Thema Nachhaltigkeit und Resilienz, Ethik in der Restrukturierung.			

Inhalt:
<i>Sanierungs- und Restrukturierungsmanagement:</i> Grundbegriffe des Risikomanagements Krisenursachen, Krisentypen Frühwarnsignale Krisenfinanzierung Sanierungsfähigkeit Sanierungswürdigkeit Fortführungsprognose offene Kommunikation Glaubwürdigkeit Gegenmaßnahmen bei einer Krise Resilienz und Ethik
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.3 Digital Business

2.6.3.1 Business Analytics			
Modulkürzel:	Business Analytics	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	3	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Bernd Heesen
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Business Analytics
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ex - seminaristischer Unterricht/Exkursion
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: • Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Analytics und Kennzahlen für die erfolgreiche Umsetzung einer Strategie. • Die Studierenden erlangen ein Verständnis für die Bedeutung von Data Science für Unternehmen. Sie verstehen das Zusammenspiel von Daten und Prozessen bei der Analyse und dem Reporting mit Hilfe führender Analytics-Werkzeuge. Handlungskompetenz: • Die Studierenden erlernen die Nutzung von Managementwerkzeugen für das Reporting und zur kennzahlenorientierten Unternehmensführung (Management by Objectives). Sozialkompetenz: • Informations- und Kommunikationsverhalten erlernen, das dem Wissenstransfer dient.	
Inhalt:	
• Data Science - o Standards für das Management von Data-Science-Projekten - o Data Warehouse Architektur + Data Lake + Data Hub Datenmodellierung - o Systemintegration (Extraktion, Transformation, Laden) - o Reporting • Corporate Performance Management - o Kennzahlensysteme - o Standards für die Visualisierung - o Self-Service • Tools - o Microsoft Excel - o Microsoft Power BI inkl. Künstlicher Intelligenz (u.a. Copilot + Fabric)	

Studien- / Prüfungsleistungen:

Schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- Arnold, J. (2023). Microsoft Power BI: Die praktische Einführung in die Datenanalyse und -visualisierung. Heidelberg: dpunkt.
- Heesen, B. (2023). Künstliche Intelligenz und Machine Learning mit R. Springer Gabler: Wiesbaden. e-Book kostenlos: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-41576-1>
- Heesen, B. (2024). Effective Strategy Execution: Business Intelligence using Microsoft Power BI (3rd edition). Berlin: Springer. (relevante Ausschnitte aus dem Buch werden digital zur Verfügung gestellt)
- Optional:
- Bakhshi, S. (2021). Expert data modeling with Power BI : Get the best out of Power BI by building optimized data models for reporting and business needs. Birmingham: Packt.
- Deckler, G. (2022). Learn Power BI: A comprehensive, step-by-step guide for beginners to learn real-world business intelligence (2nd ed.). Packt. ISBN: 1801811954.
- Ehrenmüller-Jensen, M. (2020). Self-service AI with power BI desktop : machine learning insights for business. Berkeley: Apress.
- Low, G. (2021). Implementing Power BI in the Enterprise. Australia: SQL.
- Nelles, S. (2021). Power BI mit Excel: Das umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk Computing
- Silva, R. F. (2021). Power BI 2021: Power BI Series Volume 3: Create and learn: Part 1 - Book Power BI Business Intelligence Clinic : Part 2 - Book Power BI Academy Vol. 3 HR Recruitment. Silva.
- Wade, R. (2020). Advanced analytics in Power BI with R and Python: Ingesting, transforming, visualizing. Berkeley: Apress.

2.6.3.2 Empirische Wirtschaftsanalyse mit R

Modulkürzel:	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Christine Dauth, Prof. Dr. Barbara Hedderich	
Sprache:	Deutsch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R	
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht	
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	Betriebsstatistik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
<i>Empirische Wirtschaftsanalyse mit R:</i>		
Fach- und Methodenkompetenz:		
- Die Studierenden lernen die verschiedenen Phasen <u>echter</u> Datenanalyseprojekte kennen. Echt bedeutet, dass die Studierenden reellen Kunden zuarbeiten und diese Projekte wichtige Informationen für tatsächliche Entscheidungen der jeweiligen Projektkunden liefern. Die Phasen reichen von der Klärung des Analysebedarfs hin zur Interpretation und Präsentation der Ergebnisse. - Die Studierenden wissen welche unterschiedlichen Fragetypen es gibt und wie ein Fragebogen aufgebaut ist. - Die Studierenden sind mit Datenschutzrechtlichen und ethischen Aspekten bei der Datenerhebung vertraut. - Darüber hinaus verfügen sie über Grundkenntnisse und in Teilbereichen detaillierte Kenntnisse von R zur Bearbeitung und Analyse von Befragungsdaten.		
Handlungskompetenz:		
- Die Studierenden wissen, wie sie die erlernten theoretischen Kenntnisse in echten Projekten einsetzen, die sie von Erstgesprächen mit den Kunden bis zur Übergabe der Projektergebnisse betreuen. Sie sind in der Lage Fragestellungen gemeinsam mit dem Kunden zu identifizieren und einen geeigneten Lösungsansatz zu finden. - Die Studierenden können die Projektmanagementkenntnisse aus anderen Veranstaltungen praktisch anwenden. Sie trainieren zudem Ihre Selbstregulation und Teamfähigkeit, d.h. die Fähigkeit sich selbst zu organisieren, Zeit zu managen und effektiv in der Gruppe zu arbeiten. - Die Studierenden wenden die erlernten Analysefähigkeiten mit RStudio professionell in ihren Echtprojekten an und erweitern diese. Sie sind in der Lage ihre Ergebnisse selbsterklärend, übersichtlich und klar darzustellen, zu visualisieren und zu interpretieren.		
Sozialkompetenz:		
- Die Studierenden lernen effizient mit den Kunden ihrer Projekte zu kommunizieren, deren Wünsche zu erfassen, offene Fragen zu klären, und die Arbeitsergebnisse übersichtlich zu präsentieren. - Die Projektbearbeitung in Teams fördert Kommunikation, Teamarbeit und die Konfliktlösungskompetenz zwischen den Studierenden.		

Inhalt:
<i>Empirische Wirtschaftsanalyse mit R:</i> • Empirische Analyse, in der Regel von Befragungsdaten, für ein ausgewähltes Echt-Projekt • Konstruktion von Fragebögen und Übertragung in ein Online-Befragungstool • IT-gestützte Datenerhebung • Aufbereitung und Analyse der Daten anhand von R mit Interface RStudio (z.B. Skript-Erstellung und -Verwaltung, wichtige Statistikprozeduren, Datenvisualisierung) • Statistische Analyse und Interpretation von erhobenen Daten • Aufbereitung der Ergebnisse in Präsentation für Kunden
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Ismay, Chester and Kim, Albert Y. (2020): Statistical Inference via Data Science: A ModernDive into R and the Tidyverse. Available at: https://moderndive.netlify.app/index.html [accessed on September 29, 2021]. Sauer, Sebastian (2019): Moderne Datenanalyse mit R: Daten einlesen, aufbereiten, visualisieren, modellieren und kommunizieren, Wiesbaden, Springer Gabler. Weitere Literaturhinweise stehen auf Moodle zur Verfügung.

2.6.3.3 Fallstudien Organisation und Management			
Modulkürzel:	OM_Fallstudien Organisation/Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Fallstudien Organisation und Management
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Fallstudien Organisation und Management:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, im Team eine praxisorientierte Fallstudie als Projekt aus dem angebotenen Themenbereich zu bearbeiten (z.B. Wissensmanagement). Nach aktuellen Verfahrensweisen werden zu bergende Potenziale identifiziert und ein wissenschaftlich fundiertes Konzept zur Verbesserung erstellt. Digitalisierungskompetenz. Handlungskompetenz: Die Studierenden können die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse umfänglich einsetzen und praxisorientiert erproben. Transferkompetenz auf neue Unternehmensszenarien. Sozialkompetenz: Die Bearbeitung der Fallstudie im Team entwickelt Teamfähigkeit, bietet Erkenntnisse und Reflexion über das Verhalten in Gruppen und die eigene Position. Kommunikationskompetenz durch Gruppenarbeiten und Präsentationen.	
Inhalt:	
<i>Fallstudien Organisation und Management:</i> Die Studierenden erarbeiten in Projektgruppen eine Lösung für einen spezifischen Anwendungsfall, der sich an Problemstellungen aus der Praxis orientiert. Dabei setzen sie die bisher erworbenen Kenntnisse ein und unterstützen die Lösungssuche – sofern möglich – mit einem Software-Tool.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Wird zu Beginn bekannt gegeben	

2.6.3.4 Künstliche Intelligenz for Business			
Modulkürzel:	Künstliche Intelligenz for Business	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Bernd Heesen		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Fallstudien Organisation und Management		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: • Die Digitalisierung führt dazu, dass immer mehr Daten für die Analyse zur Verfügung stehen. In mehrfacher Hinsicht sind in gewissen Anwendungsfällen Maschinen/Computer in der Lage schneller bzw. effektiver zu lernen als Menschen. Machine Learning nutzt Algorithmus-basierte Analyse-Verfahren, um aus Daten Mehrwert zu generieren. Die Methoden und Algorithmen des Machine Learning im betrieblichen Kontext werden vermittelt. Handlungskompetenz: • Anwendungsbereiche der Künstlichen Intelligenz kennenlernen. • Die Studierenden erlernen die Anwendung von Algorithmen und Methoden des Machine Learning mit der Programmiersprache Python. Sozialkompetenz: • Informations- und Kommunikationsverhalten erlernen, das dem Wissenstransfer dient.			
Inhalt:			
• Differenzierung Intelligenz und Künstliche Intelligenz • Grundlagen der strukturierten Programmierung mit Python. • Grundlagen des Machine Learning - o Methoden: Überwachtes, Unüberwachtes und Bestärkendes Lernen - o Datenimport & Datenvorverarbeitung: Selektion, Validierung, Fusion, Umformung, Ergänzung, Zusammenfassung - o Explorative Datenanalyse			

- o Modellauswahl
- o Modelltraining
- o Modellvalidierung
 - Algorithmen zur Klassifikation und Vorhersage
- o Support Vector Machines
- o Entscheidungsbäume
- o Random Forest
- o Dimensionsreduktion
- o K-means Clusteranalyse
- o Neuronale Netze
- o APriori
 - Anwendung von Machine Learning Algorithmen aus den Bibliotheken Scikit-Learn, PyTorch, Keras und Tensorflow

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit

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

Literatur:

Pflichtliteratur:

- Atwan, T. A. (2022). Time Series Analysis with Python Cookbook: Practical recipes for exploratory data analysis, data preparation, forecasting, and model evaluation. Birmingham: Packt.
- Heesen, B. (2023). Künstliche Intelligenz und Machine Learning mit R. Springer Gabler: Wiesbaden. eBook kostenlos: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-41576-1>

Optionale Literatur:

- Cohen (2022). Practical Linear Algebra for Data Science: From Core Concepts to Applications Using Python. O'Reilly.
- Feiks, M. (2019). Empirische Sozialforschung mit Python: Daten automatisiert sammeln, auswerten, aufbereiten. Wiesbaden: Springer.
- Gallatin, K. & Albon, C. (2023). Machine Learning with Python Cookbook: Practical Solutions from Preprocessing to Deep Learning. Sebastopol/CA: O'Reilly.
- Geron (2022). Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn, Keras, and TensorFlow: Concepts, Tools, and Techniques to Build Intelligent Systems. O'Reilly.
- Goswami & Sinha (2023). Statistical Modeling in Machine Learning: Concepts and Applications. Academic Press.

Hinweis: Bücher des Springer Verlags sind kostenlos als E-Book über die Bibliothek verfügbar

2.6.3.5 Multivariate Analyse mit Befragungsdaten

Modulkürzel:	WI_Multivariate Analyse	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Prof. Dr. Christine Dauth
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter – und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Multivariate Analyse mit Befragungsdaten
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Multivariate Analyse mit Befragungsdaten:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Detaillierte Kenntnisse statistischer Analysesysteme und komplexer Analysemethoden Handlungskompetenz: Fähigkeit zur professionellen Anwendung eines statistischen Analysesystems im Rahmen von Fragebogenerhebungen Sozialkompetenz: Fähigkeit zur Beratung im Rahmen von anspruchsvollen Umfrage-Projekten	
Inhalt:	
<i>Multivariate Analyse mit Befragungsdaten:</i> • Fortgeschrittene empirische Analyse von Befragungsdaten anhand eines ausgewählten Echt-Projekts mit vielen Variablen und hoher Fallzahl • Fortgeschrittene Analyse von Fragebogen-Daten mit R und Interface RStudio • Multivariate Statistikprozeduren • Erstellung von Projekt-Berichten, Aufbereitung des Datenmaterials für Präsentationen (einschl. Pressematerialien)	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	

Literatur:

Wickham, Hadley, Cetinkaya-Rundel, Mine and Golemund, Garrett (2023): R for Data Science: Import, Tidy, Transform, Visualize, and Model Data, Second Edition, verfügbar unter <https://r4ds.hadley.nz/> [zuletzt aufgerufen am 4. September 2023].

2.6.3.6 Programmierung

Modulkürzel:	Programmierung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Netter		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Programmierung		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Programmierung:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können einfache, konsolenbasierte Programme in einer höheren Programmiersprache entwickeln und wenden dabei die Prinzipien der strukturierten Programmierung an. Sie verstehen es, geeignete Sprachelemente bei der Umsetzung von Programmierproblemen in lauffähigen Programmen zu verwenden. Handlungskompetenz: Die Studierenden können einfache Programme (Konsolprogramme) für betriebliche Aufgabenstellungen entwerfen und implementieren			
Inhalt:			
<i>Programmierung:</i> • Programmiersprachen allgemein (Arten, Konzepte) • Grundlegende Einführung in die Syntax und Semantik einer höheren Programmiersprache (elementare und komplexe Datentypen, Anweisungen, Kontrollstrukturen), Einsatz von Programmbibliotheken			

- Einführung in die Grundlagen der objektorientierten Programmierung (Klassen, Objekte, Attribute, Methoden)
- Entwicklungsmethodik für das Programmieren im Kleinen, schrittweise Verfeinerung, Prinzipien der strukturierten Programmierung
- Einführung in eine moderne Entwicklungsumgebung für das Erstellen, Verwalten und Testen von Programmen

Studien- / Prüfungsleistungen:

Schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- R H. Mössenböck: Sprechen Sie Java? dpunkt.verlag, jeweils neuste Auflage
- Ratz, Scheffler, Seese, Wiesenberger: Grundkurs Programmieren in Java, Hanser, jeweils neuste Auflage
- Fritz Jobst: Programmieren in Java, Hanser, jeweils neuste Auflage
- Guido Krüger: Java-Programmierung – das Handbuch, O'Reilly, jeweils neuste Auflage
- Christian Ullenboom: Java ist auch eine Insel, Galileo Computing, jeweils neuste Auflage

2.6.3.7 Quantitative Methoden

Modulkürzel:	Quantitative Methoden	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Sebastian Sauer
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Multivariate Analyse mit Befragungsdaten
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Quantitative Methoden II
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fachkompetenz und Methodenkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, inferenzstatistische Analysen mit Hilfe der Bayes-Statistik implementiert in der Programmiersprache R zu berechnen, sodass sie Forschungs- oder Praxisfragen evidenzbasiert beantworten können. Die Studierenden sind in der Lage, sich mit der methodologischen Umsetzung von empirischen Fragestellungen kritisch auseinanderzusetzen und die Ergebnisse von Datenanalysen einordnen zu können. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, selbständig evidenzbasierte Antworten unter Berücksichtigung der Ungewissheit der Schlüsse zu praxisrelevanten Fragen zu finden, sofern Daten für diese Fragen vorliegen. Sozialkompetenz: Die Studierenden können Fachtermini korrekt erkennen und die Bedeutung wiedergeben und auf dieser Basis mit anderen Wissenschaftlern über empirische Befunde diskutieren	
Inhalt:	
• Grundkonzepte der statistischen Inferenz • Wahrscheinlichkeitsrechnung • Verteilungen • Einfache Bayes-Modelle • Post-Verteilung • Gauss-Modelle • Lineare Modelle mit Bayes-Statistik • Gängige Forschungsfragen mit metrischer AV • Kausalinferenz	

Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 60 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Çetinkaya-Rundel, M., & Hardin, J. (2021). Introduction to Modern Statistics. OpenIntro. OpenIntro. • https://openintro-ims.netlify.app/ • Gelman, A., Hill, J., & Vehtari, A. (2021). Regression and other stories. Cambridge University Press. • McElreath, R. (2020). Statistical rethinking: A Bayesian course with examples in R and Stan (2. Aufl.). Taylorand Francis, CRC Press Weitere Literatur wird im Unterricht bekanntgegeben

2.6.4 Interkulturelles Management

2.6.4.1 Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university			
Modulkürzel:	ID_ Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Teresa Junek (durchführend)	
Sprache:	Deutsch	
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	Nur Sommersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university Techniken der Kommunikation: Argumentieren, Debattieren, Präsentieren	
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung	
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university: Fach- und Methodenkompetenz: Im Seminar werden ausländische Studierende gezielt auf ihr Studium in Deutschland vorbereitet und in die hiesigen Arbeits- und Studierweisen eingeführt. Handlungskompetenz: Neben der Förderung verantwortlicher und selbstständiger Arbeitsweisen im Studium liegt ein Fokus auf der Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten und Schreiben wissenschaftlicher Texte. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit/Kommunikationsfähigkeit <i>Techniken der Kommunikation: Argumentieren, Debattieren, Präsentieren:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Logisches Argumentieren, überzeugendes Debattieren, strukturiertes Präsentieren Handlungskompetenz: Kompetent am öffentlichen und wissenschaftlichen Diskurs teilnehmen Sozialkompetenz: Erfolgreiche angemessene Auseinandersetzung mit Kommilitonen und Dozenten im Hochschulkontext, auch bei Meinungsverschiedenheiten		
Inhalt:		
Academic Writing. How to study efficiently and write a paper successfully at a German university: Im Modul werden die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und Schreibens vermittelt, gemäß den Grundlagen der Schreibforschung. Es werden Recherche-, Lese- und Schreibtechniken vermittelt, sowie der eigene Schreibertyp festgestellt und der Umgang mit dessen Stärken und Schwächen geübt. Begleitend findet praktische Textarbeit statt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht.		

<i>Techniken der Kommunikation: Argumentieren, Debattieren, Präsentieren:</i> Die Studierenden aus anderen Ländern üben Verhaltensregeln und solche der Kommunikation im für den deutschsprachigen Raum typischen Hochschulkontext. Damit werden sie befähigt, sich auf angemessene Weise in Diskussionen auch im wissenschaftlichen Kontext einzubringen und gemäß der deutschen Diskursregeln in ihrem Studium zu handeln.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
<i>Techniken der Kommunikation: Argumentieren, Debattieren, Präsentieren:</i> Keine

2.6.4.2 Hands-on Interculturality: Tandem-Modul			
Modulkürzel:	ID_Hands-on Interculturality	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2.5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Hands-on Interculturality: Tandem-Modul		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Überblick über Deutschen Arbeitsmarkt, Informationsgewinnungsstrategien bzgl. offener Stellen, Erstellen einer Bewerbung, Bewerbungsgespräche durchführen			

Handlungskompetenz: Sich selbstverantwortlich und eigenständig um einen Praktikumsplatz bemühen, sprachliche und kulturelle Defizite gezielt kompensieren Sozialkompetenz: Kommunikation in Bewerbungssituationen
Inhalt:
Im Seminar werden ausländische Studierende gezielt auf ihren beruflichen Einstieg in den Deutschen Arbeitsmarkt vorbereitet und mit den hiesigen Bewerbungsmodalitäten vertraut gemacht. Neben der Förderung verantwortlicher und selbstständiger Suche nach einem geeigneten Praktikumsplatz liegt ein Fokus auf der Befähigung zu effizienter Bewerbung bei deutschen Unternehmen, damit schriftliche und mündliche Bewerbungen zielgerichtet und erfolgreich durchgeführt werden können.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Hesse/Schrader: Das große Hesse/Schrader-Bewerbungshandbuch; Stark Verlag, 2015 (ISBN: 978-3866684058)

2.6.4.3 Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM)			
Modulkürzel:	Deutsch 1 für Bildungsausländer	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Dimitra Wittmann (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM)		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM):			

Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einfache Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.
Inhalt:
<i>Deutsch 1 für Bildungsausländer (WPM):</i> Im Modul werden Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden mit Fokus auf mündlichen Ausdruck und Lese- und Hörverständnis grundlegend vermittelt. Alltagssituationen stehen inhaltlich im Mittelpunkt (Vorstellen, Auskünfte einholen und Auskünfte geben v.a. beim Einkaufen und Wegbeschreibungen, allgemeine Konversation).
Studien- / Prüfungsleistungen:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.4.4 Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM)			
Modulkürzel:	Deutsch 2 für Bildungsausländer	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Dimitra Wittmann (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM)
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, Situationen des Alltagslebens auch in formelleren Kontexten kommunikativ zu bewältigen. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.	
Inhalt:	
<i>Deutsch 2 für Bildungsausländer (WPM):</i> Im Modul werden die Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut und verstärkt der schriftliche Ausdruck eingeübt (Stellungnahmen zu Texten, Pro und Contra-Argumentationen, erste Briefe werden erarbeitet). Neben allgemeinen Themen wird besonders auf den Einsatz landeskundlicher Materialien geachtet.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Wird zu Beginn bekannt gegeben	

2.6.5 Internationale Betriebswirtschaft

2.6.5.1 Cross-Cultural-Effekte in der Organisation			
Modulkürzel:	OM_Cross-Cultural-Effekte	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Schugk		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Cross-Cultural-Effekte in der Organisation		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Cross-Cultural-Effekte in der Organisation:</i>			
Fachkompetenz:			
• Kennen der bedeutenden theoretischen Ansätze und Modelle auf dem Gebiet der Cross-Cultural-Effekte in der Organisation • Kennen der Bedeutung von Kultur als Einflussfaktor in der Organisation			
Methodenkompetenz:			
• Befähigung zu problemlösungsorientierter Anwendung kulturvergleichender Studien bzw. Ansätze • Entwicklung eines ganzheitlichen Verständnisses im Umgang mit Cross-Cultural-Effekten in der Organisation			
Handlungskompetenz:			
• Befähigung zu versiertem Agieren in interkulturellen Situationen			
Sozialkompetenz:			
• Entwicklung von interkultureller (Kommunikations)Kompetenz • Entwicklung von Teamfähigkeit durch gruppenbezogene Erarbeitung der Leistungsanforderungen			

Inhalt:
<i>Cross-Cultural-Effekte in der Organisation:</i> • Definition des Kulturbegriffs und Modelle zur Abbildung von Kultur • Kulturvergleichende Studien • Ausgewählte Aspekte des Interkulturellen Managements / Marketings • Ausgewählte Aspekte der Interkulturellen Handlungskompetenz im Unternehmen • Kulturelle Neurowissenschaft
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.5.2 International Business			
Modulkürzel:	IB_Int. Business	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Roberto Eichinger (durchführend)		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Business		
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
International Business:			

Fach-und Methodenkompetenz: Überblick über die Instrumente der internationalen Kommunikationspolitik, Markenpolitik, Exportmarktforschung, Exportförderung erlangen Handlungskompetenz: Unterschiede in der nationalen Marktbearbeitung zur internationalen Marktbearbeitung beurteilen können Sozialkompetenz: Handlungsalternativen anwenden können
Inhalt:
<i>International Business:</i> Die Studierenden erarbeiten sich einen Überblick über die internationale Kommunikationspolitik, Markenpolitik, Exportförderung. Sie lernen Gründe für die Internationalisierung kennen und bekommen Einblick in Voraussetzungen. Sie lernen die Vorgehensweise bei der Informationsbeschaffung über Exportmarktforschung kennen. Vorgehensweisen zur internationalen Markterschließung sind Ihnen ebenso bekannt, wie die Zusammenhänge, die den Erfolg des Unternehmens beeinflussen (können). Ferner lernen sie wichtige internationale Exportförderinstrumente kennen. Darüberhinaus gibt es die Möglichkeit, ein weiteres Thema aus dem Komplex internationaler Marketing-Mix überwiegend eigenständig auszuarbeiten.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• SCHWARZ-MUSCH, Alexander, 2003. <i>Perspektiven der internationalen Kommunikationspolitik: von der Standardisierung zur Integration</i>. 1. Auflage. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.. ISBN 3-8244-7736-X • BERNDT, Ralph, HERMANN, Arnold, 1993. <i>Handbuch Marketing-Kommunikation: Strategien — Instrumente — Perspektiven. Werbung — Sales Promotions — Public Relations — Corporate Identity — Sponsoring — Product Placement — Messen — Persönlicher Verkauf</i> [online]. Wiesbaden: Gabler Verlag PDF e-Book. ISBN 978-3-322-82539-1, 978-3-322-82540-7. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-322-82539-1. • BAUMGARTH, Carsten, 2014. <i>Markenpolitik: Markentheorien, Markenwirkungen, Markenführung, Markencontrolling, Markenkontexte</i>. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-4407-8, 3-8349-4407-6 • GREUTER, Thomas, 1996. <i>Die staatliche Exportkreditversicherung</i>. 5. Auflage. Köln: Dt. Wirtschaftsdienst. ISBN 3-87156-202-5 • HERRMANN, Andreas, 2014. <i>Handbuch Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele</i>. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-03070-4, 978-3-8349-0342-6

2.6.5.3 International Finance			
Modulkürzel:	IB_International Finance	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Roberto Eichinger (durchführend)		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Finance		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>International Finance:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Überblick über die Instrumente des Debt-Kapitalmarktes und Equity-Kapitalmarktes erlangen. Handlungskompetenz: Unterschiede der Eigenkapitalbeschaffung ggü. der Fremdkapitalbeschaffung beurteilen können. Sozialkompetenz: Handlungsalternativen anwenden können			
Inhalt:			
<i>International Finance:</i> Die Studierenden erarbeiten sich einen Überblick über alternative Finanzierungsinstrumente für meist international aufgestellte Unternehmen Sie bekommen einen Überblick über Instrumente mit Eigenkapitalcharakter (ECM Equity Capital Management) und Fremdkapitalcharakter (DCM Debt Capital Management) Sie lernen Gründe für die Auswahl, der aus diesen Bereichen in den Unternehmenskontext passenden Alternativen und bekommen einen Einblick in die Voraussetzungen Sie lernen die Vorgehensweise bei der Finanzierungsbeschaffung in unterschiedlichen Investorenkreisen kennen. Die Unterschiede verschiedener, auch internationaler, Börsensegmente sind Ihnen ebenso bekannt, wie die Zusammenhänge die den Erfolg einer Platzierung beeinflussen (können). Ferner lernen Sie wichtige Spielregeln an den Kapitalmärkten kennen. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit ein weiteres Thema aus den Instrumenten des Debt – Kapitalmarktes auszuarbeiten.			

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit

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

Literatur:

- BAKER, James Calvin, 1998. *International finance: management, markets, and institutions*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. ISBN 0-02-305891-9
- BÜSCHGEN, Hans E., 1997. *Internationales Finanzmanagement*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Knapp. ISBN 3-7819-0602-7
- EITEMAN, David K., Arthur I. STONEHILL und Michael H. MOFFETT, 1998. *Multinational business finance*. 8. Auflage. Reading, Mass. <<[u.a.]>>: Addison-Wesley. ISBN 0-201-32552-7
- ENG, Maximo, Francis A. LEES und Laurence J. MAUER, 1998. *Global finance*. 2. Auflage. Reading, Mass.: Addison Wesley. ISBN 0-321-01377-8
- EVANS, John S., 1992. *International finance: a markets approach*. Fort Worth u.a.: Dryden Press. ISBN 0-03-073226-3
- LEVICH, Richard M., 2001. *International financial markets: prices and policies*. 2. Auflage. Boston, Mass. [u.a.]: Irwin/McGraw-Hill. ISBN 0-07-233865-2
- MADURA, Jeff und Roland FOX, 2011. *International financial management*. 2. Auflage. Andover [u.a.]: South-Western Cengage Learning. ISBN 978-1-4080-3229-9
- WILLMS, Manfred, 1995. *Internationale Währungspolitik*. 2. Auflage. München: Vahlen. ISBN 3-8006-1999-7

2.6.5.4 International Law

Modulkürzel:	IB_International Law	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. jur. Astrid von Blumenthal
Sprache:	Englisch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Law
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>International Law:</i> Fach-/Methodenkompetenz: Bei den Studierenden besteht ein Problembewusstsein für die rechtliche Problematik der Internationalität der Wirtschaftsbeziehungen. Sie kennen die Funktion des internationalen Wirtschaftsprivatrechts in Abgrenzung zum internationalen Völker- und Staatsrecht sowie die dem internationalen Wirtschaftsprivatrecht zugrunde liegende Systematik und Normenhierarchie zwischen internationalen Abkommen, europäischem und deutschem Recht. Möglichkeiten der vorausschauenden Vertragsgestaltung im internationalen Handel sind den Studierenden bekannt. Handlungskompetenz: Die Studierenden vertiefen ihre Englischkenntnisse, indem sie mündlich und schriftlich fachbezogen auf Englisch kommunizieren. Sie verfügen über die notwendige Flexibilität, sich rasch bis dato fachfremdes Vokabular anzueignen. Sie sind mit der Arbeitstechnik im internationalen Wirtschaftsprivatrecht vertraut und besitzen die Fähigkeiten zur Analyse und eigenständigen Lösung von Praxisfällen geringer bis mittlerer Schwierigkeit. Sie sind in der Lage, an Vertragsgestaltungen im internationalen Kontext mitzuwirken und konstruktiv mit Juristen an der Lösung von Problemfällen der internationalen Unternehmenspraxis zusammenarbeiten. Sozialkompetenz: Die Studierenden können in Kleingruppen zusammenarbeiten und unter Zeitdruck gruppenbezogen Problemlösungen erarbeiten. Sie können sich artikulieren und zielführend nachfragen. Sie sind in der Lage, Falllösungen schriftlich gut strukturiert und verständlich zu verfassen.	
Inhalt:	
<i>International Law:</i> • Aufgaben und Anwendungsbereiche des internationalen Wirtschaftsprivatrechts • Normenhierarchie • Systematik und Methodik im internationalen Privatrecht, insbesondere Differenzierung von Kollisionsnormen und Sachnormen • Prinzipielle Unterschiede zwischen angloamerikanischem und kontinentaleuropäischem Rechtskreis	

• „Ordre public“ und „renvoi“ • Überblick über das EGBGB • Internationales Kaufrecht (v.a. CISG) • Europäische Verordnungen zur Harmonisierung des internationalen Privatrechts, insbesondere • Insbesondere die Rom I- und Rom II-Verordnung, Handelsbräuche und Handelsklauseln
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• CONRADS, MARKUS U. SCHADE, FRIEDRICH, , . <i>Internationales Wirtschaftsprivatrecht</i>. • MINOR, RALEIGH C, , . <i>conflict of laws</i>. • BISHOP, BERNARD, , . <i>European Union law for international business</i>.

2.6.5.5 International Marketing			
Modulkürzel:	MK_International Marketing	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Schugk		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Marketing		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
International Marketing: Fachkompetenz:			

- Überblick bezüglich eines ganzheitlichen Ansatzes zum Internationalen Marketing
- Detailkenntnisse zu dessen beiden grundlegenden Teilgebieten Going International und Being International

Methodenkompetenz:

- Befähigung zur problemlösungsorientierten Umsetzung der erlernten Inhalte für alle Teilgebiete des Internationalen Marketings
- Verständnis der Koordinationsproblematik bei der Lösung von Aufgaben des Internationalen Marketings in der Praxis

Handlungskompetenz:

- Systematische Ausführung der Koordinationsaufgabe des Internationalen Marketings

Sozialkompetenz:

- Befähigung zu ganzheitlichem, vernetztem Denken
- Entwicklung von Diskussionsfähigkeit

Inhalt:

International Marketing:

Going International

- Koordinationsproblematik des Internationalen Marketings
- Marktbewertung und Marktauswahlentscheidungen
- Strategien der Markterschließung

Being International

- Koordinationsproblematik auf zusammenwachsenden Märkten
- Koordinationsstrategien auf zusammenwachsenden Märkten
- Koordinationsbedarfsdeckende Strategien
- Koordinationsbedarfsreduzierende Strategien
- Koordinationsproblematik auf auseinanderbrechenden Märkten

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.5.6 The PR China: State, Society, and Economy

Modulkürzel:	IC_The PR China	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Jing Wang		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		105 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	The PR China: State, Society and Economy		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Englisch B2		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>The PR China: State, Society and Economy:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden verstehen die wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Situation des heutigen China.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden bewerten Quellen, hinterfragen Informationen und recherchieren eigenständig zu Themen mit Chinabezug.			
Sozialkompetenz:			
Die Studierenden gehen respektvoll mit Andersdenkenden um und verstehen unterschiedliche (kulturelle oder politische) Perspektiven und Ansichten.			
Inhalt:			
<i>The PR China: State, Society and Economy:</i>			
Dieser Kurs behandelt die folgenden Themen:			
Geographie,			
Geschichte und Kulturgeschichte,			
Reformen seit 1979,			
Das politische System und sein Wandel,			
Außenpolitik und Außenhandel,			
Chinas Wirtschaftssystem und seine Stellung in der Welt,			
Chinas wirtschaftlicher Übergang,			
Veränderungen in der Gesellschaft,			
Religiöse und spirituelle Strömungen,			
Minderheiten und Minderheitenpolitik,			

Staatsmedien, soziale Medien und Zensur, Taiwan, Aktuelles Zeitgeschehen aus internationalen Medien.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit mit Referat (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Leese, D.: Brill's Encyclopedia of China. Shei, C. & Wei, W.: The Routledge Handbook of Chinese Studies. Online-Enzyklopädie (Encyclopedia Britannica, CIA Factbook). Fachzeitschriften (China Connect, MERICS). Video- und Audio-Podcasts (BBC, NPR, MERICS)

2.6.5.7 Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)			
Modulkürzel:	Unternehmenssimulation	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Skripek, Prof. Dr. Barbara Hedderich		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)		
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz: 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: (professional skills)

Die Studierenden wenden erlernte Problem-Lösungskompetenz 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 Unternehmensplanspieles zu entwickeln.

Sozialkompetenz: (social skills)

Permanentes Treffen von Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt unter Zeitdruck. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) strategischer Fragestellungen im Zuge des Unternehmensplanspieles. 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.

Inhalt:

Das Modul beruht auf einem Unternehmensplanspiel, welches die Studierenden zu ganzheitlichem betriebswirtschaftlichen Denken und Handeln anhalten soll. Im besonderen Fokus stehen die Grundprinzipien des „strategischen-“, des „value-based Management“ sowie auf Entscheidungen der Internationalisierung. In der Zusammenarbeit in Teams planen die Teilnehmer die Unternehmens- und Internationalisierungsstrategien 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 sowie Präsentation der Unternehmensergebnisse (Hauptversammlung)
- „Learning business by doing business“

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Handbuch TOPSIM General Management II, TATA Interactive Systems, Tübingen, Auflage 12.2.

2.6.6 Kommunikation und Management

2.6.6.1 Außenwirtschaft			
Modulkürzel:	BW-IB!_Außenwirtschaft	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Außenwirtschaft		
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Außenwirtschaft:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erarbeiten sich Einblicke in die ökonomischen Zusammenhänge im Bereich internationaler und hier besonders europäischer Wirtschaftsbeziehungen. Konzepte wie Leitbild der Außenwirtschaftspolitik, ökonomische Integration und internationale Wettbewerbsfähigkeit stehen hier im Mittelpunkt. Vertiefende Einsichten sollen in Bezug auf die Entwicklung und die Funktionsweise internationaler Institutionen im Wirtschaftsbereich (Bretton Woods, WTO, EU) gewonnen werden. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage Argumentationen im wirtschaftspolitischen Umfeld zu verstehen und zu beurteilen. Sie können das wirtschaftspolitische Umfeld ihres Unternehmens im Rahmen der globalen Wirtschaftsverflechtungen analysieren und damit vertieft verstehen. Sozialkompetenz: Erhöhung der Teamfähigkeit durch Lösung verschiedener Anforderung in Kleingruppen, wie z.B. Vorbereiten einer Presseschau und Lösung von Fallstudien.			
Inhalt:			
<i>Außenwirtschaft:</i> Volkswirtschaftliche Bedeutung des Außenhandels und der ökonomischen Integration, theoretische Grundlagen und ordnungspolitische Instrumente, ausgewählte Aspekte aktueller ökonomischer Fragestellungen im Bereich der EU bzw. der Weltwirtschaft			

Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 120 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• KRUGMAN, P. und M. OBSTFELD, . <i>Internationale Wirtschaft, Theorie und Politik der Außenwirtschaft</i>. • PELKMAN, J., . <i>European Integration. Methods and Economic Analysis</i>. • ROSE, K. und K. SAUERNHEIMER, . <i>Theorie der Außenwirtschaft</i>.

2.6.6.2 Französisch 1 (für Anfänger)			
Modulkürzel:	Französisch 1 P	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh, Sabine Emrich (durchführend), Geraldine Paul (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Französisch 1 (für Anfänger)		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine, Kurs für Anfänger		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden			
• erwerben lexikalische und grammatische Grundkenntnisse der italienischen Sprache • sind in der Lage einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen • können sich zu vertrauten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze verständigen • sind in der Lage einfache Mitteilungen zu verfassen und Formulare mit persönlichen Angaben auszufüllen • können die behandelten grammatischen Phänomene in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren			

Handlungskompetenz: Die Studierenden • können in vertrauten einfachen dialogischen Alltagssituationen mit einfachen sprachlichen Mitteln sowohl mündlich als auch schriftlich kommunizieren • können einfache alltägliche Gegebenheiten der italienischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in diesen Kontexten angemessen verhalten Sozialkompetenz: Die Studierenden • arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können • erwerben eine grundlegende Fähigkeit zur Integration durch grundlegende italienische Sprachkenntnisse sind sensibilisiert für interkulturelle Unterschiede durch die Vermittlung landeskundlicher Aspekte
Inhalt: Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden mit Fokus auf mündlichen Ausdruck und Lese- und Hörverständnis grundlegend vermittelt. Alltagsthemen und deren Idiomatik in vorwiegend dialogischen Situationen stehen im Mittelpunkt: • Begrüßen, Vorstellen, nach dem Befinden fragen • Nach Wohnort und Beruf und Arbeitsort fragen und Auskunft geben • Eine Stadt beschreiben, nach dem Weg fragen, Weg mit Verkehrsmitteln beschreiben • Lebensmittel einkaufen, Geschäfte und ihre Produkte • Uhrzeit, Tageszeit und Öffnungszeiten erfragen und angeben • Im Restaurant bestellen und das Essen bewerten (einführend) Authentische einfache kurze Hör- und Videotexte zu Alltagssituationen Kurze einfache Lesetexte auch zu landeskundlich und interkulturell relevanten Themen Es wird ein Wortschatz erarbeitet, der Gespräche über Alltagsthemen ermöglicht. An grammatischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Ausspracheregeln und Grundlagen der Orthografie, „Liaison“, Phonetik • bestimmte und unbestimmte Artikel, Teilungsartikel, Mengenangaben • Plural der Substantive • Subjektpronomen, betonte Pronomen (moi, toi, vous) • Fragesatz • Die Verben „être/avoir/faire/aller/prendre“ • Modalverben • regelmäßige Verben • Adjektive • Orts- und Zeitpräpositionen
Studien- / Prüfungsleistungen: schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: • JAMBON, Krystelle, Susanne SCHAUF und Jacqueline SWORD, 2013. <i>Voyages neu A1: Kurs- und Übungsbuch</i>. Klett Sprachen GmbH

2.6.6.3 Französisch 2 (für Fortgeschrittene)			
Modulkürzel:	Französisch 2 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh, Sabine Emrich (durchführend), Geraldine Paul (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Französisch 2 (für Fortgeschrittene)		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Kurs Französisch 1 (bis Lekt. 6)		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden			
- erwerben weitere lexikalische und grammatische Kenntnisse der französischen Sprache - sind in der Lage einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen und dem Textmaterial spezifische Informationen zu entnehmen und zusammenzufassen - können sich zu bekannten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze in Dialogen verständigen - sind in der Lage einfache Mitteilungen sowie einfache Beschreibungen zu verfassen - können über Absichten und Projekte sprechen - können die behandelten grammatischen Strukturen, Syntax und Lexik in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden			
- sind in der Lage, Alltagssituationen, sowie einfache berufsbezogene Situationen in französischer Sprache kommunikativ zu bewältigen und die erworbenen Kenntnisse „wie im richtigen Leben“ in die Praxis umzusetzen - können einfache alltägliche Gegebenheiten der französischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in diesen Kontexten angemessen verhalten			
Sozialkompetenz:			
Die Studierenden			
arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können			

vertiefen ihre Fähigkeit zur Integration durch erweiterte französische Sprachkenntnisse und ein stärkeres interkulturelles Bewusstsein
Inhalt:
Im Modul werden die Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse wiederholt und ausgebaut. Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut und verstärkt der schriftliche Ausdruck eingeübt. Alltagssituationen stehen inhaltlich im Mittelpunkt: - Im Restaurant: das Essen bestellen und bewerten, über Ernährungsgewohnheiten sprechen bzw. Fragen stellen etc... - Kleidung einkaufen: Farben und Material angeben, über Einkaufsgewohnheiten sprechen, Gefallen äußern (Zustimmung und Widerspruch, Vergleich) - Urlaub: Reiseziele angeben, Länder- und Ortsnamen, Monatsnamen, Jahreszeiten, Datumsangabe - Familie und Freunde: Charakter und Aussehen einer Person beschreiben, über Beziehungen sprechen, Überraschung, Freude, Bedauern äußern, Verwandtschaftsbezeichnungen - Freizeit: Aktivitäten und Hobbys nennen, sich nach Freizeitangeboten erkundigen, etwas mieten, Vorschläge machen, Treffpunkt vereinbaren, Postkarte schreiben An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: - Regelmäßige und unregelmäßige Verben - Passé composé - Futur proche - Fragen mit Fragewort - Häufigkeitsangaben - Adverbien - Farbadjektive - Objektpronomen - Demonstrativbegleiter - Verneinung - Vergleich - Mengenangaben
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
JAMBON, Krystelle, Susanne SCHAUF und Sword JACQUELIN , 2013. <i>Voyages neu A1: Kurs- und Übungsbuch</i>. Klett Sprachen GmbH

2.6.6.4 Französisch 3 (Intensivierung)			
Modulkürzel:	Französisch (Intensivierung)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh, Sabine Emrich (durchführend), Geraldine Paul (durchf.)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Französisch 3 (Intensivierung)
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Französisch 2 bzw. entsprechende Kenntnisse, Interesse an französischsprachigen Kulturen
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden • können häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen und sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht • verfügen über Grundwissen über sprachliche Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik • verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln. Handlungskompetenz: Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel auch für formellere und arbeitsbezogene Kontexte gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sozialkompetenz: Die Studierenden • reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig • bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein • leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext • lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend • übernehmen Verantwortung für ein Team	
Inhalt:	
Im Modul werden die Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung weiter vertieft und Kenntnisse der Zielkultur ausgebaut. Die vier Grundfertigkeiten werden weiter ausgebaut. Themenbereiche wie Telefonieren, eine Wohnungsanzeige verstehen und schreiben, Termine vereinbaren, E-Mails schreiben werden behandelt.	

Vermittlung von spezifischem Wortschatz, der es erlaubt grundlegende Situationen im Geschäftsleben kommunikativ zu bewältigen.

Unternehmensaufbau, Berufsbezeichnungen der einzelnen Abteilungen werden anhand praktischer Übungen intensiviert.

An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:

- Conditionnel presente
- Imparfait
- Komparativ und Superlativ
- Zeitangaben
- Relativpronomen
- Futur Simple

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- Mitchell, Margaret/Fleuranceau, Ariane: *Pour parler affaires A2/B1-Méthode de français commercial*, Klett Verlag, Stuttgart 2015
 - Jambon, K., Schauf, S. & Sword, J. (2013), *Voyages neu A2: Kurs- und Übungsbuch mit Audios*, Klett Sprachen GmbH

Ergänzende Materialien werden verteilt.

- Im Sprachlabor werden Hörmaterialien eingesetzt.

2.6.6.5 International Business

Modulkürzel:	IB_Int. Business	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Roberto Eichinger (durchführend)
Sprache:	Englisch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Business
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>International Business:</i> Fach-und Methodenkompetenz: Überblick über die Instrumente der internationalen Kommunikationspolitik, Markenpolitik, Exportmarktforschung, Exportförderung erlangen Handlungskompetenz: Unterschiede in der nationalen Marktbearbeitung zur internationalen Marktbearbeitung beurteilen können Sozialkompetenz: Handlungsalternativen anwenden können	
Inhalt:	
<i>International Business:</i> Die Studierenden erarbeiten sich einen Überblick über die internationale Kommunikationspolitik, Markenpolitik, Exportförderung. Sie lernen Gründe für die Internationalisierung kennen und bekommen Einblick in Voraussetzungen. Sie lernen die Vorgehensweise bei der Informationsbeschaffung über Exportmarktforschung kennen. Vorgehensweisen zur internationalen Markterschliessung sind Ihnen ebenso bekannt, wie die Zusammenhänge, die den Erfolg des Unternehmens beeinflussen (können). Ferner lernen sie wichtige internationale Exportförderinstrumente kennen. Darüberhinaus gibt es die Möglichkeit, ein weiteres Thema aus dem Komplex internationaler Marketing-Mix überwiegend eigenständig auszuarbeiten.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	

Literatur:

- SCHWARZ-MUSCH, Alexander, 2003. *Perspektiven der internationalen Kommunikationspolitik: von der Standardisierung zur Integration*. 1. Auflage. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.. ISBN 3-8244-7736-X
- BERNDT, Ralph, HERMANN, Arnold, 1993. *Handbuch Marketing-Kommunikation: Strategien — Instrumente — Perspektiven. Werbung — Sales Promotions — Public Relations — Corporate Identity — Sponsoring — Product Placement — Messen — Persönlicher Verkauf* [online]. Wiesbaden: Gabler Verlag PDF e-Book. ISBN 978-3-322-82539-1, 978-3-322-82540-7. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-322-82539-1>.
- BAUMGARTH, Carsten, 2014. *Markenpolitik: Markentheorien, Markenwirkungen, Markenführung, Markencontrolling, Markenkontexte*. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-4407-8, 3-8349-4407-6
- GREUTER, Thomas, 1996. *Die staatliche Exportkreditversicherung*. 5. Auflage. Köln: Dt. Wirtschaftsdienst. ISBN 3-87156-202-5
- HERRMANN, Andreas, 2014. *Handbuch Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-03070-4, 978-3-8349-0342-6

2.6.6.6 Internationales Management

Modulkürzel:	IB!_Int. Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Skripek
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Internationales Management
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fachkompetenz: Kenntnis der unterschiedlichen Aspekte von Internationalisierung. Warum Internationalisierung? Chancen und Risiken der Internationalisierung- Hedging dieser Risiken. Hierbei wird stets ein Perspektivwechsel zwischen Internationalisierung im Konzern im Vergleich zum KMU gemacht. Die Studierenden lernen unterschiedliche Theorien der Internationalisierung kennen. Ein Focus dabei liegt auf der Entwicklung einer Internationalisierungsstrategie. Dabei werden Analyse- und Umsetzungstechniken erlernt. Darüber hinaus lernen die Studierenden die klassische Geschäftsmodell-Theorien (z.B. Canvas / Stähler etc.) sowie deren Nutzung für Analyse, Kommunikation und Innovation kennen. Handlungskompetenz: (professional skills) Die Studierenden wenden erlernte Modelle/ Instrumente in konkreten Fallstudien an, um eine wettbewerbsfähige Strategie bzw. Schritte der Internationalisierung zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Instrumente des Strategieprozesses ebenso wie Techniken der Geschäftsmodellierung. Dem Thema Generierung von Innovation wird eine zentrale Bedeutung zugemessen. Die Studierenden erwerben Fähigkeiten von der Analyse, der Auswahl bestimmter Märkte bis zur konkreten Umsetzung (Markteintritt) einer Internationalisierungsentscheidung. Sozialkompetenz: (social skills) Die erlernten Instrumente werden in unterschiedlichen Fallstudien angewendet. Konkret heißt das, es müssen Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt getroffen werden. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) und Präsentationsfähigkeit zu Fragestellungen der Internationalisierung eines Unternehmens werden ausgeprägt. Hierbei liegt ein Fokus auf der Vorbereitung von Entscheidungsvorlagen für Top Entscheider.	
Inhalt:	
Grundlagen für internationales Management ○ Chancen und Risiken der Internationalisierung sowie deren Absicherung ○ Formen der Internationalisierung ○ Managementorientierte Konzepte des internationalen Wettbewerbs	

Grundlagen Strategie und Strategieprozess

2. Strategische Analyse

1. Interne Analyse
2. Externe Analyse-> Portfolio Technik, Porter Diamant, 5 Forces, Pestel etc.
3. Zusammenfassende Analyse

2.) Strategieimplementierung mit der Balanced Scorecard

3.) Anwendung von Geschäftsmodellen in der Unternehmensstrategie

a.) Grundlagen Geschäftsmodelle sowie Verbindung Strategie & Geschäftsmodell

b.) Nutzung von Geschäftsmodellen zur Generierung von Innovation

c.) Blue ocean Strategie

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 120 Minuten

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

Literatur:

- Kutschker, M./ Schmid, S. (2011): Internationales Management, 7. Aufl., München.
- Macharzina, K./ Oesterle, M.-J. (2002): Handbuch internationales Management, 2. Aufl., Wiesbaden.
- Macharzina, K./ Wolf, J. (2010): Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen, 7. Aufl., Wiesbaden.
- Meckl, R. (2014): Internationales Management, 3. Aufl., München.
- Oesterle, M./ Schmid, S. (2009): Internationales Management: Forschung, Lehre, Praxis, Stuttgart.
- **Perlitz, M./ Schrank, R. (2013): International Management, 6. Aufl., Konstanz.**
- Welge, M./ Holtbrügge, D. (2010): Internationales Management- Theorien, Funktionen, Fallstudien Düsseldorf.

2.6.6.7 International Finance

Modulkürzel:	IB_International Finance	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich, Roberto Eichinger (durchführend)
Sprache:	Englisch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Finance
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>International Finance:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Überblick über die Instrumente des Debt-Kapitalmarktes und Equity-Kapitalmarktes erlangen. Handlungskompetenz: Unterschiede der Eigenkapitalbeschaffung ggü. der Fremdkapitalbeschaffung beurteilen können. Sozialkompetenz: Handlungsalternativen anwenden können	
Inhalt:	
<i>International Finance:</i> Die Studierenden erarbeiten sich einen Überblick über alternative Finanzierungsinstrumente für meist international aufgestellte Unternehmen Sie bekommen einen Überblick über Instrumente mit Eigenkapitalcharakter (ECM Equity Capital Management) und Fremdkapitalcharakter (DCM Debt Capital Management) Sie lernen Gründe für die Auswahl, der aus diesen Bereichen in den Unternehmenskontext passenden Alternativen und bekommen einen Einblick in die Voraussetzungen Sie lernen die Vorgehensweise bei der Finanzierungsbeschaffung in unterschiedlichen Investorenkreisen kennen. Die Unterschiede verschiedener, auch internationaler, Börsensegmente sind Ihnen ebenso bekannt, wie die Zusammenhänge die den Erfolg einer Platzierung beeinflussen (können). Ferner lernen Sie wichtige Spielregeln an den Kapitalmärkten kennen. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit ein weiteres Thema aus den Instrumenten des Debt – Kapitalmarktes auszuarbeiten.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	

Literatur:

- BAKER, James Calvin, 1998. *International finance: management, markets, and institutions*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. ISBN 0-02-305891-9
- BÜSCHGEN, Hans E., 1997. *Internationales Finanzmanagement*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Knapp. ISBN 3-7819-0602-7
- EITEMAN, David K., Arthur I. STONEHILL und Michael H. MOFFETT, 1998. *Multinational business finance*. 8. Auflage. Reading, Mass. <<[u.a.]>>: Addison-Wesley. ISBN 0-201-32552-7
- ENG, Maximo, Francis A. LEES und Laurence J. MAUER, 1998. *Global finance*. 2. Auflage. Reading, Mass.: Addison Wesley. ISBN 0-321-01377-8
- EVANS, John S., 1992. *International finance: a markets approach*. Fort Worth u.a.: Dryden Press. ISBN 0-03-073226-3
- LEVICH, Richard M., 2001. *International financial markets: prices and policies*. 2. Auflage. Boston, Mass. [u.a.]: Irwin/McGraw-Hill. ISBN 0-07-233865-2
- MADURA, Jeff und Roland FOX, 2011. *International financial management*. 2. Auflage. Andover [u.a.]: South-Western Cengage Learning. ISBN 978-1-4080-3229-9
- WILLMS, Manfred, 1995. *Internationale Währungspolitik*. 2. Auflage. München: Vahlen. ISBN 3-8006-1999-7

2.6.6.8 International Marketing

Modulkürzel:	MK_International Marketing	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Schugk
Sprache:	Englisch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Marketing
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>International Marketing:</i> Fachkompetenz: • Überblick bezüglich eines ganzheitlichen Ansatzes zum Internationalen Marketing • Detailkenntnisse zu dessen beiden grundlegenden Teilgebieten Going International und Being International Methodenkompetenz: • Befähigung zur problemlösungsorientierten Umsetzung der erlernten Inhalte für alle Teilgebiete des Internationalen Marketings • Verständnis der Koordinationsproblematik bei der Lösung von Aufgaben des Internationalen Marketings in der Praxis Handlungskompetenz: • Systematische Ausführung der Koordinationsaufgabe des Internationalen Marketings Sozialkompetenz: • Befähigung zu ganzheitlichem, vernetztem Denken • Entwicklung von Diskussionsfähigkeit	
Inhalt:	
<i>International Marketing:</i> Going International • Koordinationsproblematik des Internationalen Marketings • Marktbewertung und Marktauswahlentscheidungen • Strategien der Markterschließung	

Being International
• Koordinationsproblematik auf zusammenwachsenden Märkten • Koordinationsstrategien auf zusammenwachsenden Märkten • Koordinationsbedarfsdeckende Strategien • Koordinationsbedarfsreduzierende Strategien • Koordinationsproblematik auf auseinanderbrechenden Märkten
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.6.9 Italienisch 1 (für Anfänger)			
Modulkürzel:	Italienisch 1 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh (verantwortl.), Frau Giliberto (durchführend), Markus Mülke (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Italienisch 1 (für Anfänger)		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Italienisch 1 (für Anfänger):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben lexikalische und grammatische Grundkenntnisse der italienischen Sprache			

- sind in der Lage einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen
- können sich zu vertrauten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze verständigen
- sind in der Lage einfache Mitteilungen zu verfassen und Formulare mit persönlichen Angaben auszufüllen
- können die behandelten grammatischen Phänomene in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren

Handlungskompetenz

- können in vertrauten einfachen dialogischen Alltagssituationen mit einfachen sprachlichen Mitteln sowohl mündlich als auch schriftlich kommunizieren
- können einfache alltägliche Gegebenheiten der italienischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in diesen Kontexten angemessen verhalten

Sozialkompetenz

Die Studierenden

- arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können
- erwerben eine grundlegende Fähigkeit zur Integration durch grundlegende italienische Sprachkenntnisse

sind sensibilisiert für interkulturelle Unterschiede durch die Vermittlung landeskundlicher Aspekte

Inhalt:

Italienisch 1 (für Anfänger):

- Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden mit Fokus auf mündlichen Ausdruck und Lese- und Hörverständnis grundlegend vermittelt.
- Alltagsthemen und deren Idiomatik in vorwiegend dialogischen Situationen (Informationen zur Person, Herkunft, Studium, Erfahrungen im Ausland, Freizeit, Sport, Tagesablauf, Weg- und Ortsbeschreibung, vergangene Ereignisse,)
- Authentische einfache kurze Hör- und Videotexte zu Alltagssituationen
- Kurze einfache Lesetexte auch zu landeskundlich und interkulturell relevanten Themen
- Es wird ein Wortschatz erarbeitet, der Gespräche über Alltagsthemen ermöglicht.
- An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:
 - Ausspracheregeln und Grundregeln der Orthografie
 - Subjektpronomen
 - Indikativ Präsens der regelmäßigen und unregelmäßigen Verben
 - Konkordanz (zwischen Subjekt und Verb, Substantiv und Adjektiv)
 - Bestimmter und unbestimmter Artikel
 - Verneinung
 - Präpositionen
 - Fragepronomen
 - Höfliche Bitten mit *vorrei*
 - Verben mit Stammerweiterung -isc

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

Piotti, D., Savorgnani, G. de & Carrara, E. (2020). UniversItalia 2.0 A1/A2: Italienisch für Studierende / Kurs- und Arbeitsbuch mit 2 Audio-CDs. Hueber Verlag.

2.6.6.10 Italienisch 2 (für Fortgeschrittene)

Modulkürzel:	Italienisch 2 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh (verantwortl.), Frau Giliberto (durchführend), Markus Mülke (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Italienisch 2 (für Fortgeschrittene)		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Italienisch 1 für Anfänger bzw. vergleichbarer Sprachkenntnisse empfehlenswert		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Italienisch 2 (für Fortgeschrittene):</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden			
• erwerben weitere lexikalische und grammatische Kenntnisse der italienischen Sprache • sind in der Lage einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen und dem Textmaterial spezifische Informationen zu entnehmen und zusammenzufassen • können sich zu bekannten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze in Dialogen verständigen • sind in der Lage einfache Mitteilungen sowie einfache Beschreibungen (z.B. Weg) zu verfassen • können über Absichten und Projekte sprechen • können die behandelten grammatischen Strukturen, Syntax und Lexik in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden			
• sind in der Lage, Alltagssituationen, sowie einfache berufsbezogene Situationen in italienischer Sprache zu bewältigen			

- können einfache alltägliche Gegebenheiten der italienischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in diesen Kontexten angemessen verhalten

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können
- vertiefen ihre Fähigkeit zur Integration durch erweiterte italienische Sprachkenntnisse und ein stärkeres interkulturelles Bewusstsein

Inhalt:

Italienisch 2 (für Fortgeschrittene):

Im Modul werden die Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse wiederholt und ausgebaut.

Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut und verstärkt der schriftliche Ausdruck eingeübt (Stellungnahmen zu Texten, Pro und Contra-Argumentationen, erste Briefe werden erarbeitet). Neben allgemeinen Themen wird besonders auf den Einsatz landeskundlicher Materialien geachtet.

An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:

- reflexive und Modalverben
- doppelte Verneinung
- Objektpronomen
- Präpositionen
- Passato Prossimo
- Imperativ
- Verlaufsform

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

Piotti, D., de Savorgnani, G., & Carrara, E. (2020). *UniversItalia 2.0 A1/A2: Italienisch für Studierende / Kurs- und Arbeitsbuch* mit 2 Audio-CDs. Hueber Verlag.

2.6.6.11 Italienisch 3 (Intensivierung)

Modulkürzel:	Italienisch 3 (Intensivierung)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Sabine McIntosh (verantwortl.), Frau Giliberto (durchführend), Markus Mülke (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Italienisch 3 (Intensivierung)
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Italienisch 2 (für Fortgeschrittene), bzw. vergleichbare Sprachkenntnisse empfehlenswert
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden • können häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen und sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht • verfügen über Grundwissen über sprachliche Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik • verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln. Handlungskompetenz: Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel auch für formellere und arbeitsbezogene Kontexte gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sozialkompetenz: Die Studierenden • reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig • bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein • leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext • lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend • übernehmen Verantwortung für ein Team	
Inhalt:	
Im Modul werden die Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung weiter vertieft und Kenntnisse der Zielkultur ausgebaut.	

Die vier Grundfertigkeiten werden weiter ausgebaut. Themenbereiche wie Telefonieren, eine Wohnungsanzeige verstehen und schreiben, Termine vereinbaren, E-Mails schreiben werden behandelt.

An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:

- Imperfetto
- Condizionale Presente
- Futuro Semplice
- Bildung und Gebrauch des Adverbs
- Personal-, Demonstrativ-, Possessiv- und Relativpronomen (Vertiefung)

Verwendung von direkten und indirekten Objekten (Vertiefung)

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- Piotti, D., de Savorgnani, G. & Carrara, E. (2020), UniversItalia 2.0 A1/A2: Italienisch für Studierende / Kurs- und Arbeitsbuch mit 2 Audio-CDs. Hueber Verlag.
- Piotti, D., de Savorgnani, G. & Carrara, E. (2021), UniversItalia 2.0 B1/B2: Italienisch für Studierende / Kurs- und Arbeitsbuch mit 2 Audio-CDs. Hueber Verlag.

2.6.6.12 Spanisch 1 (für Anfänger)

Modulkürzel:	Spanisch 1 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Fr. M. Schmidt (durchf.), Hr. Castanaeda Martinez (durchf.)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Spanisch 1 (für Anfänger)
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Interesse an spanischsprachigen Kulturen
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Spanisch 1 (für Anfänger):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einfache Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen. • Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.	
Inhalt:	
<i>Spanisch 1 (für Anfänger):</i> Im Modul werden Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden mit Fokus auf mündlichen Ausdruck und Lese- und Hörverständnis grundlegend vermittelt. Alltagssituationen stehen inhaltlich im Mittelpunkt (Vorstellen, Auskünfte einholen und Auskünfte geben v.a. beim Einkaufen und Wegbeschreibungen, allgemeine Konversation). An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Ausspracheregeln und Gendregeln der Orthographie • Konkordanz (zwischen Subjekt und Verb, Substantiv und Adjektiv) • Personal-, Demonstrativ-, Possesiv- und Fragepronomen (einführend) • Verwendung von direkten und indirekten Objekten (einführend) • Verlaufsform • Regelmäßige und unregelmäßige Verben (Vokalveränderung) im Präsens	

• Perfecto • Periphrastische Strukturen (einführend) • Komperativ und Superlativ (einführend) • Imperativ (einführend)
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit <i>Spanisch 1 (für Anfänger):</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.6.13 Spanisch 2 (für Fortgeschrittene)			
Modulkürzel:	Spanisch 2 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Fr. M. Schmidt (durchf.), Hr. Castanaeda Martinez (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Spanisch 2 (für Fortgeschrittene)		
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Spanisch 1 bzw. entsprechende Kenntnisse, Interesse an spanischsprachigen Kulturen		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Spanisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einfache Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen.			

• Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.
Inhalt:
<i>Spanisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Im Modul werden die Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut und verstärkt der schriftliche Ausdruck eingeübt (Stellungnahmen zu Texten, Pro und Contra-Argumentationen, erste Briefe werden erarbeitet). Neben allgemeinen Themen wird besonders auf den Einsatz landeskundlicher Materialien geachtet. An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Indefinido (regelmäßig und unregelmäßig) • Imperfecto (regelmäßig und unregelmäßig) • Potencial (einführend, u. U. im Wirtschaftsspanisch) • Futuro (einführend, u. U. im Wirtschaftsspanisch) • Verwendung von direkten und indirekten Objekten (Vertiefung) • Imperativ (Vertiefung) • Personal-, Demonstrativ-, Possessiv- und Relativpronomen (Vertiefung)
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit <i>Spanisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• , . <i>Universo.ele A2</i>. ISBN 978-3-19-054333-5

2.6.6.14 Spanisch 3 (Intensivierung)			
Modulkürzel:	Spanisch 3 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Fr. M. Schmidt (durchf.), Hr. Castanaeda Martinez (durchf.)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Spanisch 3
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Spanisch 2 bzw. entsprechende Kenntnisse, Interesse an spanischsprachigen Kulturen
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax, Pragmatik und Landeskunde. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, Situationen des Alltagslebens in formelleren Kontexten und einfachen beruflichen Situationen kommunikativ zu bewältigen. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.	
Inhalt:	
Im Modul werden Fertigkeiten der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten werden ausgebaut (Stellungnahmen zu Texten, fachliche Diskussionen, einfache Briefe). Neben allgemeinen Themen wird besonders auf den Einsatz landeskundlicher Materialien geachtet. An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Verbalperiphrasen • Verwendung der Vergangenheiten • Subjunktiv der Gegenwart • Relativsätze	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit	

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Universo.ele B1. Hueber. Kursbuch + Arbeitsbuch: 978-3190143344

2.6.6.15 Russisch 1 (für Anfänger)			
Modulkürzel:	Russisch 1	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Irina Mahli (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		105 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Russisch 1 (für Anfänger)		
Lehrformen des Moduls:	Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Interesse am russischen Kulturkreis		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Russisch 1 (für Anfänger):</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden besitzen Grundkenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, einfache Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess			
Inhalt:			
<i>Russisch 1 (für Anfänger):</i> Im Modul werden Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden grundlegend vermittelt. Alltagssituationen stehen inhaltlich im Mittelpunkt (Vorstellen, Auskünfte			

einholen und Auskünfte geben v.a. beim Einkaufen und Wegbeschreibungen, allgemeine Konversation). Die Verwendung der kyrillischen Schrift wird rezeptiv und produktiv beherrscht.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.6.16 Russisch 2 (für Fortgeschrittene)			
Modulkürzel:	Russisch 2 (P)	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard, Irina Mahli (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Russisch 2 (für Fortgeschrittene)		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Interesse am russischen Kulturkreis		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Russisch 2 (für Fortgeschrittene):</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden besitzen fundierte Kenntnisse in Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden sind in der Lage, Situationen des Alltagslebens kommunikativ zu bewältigen und sich in formelleren Situationen auszudrücken.			
Sozialkompetenz:			
Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, angemessenes Bitten um Hilfe im kommunikativen Prozess.			

Inhalt:
<i>Russisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Im Modul werden Grundlagen der Sprachverwendung und landeskundliche Kenntnisse vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht mit aktivem Charakter. Die vier Grundfertigkeiten Hörverständnis, mündlicher Ausdruck, Leseverständnis und schriftlicher Ausdruck werden ausgebaut. Alltagssituationen und landeskundliche Aspekte stehen inhaltlich im Mittelpunkt. Die Verwendung der kyrillischen Schrift wird rezeptiv und produktiv geübt.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit <i>Russisch 2 (für Fortgeschrittene):</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan. Anmerkung: Das Modul wird in Kooperation mit dem Sprachenzentrum Triesdorf der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf angeboten. Der Unterricht findet in Triesdorf statt. Es werden zwei schriftliche Leistungsnachweise erhoben, zur Semestermitte und zu Semesterende. Der Durchschnitt der beiden Noten wird in Ansbach mit 5 ECTS-Punkten verbucht.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.6.17 Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)			
Modulkürzel:	Unternehmenssimulation	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Skripek, Prof. Dr. Barbara Hedderich
Sprache:	Englisch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)
Lehrformen des Moduls:	1: SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fachkompetenz: 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: (professional skills) Die Studierenden wenden erlernte Problem-Lösungskompetenz 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 Unternehmensplanspieles zu entwickeln. Sozialkompetenz: (social skills) Permanentes Treffen von Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt unter Zeitdruck. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) strategischer Fragestellungen im Zuge des Unternehmensplanspieles. 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.	
Inhalt:	
Das Modul beruht auf einem Unternehmensplanspiel, welches die Studierenden zu ganzheitlichem betriebswirtschaftlichen Denken und Handeln anhalten soll. Im besonderen Fokus stehen die Grundprinzipien des „strategischen-“, des „value-based Management“ sowie auf Entscheidungen der Internationalisierung. In der Zusammenarbeit in Teams planen die Teilnehmer die Unternehmens- und Internationalisierungsstrategien 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 sowie Präsentation der Unternehmensergebnisse (Hauptversammlung)
- „Learning business by doing business“

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Handbuch TOPSIM General Management II, TATA Interactive Systems, Tübingen , Auflage 12.2.

2.6.6.18 Wirtschaftsspanisch – Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld

Modulkürzel:	Wirtschaftsspanisch - Schriftlich	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		

Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Spanisch B1+
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über situationsangemessene Kommunikationstechniken im schriftlichen Bereich für die berufliche Kommunikation. Sie sind mit Gepflogenheiten schriftlicher Kommunikation in internationalen Wirtschaftsbeziehungen der spanischsprachigen Welt vertraut. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die spanische Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext schriftlich anzuwenden, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen und kompetent ihren Berufszielen entsprechend kommunikativ zu handeln. Sie folgen dem aktuellen Zeitgeschehen der spanischsprachigen Welt. Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, interkulturelle Kompetenz.	
Inhalt:	
<i>Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i> Verfassen von Geschäftsbriefen Einüben verschiedener Strategien für das Erfassen, vertiefte Verstehen und Bearbeiten inhaltlich anspruchsvoller Fachtexte aus Lehrbüchern, Fachzeitschriften, dem Wirtschaftsteil von Zeitungen bzw. wirtschaftsrelevanten Veröffentlichungen von staatlichen Organen und Verbänden Wiederholung und Vertiefung der in den Spanischkursen eingeführten Grammatik (v. a. Vergangenheiten, Kongruenz) und Erwerb komplexerer Strukturen (v.a. Subjuntivo, Bedingungssätze, Verbalperiphrasen) Aufgreifen von Themen aus der Volks-/Betriebswirtschaftslehre in Hinblick auf ihre Besonderheit für ein spanischsprachiges Land (z. B. Wirtschaftspolitik und -struktur, Arbeitsmarkt, internationale Kooperation etc.)	

Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8 c APO) <i>Wirtschaftsspanisch - Schriftliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i> Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Skript

2.6.6.19 Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld			
Modulkürzel:	Wirtschaftsspanisch - mündlich	Modul-Nr.:	APM
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)		
Modulverantwortliche(r):	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	APM: Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld		
Lehrformen des Moduls:	Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Spanisch B1+		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden verfügen über angemessene Kommunikationstechniken im mündlichen Bereich für die berufliche Kommunikation. Sie sind mit Gepflogenheiten mündlicher Kommunikation in internationalen Wirtschaftsbeziehungen der spanischsprachigen Welt vertraut.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden sind in der Lage, die spanische Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext mündlich anzuwenden, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen und kompetent ihren Berufszielen entsprechen kommunikativ zu handeln.			

Sozialkompetenz: Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, interkulturelle Kompetenz.
Inhalt:
<i>Wirtschaftsspanisch - Mündliche Kommunikation im beruflichen Umfeld:</i> Wiederholung und Ausbau grammatischer und kommunikativer Grundfertigkeiten (Vergangenheiten, Subjuntivo, Verbkonjugationen, Verbalperiphrasen). Vorbereiten und Durchführen von Diskussionen (inklusive Gesprächsführung und Gesprächsleitung) und Präsentationen (inklusive Erläutern von Abbildungen) sowie Rollenspiele (z. B. Telefonate). Aufgreifen von Themen aus der Volks-/Betriebswirtschaftslehre auch in Hinblick auf ihre Besonderheit für ein spanischsprachiges Land (z. B. Marketing, Organisation, Personalentwicklung, etc.) Erwerb einer Sprechfertigkeit, die es erlaubt ohne Mühe komplexere Inhalte sowie die eigene Meinung klar und angemessen darzulegen.
Studien- / Prüfungsleistungen:
mündliche Prüfung, 15 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Skript

2.6.7 Marketing

2.6.7.1 crea-m5 Innovationsmanagement			
Modulkürzel:	MK_crea-m5 Innovationsmanagement	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 24 h Selbststudium: 126 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	crea-m5 Innovationsmanagement
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung/Workshop
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>crea-m5 Innovationsmanagement:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Wissensverbreiterung: Die Teilnehmer sollen einen erweiterten Zugang zum Themenbereich Kreativität erhalten. Die vermeintlich irrationalen Strukturen von Kreativität sollen rational nachvollziehbar und begreifbar gemacht werden. Das Modul setzt dabei auf interdisziplinäre Öffnung, um die klassische BWL zu erweitern und zu öffnen. Wissensvertiefung: Die Studierenden vertiefen ihr bisheriges Wissen aus dem Bereich der Kreativität. Konkrete Kreativitätstechniken und –übungen machen Kreativität erlebbar und fassbar. Methodische Kompetenzen: Die Studierende benutzen Eisbrecher- und Projekteinstiegsmethoden. Sie untersuchen die klassischen Prozessmodelle und erkennen die zentralen Botschaften. Die Studierenden interpretieren die Aussagen der klassischen Prozessmodelle und ziehen Schlüsse daraus für den Umgang mit Kreativität und Innovationen. Sie verstehen die Unterschiede zwischen linearen, lateralen und holistischen Kreativitätstechniken und können ihre Anwendung beurteilen. Sie entwickeln einen Anwendungsfall für die Kreativitätstechniken „Morphologischer Kasten und „6-3-5-Methode“. Die Studierenden können die crea-m5-Methode als Ansatz zur Strukturierung von Projekten beurteilen. Sie zeigen das CREA LEADERSHIP Wahrnehmungs- und Beurteilungs-, Wissens-, Intelligenz-, Kreativitäts- und Kompetenzmodell auf. Die Studierenden beschreiben das CREA LEADERSHIP Radarmodell der Wahrnehmung. Systemische Kompetenzen: Zugang zu interdisziplinären Forschungs- und Lehrgebieten z. B. Psychologie Schaffen eines tiefen System-Bewusstseins für Kreativität und Innovation Beurteilungsfähigkeit: Beurteilen von Kreativitätstechniken und deren Einsatzmöglichkeiten Beurteilung des Phasenschema crea-m5 und praktische Anwendungsmöglichkeiten	

Handlungskompetenz:

Eigenständigkeit/Verantwortung, Reflexivität, Lernkompetenz: Die Ausbildung legt Wert auf den eigenständigen und selbstverantwortlichen Wissenserwerb der Studierenden. Die Teilnehmer erkennen die systemische Bedeutung einer interdisziplinären Ausbildung und verstehen die Verbreiterung des Wissens- und Aktionsraumes. Die Studierenden entwickeln eigene Beurteilungskompetenz in Bezug auf Ästhetik und Kreativität als wichtige Vorstufen der Innovation. Die Studierenden dokumentieren ihr Lernverhalten, ihre Lerninhalte, Lernprozesse und Lernergebnisse mit Hilfe eines Lernportfolios. Die Studierenden untersuchen persönliche Kompetenzen (z. B. Kritikfähigkeit) im Umgang mit sich selbst und die Auswirkungen auf das soziale Miteinander. Die Studierenden ziehen Schlüsse, interpretieren und bewerten die Bedeutung der persönlichen Kompetenzen für die Persönlichkeitsentwicklung.

Sozialkompetenz:

Team-/Führungsfähigkeit, Mitgestaltung, Kommunikation: Die Studierenden arbeiten in Teams und erarbeiten sich kollektive Kreativitätstechniken. Sie bringen sich aktiv in den kreativen Prozess ein und nehmen Kommunikation als wertvolles Medium der Externalisierung von impliziten Wissens und der gegenseitigen Abstimmung wahr. Sie wenden die erarbeiteten Übungen an und untersuchen gemeinsam die Ergebnisse. Die Studierenden ermessen den Umgang und die Interaktion mit anderen Menschen als wichtige Kompetenz. Sie interpretieren die Rolle der sozialen Kompetenz als Schlüsselkompetenz in der Zusammenarbeit mit anderen. Sie reflektieren und beurteilen das gemeinsame Handeln im Team.

Intuitive Kompetenz:

Die Studierenden nennen wissenschaftliche Ansätze zur Erklärung der intuitiven Kompetenz. Die Teilnehmer stellen die Rolle der Intuition für die Wahrnehmung und Beurteilung dar. Die Studierenden wenden intuitive Lösungsansätze an und bringen die intuitiven Erkenntnisse und Erfahrungen zur Sprache. Die Studierenden interpretieren die Intuition als Teil einer ganzheitlichen Entscheidungsfindung.

Inhalt:*crea-m5 Innovationsmanagement:*

Kreativität ist essentielle Voraussetzung für unternehmerische Kernkompetenzen. Eine nachhaltige Unternehmenskultur, Entscheidungs- und Innovationsfähigkeit basieren auf Kreativität. Weil dieser Faktor maßgeblich über wirtschaftlichen Erfolg entscheidet, ist die Ressource Kreativität ein wichtiger Erfolgsfaktor. Das Phasenmodell crea-m5 ermöglicht den Kreativ- und Veränderungsprozess in fünf Teilschritten professionell zu begleiten und Kreativität gezielt zu initiieren.

Lernziele im Überblick**Begriff der Kreativität****Kreativität und Innovation als Prozess****crea-m5 – Methodische Grundlagen des Phasenkonzepts****Phase MESSAGE**

- Systemische Situations-Analyse
- Vision, Systemelemente und Wechselwirken
- Nachhaltigkeit und Zeitreise
- Weichenstellung des Projektes

Phase MATCHING

- Systemische Kompetenzanalyse
- Inneres und Äußeres Team
- CREA LEADERSHIP Intelligenz- und Kreativitätsmodell
- CREA LEADERSHIP Kompetenzmodell

Phase MINING

- Systematische Wissens-Analyse

- CREA LEADERSHIP Wissensmodell
- Management des vernetzten Wissens
- CREA LEADERSHIP Radarmodell der Wahrnehmung

Phase MOVING

- Systematische Kreativitäts-Analyse
- Wissenstreppe der Innovation
- Individuelle und Kollektive Kreativität
- CREA LEADERSHIP Kreativitätspyramide

Phase MISSION

- Systematische Missions-Analyse
- CREA CORPORATE Kreativität als Vision
- CREA LEADERSHIP Promotorenmodell
- CREA LEADERSHIP Strategiemodell

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8 c APO)

crea-m5 Innovationsmanagement:

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

Literatur:

- MÜLLER, Jochem und Jürgen RIPPEL, 2011. *Crea Leadership: der kreative Weg zur Innovation*. 1. Auflage. Ansbach: Marketia Publishing. ISBN 978-3-98-146180-0, 3-98-146180-0
- MÜLLER, Jochem und Jürgen RIPPEL, 2014. *Crea-m5: systematisch zur Innovation ; erfolgreiches Innovationsmanagement in fünf Schritten*. 1. Auflage. Ansbach: Marketia Publishing. ISBN 978-3-9814618-1-7
- BACKERRA, Hendrik und andere, 2007. *Kreativitätswerkzeuge: kreative Prozesse anstoßen, Innovationen fördern*. 3. Auflage. München [u.a.]: Hanser. ISBN 3-446-41233-6, 978-3-446-41233-0
- BOOS, Evelyn, 2014. *Das große Buch der Kreativitätstechniken: [Fantasie fördern, Ideen strukturieren, Geistesblitze umsetzen, Lösungen finden; kreative Intelligenz trainieren]*. 5. Auflage. München: Compact-Verl.. ISBN 978-3-8174-5106-7, 3-8174-5106-7
- FRIESIKE, Sascha und Oliver GASSMANN, 2015. *Kreativcode: die sieben Schlüssel für persönliche und berufliche Kreativität*. München: Hanser. ISBN 3-446-44557-9, 978-3-446-44557-4
- DUNCAN, Kevin, 2016. *Das Buch der Ideen: 50 Wege, um Ideen effizient zu produzieren*. Zürich: Midas Management. ISBN 978-3-907100-62-2, 3-907100-62-X
- RUSTLER, Florian, 2018. *Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation: das kleine Handbuch der Innovationsmethoden*. 8. Auflage. St. Gallen ; Zürich: Midas Management Verlag AG. ISBN 978-3-907100-81-3, 3-907100-81-6
- NIENHAUS, Lisa, 2015. *Die Weltverbesserer: 66 große Denker, die unser Leben verändern*. München: Hanser. ISBN 978-3-446-44308-2, 3-446-44308-8

2.6.7.2 International Marketing			
Modulkürzel:	MK_International Marketing	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Schugk		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	International Marketing		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>International Marketing:</i>			
Fachkompetenz:			
• Überblick bezüglich eines ganzheitlichen Ansatzes zum Internationalen Marketing • Detailkenntnisse zu dessen beiden grundlegenden Teilgebieten Going International und Being International			
Methodenkompetenz:			
• Befähigung zur problemlösungsorientierten Umsetzung der erlernten Inhalte für alle Teilgebiete des Internationalen Marketings • Verständnis der Koordinationsproblematik bei der Lösung von Aufgaben des Internationalen Marketings in der Praxis			
Handlungskompetenz:			
• Systematische Ausführung der Koordinationsaufgabe des Internationalen Marketings			
Sozialkompetenz:			

• Befähigung zu ganzheitlichem, vernetztem Denken • Entwicklung von Diskussionsfähigkeit
Inhalt:
<i>International Marketing:</i> Going International • Koordinationsproblematik des Internationalen Marketings • Marktbewertung und Marktauswahlentscheidungen • Strategien der Markterschließung Being International • Koordinationsproblematik auf zusammenwachsenden Märkten • Koordinationsstrategien auf zusammenwachsenden Märkten • Koordinationsbedarfsdeckende Strategien • Koordinationsbedarfsreduzierende Strategien • Koordinationsproblematik auf auseinanderbrechenden Märkten
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.7.3 Social Media Marketing			
Modulkürzel:	MK_Social Media Marketing	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Dr. Jürgen Rippel, N.N. (durchf.)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Social Media Marketing
Lehrformen des Moduls:	: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: einen Überblick über Social Media erlangen Handlungskompetenz: Fähigkeit eine Twitterwall zu erstellen und diese auch in Projekte mit einbeziehen Fähigkeit einen Shitstorm abzuwehren Sozialkompetenz: mit Lesern bzw. Followern korrekt kommunizieren	
Inhalt:	
• Was ist Social Media • Welche Plattformen gibt es • Was kann Social Media • Wie kann man einen Shitstorm abwehren • Shitstorm-Simulation mit dem Simulator der Revolvermänner AG • Beispiele vergangener Shitstorms • Wie erstellt man eine Facebook-Seite • Unterscheidung der Beitragsreichweiten • Wie erhöht man die Viralität der Social Media Kanäle • Wie wähle ich den geeignetsten Social Media Kanal aus • Fallbeispiel zur Analyse des geeignetsten Social Media Kanals • Projekt Twitterwall • Welche Rolle spielen Zeitungen in Social Media • Social Media Guidelines • Crowdfunding • Crowdinvesting • Klout Score	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)	

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

Literatur:

Pein, Vivian (2014). Der Social Media Manager. Bonn: Galileo Computing.

2.6.8 Mittelstandsmanagement

2.6.8.1 How-To-StartUp			
Modulkürzel:	How-To-StartUp	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Johannes Hähnlein (verantw.), Hr. Grimm (durchf.), Hr. Fried (durchf.), Hr. Dietrich (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	How-To-StartUp		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>How-To-StartUp:</i> Die Studierenden erlangen durch die Teilnahme konkretes und praxisrelevantes Fachwissen sowie zeitgemäße Methoden zur Entwicklung und Gründung eines eigenen Startups. Dies umfasst die Kernbereiche Trendidentifikation, Ideengenerierung, Business Design und Go-To-Market. Die Veranstaltung ist als praxisorientiertes Workshop-Format konzipiert, in welchem die TeilnehmerInnen vermittelte Methoden und Fachwissen direkt auf eigene Projektarbeit im Team anwenden können und sukzessive eine eigene Gründungsidee sowie ein entsprechendes Geschäftskonzept erarbeiten. Ziel der Veranstaltung ist es, dass die TeilnehmerInnen in Gründerteams zu jeweils 3 Personen ein eigenes Startup-Konzept entwickeln und dieses vor einer fachkundigen Jury im Rahmen einer Abschlussveranstaltung („Live-Pitch“) präsentieren.			

Die Veranstaltung zeichnet sich insbesondere durch folgende Aspekte aus:

- Praxis-Relevanz

Die Veranstaltung arbeitet bewusst nicht mit fiktiven Fallstudien, sondern soll die Teilnehmer dazu bringen, eigene Produkt- und Geschäftsideen in Teams zu entwickeln, die sie im besten Fall über die Veranstaltung hinaus weiterverfolgen, entwickeln und sogar in die Praxis umsetzen.

- Interdisziplinarität

Durch die gleichverteilte Teilnehmer-Struktur von jeweils 10 Plätzen pro Fakultät wird eine konkrete interdisziplinäre Zusammenarbeit im Rahmen eines Moduls geschaffen.

- Kompetenzerweiterung

Studierende haben als Teilnehmer des Moduls die Möglichkeit nicht nur bislang erlernte Fähigkeiten praxisnah anzuwenden, sondern sich auch Kompetenzen anzueignen, die über die Fachspezifika des eigenen Studiengangs hinausgehen.

- Team-Diversität

Die TeilnehmerInnen sind dazu angehalten sich zu Teams bestehend aus 3 Mitgliedern unterschiedlicher Fachrichtungen zusammenzuschließen und somit ein idealtypisches Gründerteam mit unterschiedlichen Kompetenzen und Verantwortlichkeiten zu bilden.

- Innovationskraft

Spannende und kreative Methoden verbunden mit einem strukturierten Aufbau des Moduls werden die Innovationskraft der teilnehmenden Studierenden fördern und die Unternehmensgründung auf Basis eigener marktfähiger Ideen als relevante und realistische Berufsoption hervorbringen.

- Anreizstruktur & Mehrwerte

Der Kurs kann nicht nur als Wahlpflichtmodul in das jeweilige Studium der teilnehmenden Studierenden eingebracht werden, sondern beinhaltet zusätzliche Mehrwerte, wie

- die Teilnahme am Live-Pitch vor einer hochkarätigen Jury,
- die Möglichkeit ein kleines zweckgebundenes Start-Budget für die Weiterentwicklung der Gründungsidee zu gewinnen,
- einen festen Platz für das Siegerteam im Existency-Programm sowie
- einen zeitlich fixierten Platz für das Gründerteam im digitalen Gründerzentrum der Stadt-Ansbach, ANS-Werk.

Qualifikationsziele

Fachkompetenz und Methodenkompetenz inkl. Forschungskompetenz:

- Die Studierenden durchlaufen in der Veranstaltung einen realitätsnahen Prozess einer StartUp-Entwicklung mithilfe von state-of-the-art Methoden und –Kompetenzen.
- Dies beinhaltet zunächst die grundsätzliche Zusammenstellung eines interdisziplinären Teams
- Im weiteren Verlauf erfolgt die Identifikation und Systematisierung von Methoden und Tools im Bereich Trend- und Innovationsmanagement sowie Marktforschung.
- Die Studierenden erlernen des weiteren Methoden zur Generierung von Produkt- oder Serviceideen, der Identifikation von Anwendungsfeldern, Validierung sowie Geschäftsmodellierung

Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz:

- Aufbau, Strukturierung und Arbeitskoordination von interdisziplinären Teams
- Die Studierenden wenden teamorientiertes Arbeiten und inhaltsbezogene Arbeitsteilung an

• Fokussiertes und zielorientiertes Arbeiten unter Zeitdruck und dabei Fokussierung auf die wesentlichen Elemente der Geschäftsidee • Die Studierenden müssen Präsentationsfähigkeiten durch Zwischenpräsentationen und Live-Pitches beweisen und anwenden Handlungskompetenz: • Die Studierenden erlernen und vertiefen Schlüsselkompetenzen in den Bereich Projektmanagement, Problemlösungsmethoden, betriebswirtschaftliche Teildisziplinen, Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie Präsentationstechniken. • Durch den Besuch der Veranstaltung können die Studierenden zudem den Prozess der Unternehmensgründung einschätzen und selbst in entsprechenden Gründerteams durchlaufen.
Inhalt: <i>How-To-StartUp:</i> • Teambuilding • Trendmanagement • Ideation • Business Design • Research & Development • Validation • Prototyping • Startup Finance • Marketing & Communications • Pitching
Studien- / Prüfungsleistungen: Studienarbeit und Referat, 15 Min. <i>How-To-StartUp:</i> • Für Bachelor-Studierende: Abschlusspräsentation + Schriftliche Beschreibung Geschäftskonzept (Umfang ca. 5 Seiten) • Für Master-Studierende: Abschlusspräsentation + Projektarbeit (Umfang ca. 25 Seiten) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.8.2 Innovative Produktentwicklung			
Modulkürzel:	Innovative Produktentwicklung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Renate Herrmann (verantwortl.) / Herr Scholz (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Innovative Produktentwicklung		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Innovative Produktentwicklung:</i> Die Teilnehmer des interdisziplinären WPMA „Innovative Produktentwicklung“ lernen moderne Methoden der Produktentwicklung. So können sie innerhalb von 3-4 Monaten eine Idee für ein nutzerzentriertes Produkt finden, es in ersten Prototypen umsetzen und am Markt testen. Darüber hinaus erwerben sie Kompetenzen in der selbstständigen Projektarbeit, Teamarbeit, Trendrecherche und Medieninnovation.			
Inhalt:			
<i>Innovative Produktentwicklung:</i> Wie sehen digitale Medien aus, die perfekt in den Alltag des Nutzers passen? Wie können Medien neue Technologien wie Künstliche Intelligenz, Big Data oder neue Plattformen und Kanäle nutzen? Die Medienbranche braucht Innovation und vor allem brauchen die Mediennutzer neue Produkte. In diesem Projektmodul forschen die Teilnehmer daran, welche neuen Technologien und Trends die Branche nutzen kann und experimentieren mit Lösungen. Ziel ist es, dass jeder Teilnehmer mit und ohne Coding-Kenntnisse ein innovatives digitales Medienprodukt entwickelt. Das kann ein innovatives Format auf einer neuen Plattform sein, eine Software-Lösung oder ein neues Medienangebot für eine Nischenzielgruppe. Das Media Lab Ansbach betreut die Teilnehmer, vermittelt ihnen Innovationsmethoden und unterstützt bei der Produktentwicklung. Themen & Challenges: • Lokal- und Regionaljournalismus: Wie begeistern wir digitale Nutzer für regionale News? • Mobile Storys: Wie sieht innovatives Storytelling für den mobilen Screen aus? • Engaging News: Wie müssen digitale Nachrichten aussehen, damit Nutzer mit ihnen interagieren?			

- Innovative Technologien: Welche Technologien von KI über XR bis Blockchain können Journalisten, Newsrooms, Marketing #svhs#amp## PR effizienter und besser machen?
- Medienplattformen der Zukunft: Wie kommen Medieninhalte am besten zum Nutzer?
- Knowledge #svhs#amp## Interest: Wie können digitale Medien individuell auf den Wissensstand der Nutzer eingehen?

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

Innovative Produktentwicklung:

Projektarbeit in Team- oder Einzelarbeit

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

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.8.3 Internationales Management

Modulkürzel:	IB!_Int. Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Skripek		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Internationales Management		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz: Kenntnis der unterschiedlichen Aspekte von Internationalisierung. Warum Internationalisierung? Chancen und Risiken der Internationalisierung- Hedging dieser Risiken. Hierbei wird stets ein Perspektivwechsel zwischen Internationalisierung im Konzern im Vergleich zum KMU gemacht.			

Die Studierenden lernen unterschiedliche Theorien der Internationalisierung kennen. Ein Focus dabei liegt auf der Entwicklung einer Internationalisierungsstrategie. Dabei werden Analyse- und Umsetzungstechniken erlernt. Darüber hinaus lernen die Studierenden die klassische Geschäftsmodell-Theorien (z.B. Canvas / Stähler etc.) sowie deren Nutzung für Analyse, Kommunikation und Innovation kennen.

Handlungskompetenz: (professional skills)

Die Studierenden wenden erlernte Modelle/ Instrumente in konkreten Fallstudien an, um eine wettbewerbsfähige Strategie bzw. Schritte der Internationalisierung zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Instrumente des Strategieprozesses ebenso wie Techniken der Geschäftsmodellierung. Dem Thema Generierung von Innovation wird eine zentrale Bedeutung zugemessen. Die Studierenden erwerben Fähigkeiten von der Analyse, der Auswahl bestimmter Märkte bis zur konkreten Umsetzung (Markteintritt) einer Internationalisierungsentscheidung.

Sozialkompetenz: (social skills)

Die erlernten Instrumente werden in unterschiedlichen Fallstudien angewendet. Konkret heißt das, es müssen Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt getroffen werden. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) und Präsentationsfähigkeit zu Fragestellungen der Internationalisierung eines Unternehmens werden ausgeprägt. Hierbei liegt ein Fokus auf der Vorbereitung von Entscheidungsvorlagen für Top Entscheider.

Inhalt:

Grundlagen für internationales Management

- Chancen und Risiken der Internationalisierung sowie deren Absicherung
- Formen der Internationalisierung
- Managementorientierte Konzepte des internationalen Wettbewerbs

Grundlagen Strategie und Strategieprozess

1. Strategische Analyse

1. Interne Analyse
2. Externe Analyse-> Portfolio Technik, Porter Diamant, 5 Forces, Pestel etc.
3. Zusammenfassende Analyse

2.) Strategieimplementierung mit der Balanced Scorecard

3.) Anwendung von Geschäftsmodellen in der Unternehmensstrategie

- a.) Grundlagen Geschäftsmodelle sowie Verbindung Strategie & Geschäftsmodell
- b.) Nutzung von Geschäftsmodellen zur Generierung von Innovation
- c.) Blue ocean Strategie

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 120 Minuten

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

Literatur:

- Kutschker, M./ Schmid, S. (2011): Internationales Management, 7. Aufl., München.
- Macharzina, K./ Oesterle, M.-J. (2002): Handbuch internationales Management, 2. Aufl., Wiesbaden.
- Macharzina, K./ Wolf, J. (2010): Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen, 7. Aufl., Wiesbaden.
- Meckl, R. (2014): Internationales Management, 3. Aufl., München.

- Oesterle, M./ Schmid, S. (2009): Internationales Management: Forschung, Lehre, Praxis, Stuttgart.
- Perlitz, M./ Schrank, R. (2013): International Management, 6. Aufl., Konstanz.
- Welge, M./ Holtbrügge, D. (2010): Internationales Management- Theorien, Funktionen, Fallstudien Düsseldorf.

2.6.8.4 Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)

Modulkürzel:	Unternehmenssimulation	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Skripek		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmenssimulation "General Management" (Planspiel)		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz: 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: (professional skills) Die Studierenden wenden erlernte Problem-Lösungskompetenz 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 Unternehmensplanspieles zu entwickeln.			
Sozialkompetenz: (social skills) 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.

Inhalt:

Das Modul beruht auf einem Unternehmensplanspiel, welches die Studierenden zu ganzheitlichem betriebswirtschaftlichen Denken und Handeln anhalten soll. Im besonderen Fokus stehen die Grundprinzipien des „strategischen-“, des „value-based Management“ sowie auf Entscheidungen der Internationalisierung. In der Zusammenarbeit in Teams planen die Teilnehmer die Unternehmens- und Internationalisierungsstrategien 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 sowie Präsentation der Unternehmensergebnisse (Hauptversammlung)
- „Learning business by doing business“

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Handbuch TOPSIM General Management II, TATA Interactive Systems, Tübingen , Auflage 12.2.

2.6.8.5 Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement

Modulkürzel:	Angewandt. Nachhaltigkeitsmanagement	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller, Dr. Judith Ambrosius (durchführend)	
Sprache:	Deutsch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 2 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	nur Wintersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement	
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht	
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
<i>Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden beherrschen die Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements. Sie haben einen Überblick über die gesetzlichen Rahmenbedingungen. Sie kennen die Bausteine für die strategische Konzeption eines Nachhaltigkeitsmanagements mit Fokus auf KMU. Im Rahmen der Fallstudie vertiefen die Studierenden ihre Projektmanagementkompetenz. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die Voraussetzungen für nachhaltiges Management zu ermitteln. Sie können die Konzepte zum Nachhaltigkeitsmonitoring und –controlling anwenden. Sie können die Bausteine des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen identifizieren. Sie sind in der Lage, die Anforderungen der Corporate Social Responsibility (CSR) mit Nachhaltigkeitsmanagement zu verknüpfen. Im Rahmen der Fallstudie wenden Sie die Kenntnisse am konkreten Unternehmensbeispiel an. Sozialkompetenz: In der Fallstudie entwickeln die Studierenden ihre Kommunikations- und Teamfähigkeit weiter. Zur Lösung der Fragestellungen wenden sie agile Methoden an. Sie begreifen die gesellschaftlichen Konsequenzen des eigenen Handelns sowie des Handelns von Unternehmen. Sie erkennen die Bedeutung der Corporate Social Responsibility (CSR).		
Inhalt:		
<i>Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement:</i> • Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement • Operatives Nachhaltigkeitsmanagement • Anwendung im Rahmen einer Fallstudie • Nachhaltigkeitskommunikation • Implementierung und Monitoring, Controlling • Praxisbeispiel		

Studien- / Prüfungsleistungen:
Projektarbeit, Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• ENGLERT, und TERNES, . <i>Nachhaltiges Management.</i>, akt. Auflage • Sassen, <i>Nachhaltigkeitsmanagement</i>, akt. Auflage • Engelen/Kämmler-Burraak/u.a.: <i>Nachhaltigkeit im Unternehmen</i>, akt. Auflage • Aktuelle Publikationen zum Thema

2.6.9 Organisation und Management

2.6.9.1 Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement			
Modulkürzel:	Angewandt. Nachhaltigkeitsma- nagement	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Micheal Müller, Dr. Judith Ambrosius (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzun- gen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden beherrschen die Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements. Sie haben einen Überblick über die gesetzlichen Rahmenbedingungen. Sie kennen die Bausteine für die strategische Konzeption eines Nachhaltigkeitsmanagements mit Fokus auf KMU. Im Rahmen der Fallstudie vertiefen die Studierenden ihre Projektmanagementkompetenz.			

Handlungskompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage, die Voraussetzungen für nachhaltiges Management zu ermitteln. Sie können die Konzepte zum Nachhaltigkeitsmonitoring und –controlling anwenden. Sie können die Bausteine des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen identifizieren. Sie sind in der Lage, die Anforderungen der Corporate Social Responsibility (CSR) mit Nachhaltigkeitsmanagement zu verknüpfen. Im Rahmen der Fallstudie wenden Sie die Kenntnisse am konkreten Unternehmensbeispiel an.

Sozialkompetenz:

In der Fallstudie entwickeln die Studierenden ihre Kommunikations- und Teamfähigkeit weiter. Zur Lösung der Fragestellungen wenden sie agile Methoden an. Sie begreifen die gesellschaftlichen Konsequenzen des eigenen Handelns sowie des Handelns von Unternehmen. Sie erkennen die Bedeutung der Corporate Social Responsibility (CSR).

Inhalt:*Angewandtes Nachhaltigkeitsmanagement:*

- Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement
- Operatives Nachhaltigkeitsmanagement
- Anwendung im Rahmen einer Fallstudie
- Nachhaltigkeitskommunikation
- Implementierung und Monitoring, Controlling
- Praxisbeispiel

Studien- / Prüfungsleistungen:

Projektarbeit, Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

- ENGLERT, und TERNES, . *Nachhaltiges Management.*, akt. Auflage
- Sassen: *Nachhaltigkeitsmanagement*, akt. Auflage
- Engelen/Kämmler-Burrak/u.a.: *Nachhaltigkeit im Unternehmen*, akt. Auflage
- Aktuelle Publikationen zum Thema

2.6.9.2 Cross-Cultural-Effekte in der Organisation

Modulkürzel:	OM_Cross-Cultural-Effekte	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Schugk
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 2 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Cross-Cultural-Effekte in der Organisation
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Cross-Cultural-Effekte in der Organisation:</i> Fachkompetenz: • Kennen der bedeutenden theoretischen Ansätze und Modelle auf dem Gebiet der Cross-Cultural-Effekte in der Organisation • Kennen der Bedeutung von Kultur als Einflussfaktor in der Organisation Methodenkompetenz: • Befähigung zu problemlösungsorientierter Anwendung kulturvergleichender Studien bzw. Ansätze • Entwicklung eines ganzheitlichen Verständnisses im Umgang mit Cross-Cultural-Effekten in der Organisation Handlungskompetenz: • Befähigung zu versiertem Agieren in interkulturellen Situationen Sozialkompetenz: • Entwicklung von interkultureller (Kommunikations)Kompetenz • Entwicklung von Teamfähigkeit durch gruppenbezogene Erarbeitung der Leistungsanforderungen	
Inhalt:	
<i>Cross-Cultural-Effekte in der Organisation:</i> • Definition des Kulturbegriffs und Modelle zur Abbildung von Kultur • Kulturvergleichende Studien • Ausgewählte Aspekte des Interkulturellen Managements / Marketings • Ausgewählte Aspekte der Interkulturellen Handlungskompetenz im Unternehmen • Kulturelle Neurowissenschaft	

Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.9.3 Fallstudien Organisation und Management			
Modulkürzel:	OM_Fallstudien Organisation/Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Fallstudien Organisation und Management		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Fallstudien Organisation und Management:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden sind in der Lage, im Team eine praxisorientierte Fallstudie als Projekt aus dem angebotenen Themenbereich zu bearbeiten (z.B. Wissensmanagement). Nach aktuellen Verfahrensweisen werden zu bergende Potenziale identifiziert und ein wissenschaftlich fundiertes Konzept zur Verbesserung erstellt. Digitalisierungskompetenz.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden können die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse umfänglich einsetzen und praxisorientiert erproben. Transferkompetenz auf neue Unternehmensszenarien.			
Sozialkompetenz:			
Die Bearbeitung der Fallstudie im Team entwickelt Teamfähigkeit, bietet Erkenntnisse und Reflexion über			

das Verhalten in Gruppen und die eigene Position. Kommunikationskompetenz durch Gruppenarbeiten und Präsentationen.
Inhalt:
<i>Fallstudien Organisation und Management:</i> Die Studierenden erarbeiten in Projektgruppen eine Lösung für einen spezifischen Anwendungsfall, der sich an Problemstellungen aus der Praxis orientiert. Dabei setzen sie die bisher erworbenen Kenntnisse ein und unterstützen die Lösungssuche – sofern möglich – mit einem Software-Tool.
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.6.10 Personalmanagement

2.6.10.1 Arbeitsmarktökonomik			
Modulkürzel:	Arbeitsmarktökonomik	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	1	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Christine Dauth		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Arbeitsmarktökonomik		
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Statistik, Volkswirtschaftslehre / Semester 3 oder 4		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Arbeitsmarktökonomik:			
Fachliche und methodische Kompetenzen:			

Ziel der Veranstaltung ist das Verständnis des Arbeitsmarktes und dessen Entwicklungen. Zunächst werden grundsätzliche ökonomische Begriffe eingeführt und später auf den Arbeitsmarkt übertragen. Dabei lernen die Studierenden das neoklassische Modell kennen und lernen es als Werkzeug einzusetzen. Am Ende des Kurses sind die Studierenden in der Lage aktuelle Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt einzuschätzen und Literatur für die Fachöffentlichkeit zu verstehen.	
Inhalt:	
<i>Arbeitsmarktökonomik:</i> • Neoklassisches Modell des Gütermarktes • Neoklassisches Modell des Arbeitsmarktes • Humankapitaltheorie • Diskriminierung • Technologischer Wandel • Mindestlohn • weitere aktuelle Themen aus dem Bereich Arbeitsmarkt	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Schriftliche Prüfung, 60 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• Aktuelle Literatur wird während der Veranstaltung bekannt gegeben	

2.6.10.2 People Management in der Arbeitswelt der Zukunft			
Modulkürzel:	PM_People Management in der Arbeitswelt der Zukunft	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	People Management in der Arbeitswelt der Zukunft
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: - Die Studierenden verstehen die richtungsweisenden Trends der Arbeitswelt der Zukunft - Sie erkennen die Bedeutung von People Management als Schlüsselfaktor des Erfolgs zukunftsorientierter Unternehmenstransformation - Sie erlangen Kenntnis bezüglich zentraler Rollen, Kompetenzanforderungen, Aufgabenfelder und Instrumente des People Management und seiner Akteure in der künftigen Arbeitswelt - Die Studierenden setzen sich mit der Herausforderung des Human-Tech-Balancing auseinander und lernen Lösungsmöglichkeiten kennen, Technologie und Menschzentrierung miteinander zu verbinden Handlungskompetenz: - Die Studierenden sind in der Lage, die Rolle neuer Technologien für Führung und Personalmanagement unter Berücksichtigung komplexer Interessenlagen konstruktiv-kritisch zu reflektieren - Die Studierenden sind in der Lage, zukunftsorientierte Handlungsempfehlungen für die Akteure des People Management zu entwickeln - Sie können moderne Tools und Methoden lösungsorientiert anwenden Persönliche Kompetenz und Sozialkompetenz: - Die Studierenden erweitern ihre persönlichen und sozialen zukunftsrelevanten Skills, z.B. Selbstorganisation, Kommunikation, Empathie, Kollaboration - Sie erkennen die Bedeutung von Well-being und nachhaltigem Handeln für ihre persönliche Weiterentwicklung im Arbeitskontext	

Inhalt:

Erfolg in der Arbeitswelt der Zukunft basiert auf dem Zusammenspiel von strategischem Denken, emotionaler Intelligenz und Umsetzungsstärke. Wer Unternehmen zukunftsfähig gestalten will, muss daher Technologie, Transformation und Empathie in einem ganzheitlichen Ansatz verbinden. Digitalisierung, neue Arbeitsmodelle und soziale Verantwortung definieren People Management völlig neu: es wird dabei zum Treiber und Schlüsselakteur. Dieses Modul gibt Einblicke in zentrale Trends, vermittelt praxisnahe Methoden und entwickelt Kompetenzen zur aktiven und zukunftsorientierten Gestaltung von People Management.

Themenfelder

- Zukunftsforschung und Megatrends – die Transformation der Arbeitswelt
- Trends und Entwicklungsfelder im People Management
- Human-Tech-Balancing: Konnektivität, Technologie und Human-Centricity
- Well-being und Employee Experience als strategische Erfolgsfaktoren
- Ganzheitliche Organisationsgestaltung: Work, Mindset, Culture, Leadership
- Future Skills und Future Learning
- Ethik in der Arbeitswelt der Zukunft

Studien- / Prüfungsleistungen:**Studienarbeit**

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

Literatur:

Aberle, Marcel und Iofcea, Markus: Zurück zur Zukunft – Methoden und Mindset zur Gestaltung der Zukunft. Freiburg u.a.: Haufe 2024.

Bruch, Heike u.a.: Trend-Barometer: People Management 2035: Zwischen KI- und Kulturtransformation. Univ. St. Gallen, pwc, 2025.

Fichtner-Rosada, Sabine: Kompetenzen für die Arbeitswelten der Zukunft. Wiesbaden: SpringerGabler 2024.

Hasenbein, Melanie: Mensch und KI in Organisationen. Berlin: Springer 2023.

Hägerbäumer u.a. (Hrsg.): Future Skills in Human Resource Management und Corporate Learning. Wiesbaden: SpringerGabler 2025.

Knappertsbusch, Inka und Wisskirchen, Gerlind (Hrsg.): Die Zukunft der Arbeit. Wiesbaden: SpringerGabler 2023.

Knappertsbusch, Inka und von Gilsa, Laura: New Work und Arbeitsschutz. Wiesbaden: SpringerGabler 2025.

Kubik, Martin: Digitale Leadership, Agile Change und die Emotion Economy. Wiesbaden: SpringerGabler 2020.

Nogai, Zoe (Hrsg.): Ideen von heute für die Arbeitswelt von morgen. Freiburg u.a.: Haufe 2024.

Ristau, Jörg: KI trifft Menschlichkeit. Wiesbaden: SpringerGabler 2025.

Rump, Jutta und Eilers, Silke (Hrsg.): Arbeiten in der neuen Realität. Berlin: SpringerGabler 2022.

Von der Gracht, Heiko und Kiesgen, Stefanie: Management der Zukunft. Berlin: Springer 2022.

2.6.10.3 Diversity, Equity & Inclusion			
Moduldauer	1 Semester	SPO-Nr.:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	Betriebswirtschaft	SPWPM, WPM	SS
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	47 h	
	Selbststudium:	103 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Lehrform:	seminaristischer Unterricht		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: • Umfassendes Verständnis hinsichtlich der Konzepte Diversity, Equity und Inclusion (DEI) im wirtschaftlichen Kontext • Kenntnis relevanter Theorien, Modelle und aktueller Forschungsergebnisse im Bereich DEI und deren Anwendung in HR-Prozessen • Fundiertes Wissen bezüglich des globalen HRM • Bedeutung interkultureller Aspekte für das Diversity Management • Kenntnis relevanter Strategien, Methoden und Maßnahmen zur Berücksichtigung DEI-bezogener Anforderungen in Unternehmen • Wissen bezüglich der Möglichkeiten der Digitalisierung für die Gestaltung diverser, inklusiver Arbeitswelten Handlungskompetenz: • Fähigkeit zur Analyse von Organisationen und betrieblichen Handlungsfeldern im Hinblick auf DEI-Aspekte • Anwendung von DEI-Prinzipien in verschiedenen (digitalisierten) HR-Funktionsbereichen • Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Förderung von DEI • Gestaltung inklusiver Arbeitsprozesse und Kommunikationsstrukturen auch in virtuellen und hybriden Arbeitsumgebungen • Entwicklung und Implementierung situationsangepasster DEI-Initiativen • Diversitätskompetentes Handeln in unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen und Rollen sowie herausfordernden Situationen Persönliche Kompetenz und Sozialkompetenz: • Sensibilisierung für eigene Vorurteile und deren Auswirkungen • Achtsamkeit und Perspektivenübernahme im Umgang mit Diversität • Entwicklung interkultureller Kompetenz und Empathie • Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten und der Konfliktlösungskompetenz in diversen Teams • Stärkung der kritischen Reflexion und Fähigkeit zum konstruktiven Umgang mit Vielfalt			

Inhalte:

Die Megatrends Globalisierung, Demografischer Wandel, Future of Work und Digitalisierung prägen die Arbeitswelt. In diesem Unternehmenskontext spielen die Konzepte Diversity, Equity und Inclusion (DEI) eine zentrale Rolle. Dieser Kurs bietet Wirtschaftsstudierenden eine fundierte Einführung in die Theorie und Praxis von DEI im betrieblichen Bereich. Der Erwerb kritischer Analysefähigkeiten zur Bewertung von DEI-Strategien und deren Umsetzung in globalisierten, digitalen Arbeitsumgebungen sowie die Erhöhung der persönlichen Diversitätskompetenz bereiten auf die Herausforderungen einer diversen Arbeitswelt vor. Der Kurs verbindet aktuelle Forschungserkenntnisse mit praxisnahen Fallstudien und interaktiven Übungen. Schwerpunkte liegen auf interkulturellen Kompetenzen, ethischen Fragestellungen und der Integration von DEI in moderne HR-Praktiken.

Ausgewählte Themenfelder

- Grundlagen und Begriffsdefinitionen von Diversity, Equity und Inclusion
- Rechtliche und ethische Aspekte
- Diversity-Dimensionen
- Diskriminierung am Arbeitsplatz
- Unconscious Bias und dessen Auswirkungen
- Förderung von Diversity, Equity & Inclusion im Rahmen des globalen Human Resource Management
- Interkulturelle Aspekte und interkulturelle Kompetenz
- Kommunikation und Konfliktmanagement in diversen Arbeitsumgebungen
- Chancen
- Bedeutung der Digitalisierung für das Diversity Management
- Die Rolle von Führungskräften bei der Förderung von Diversity, Equity & Inclusion
- Integrative Organisationsgestaltung
- Change-Management zur erfolgreichen Implementierung von DEI-Initiativen

Prüfungsart:

Studienarbeit und Referat

Literatur:

Becker, Manfred: Systematisches Diversity Management – Konzepte und Instrumente für die Personal- und Führungspolitik. Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2015.

Genkova, Petia und Ringeisen, Tobias (Hrsg): Handbuch Diversity Kompetenz – Band 1: Anwendungsfelder und Perspektiven. Wiesbaden: SpringerGabler 2016.

Genkova, Petia und Ringeisen, Tobias (Hrsg): Handbuch Diversity Kompetenz – Band 2: Gegenstandsbereiche. Wiesbaden: SpringerGabler 2016.

Hucke, Veronika: Mit Vielfalt und Fairness zum Erfolg – Praxishandbuch für Diversity und Inclusion in Unternehmen. Wiesbaden: SpringerGabler 2017.

Krell, Gertrude u.a.: Gender und Diversity in Organisationen – Grundlegendes zur Chancengleichheit durch Personalpolitik. Wiesbaden: SpringerGabler 2018.

Schach, Annika: Diversity & Inclusion in Strategie und Kommunikation: Vielfalt in Konzeption, Kultur und Sprache im Unternehmen. Wiesbaden: SpringerGabler 2023.			
Venegas, Barbara, Thill, Katharina und Domnanovic, Julia: Personalmanagement - Internationale Perspektiven und Implikationen für die Praxis. SpringerGabler 2018.			
Medienformen:			
Wissensinput, Diskussionsrunden, Rollenspiele, Fallbeispiele, persönliche Analysen und Bestandsaufnahmen, Selbst- und Gruppenreflexionen, systemische Methoden, Feedback, Videos			
Empfohlene Voraussetzungen:			
Personalführung, Modul 2080			
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.			

2.6.10.4 Personalgewinnung und -auswahl			
Modulkürzel:	PM_Personalgewinnung und -auswahl	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Personalgewinnung und -auswahl
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Semester 3 oder 4
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Personalgewinnung und -auswahl:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Fundierte Kenntnisse hinsichtlich des Themenkomplexes Personalgewinnung und -auswahl Handlungskompetenz: Die Studierenden nehmen sowohl die Unternehmensperspektive als auch die Perspektive des Bewerbers ein und erwerben die Kompetenz, beide Rollen zielorientiert und erfolgreich wahrzunehmen. Bewerberperspektive: sich selbst im Recruiting-Prozess optimal präsentieren Unternehmensperspektive: erkennen, wie Unternehmen den Prozess der Personalgewinnung, -auswahl und -bindung optimal gestalten Sozialkompetenz: Entwicklung der besonders für den Themenkomplex relevanten Sozialkompetenzen, wie z.B. Kommunikationsfähigkeit, Analyse- und Entscheidungsfähigkeit	
Inhalt:	
<i>Personalgewinnung und -auswahl:</i> Im Modul Personalgewinnung und -auswahl werden vertiefte Kenntnisse und Kompetenzen der Prozesse Personalgewinnung, -auswahl und -bindung erworben. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und einer Vielzahl praktischer Anwendungen. Themenfelder Personalgewinnung und -auswahl: Selbstkonzept und eigene Kompetenzen	

Personenbeurteilung und Einflussnahme Personalmarketing, Employer Branding und Personalgewinnung Gestaltung des Personalauswahlprozesses / Personaldiagnostik Aktuelle Formen und Zukunft des Recruiting
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Referat (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Brenner, Doris (2020): Bewerberinterviews sicher und zielgerecht führen. Ein praxisorientiertes Manual für Führungskräfte, HR-Mitarbeiter und Projektleiter. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Cialdini, Robert (aktuellste Auflage): Die Psychologie des Überzeugens, Bern: Hans Huber, Hogrefe Dannhäuser, Ralph (2020): Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Know-how, Praxistipps, Rechtshinweise. 4. Auflage. Wiesbaden : Springer Fachmedien Kanning, Uwe Peter (2017): Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung. Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Berlin: Springer Kanning, Uwe Peter (1999): Die Psychologie der Personenbeurteilung, Göttingen: Hogrefe Obermann, Christof (aktuellste Auflage): Assessment Center. Entwicklung, Durchführung, Trends. Wiesbaden: Springer Fachmedien Studienreihe "Recruiting Trends" der Universität Bamberg. Verhoeven, Tim (Hrsg.) (2020): Digitalisierung im Recruiting: Wie sich Recruiting durch künstliche Intelligenz, Algorithmen und Bots verändert. Wiesbaden: Springer Fachmedien

2.6.10.5 Systemische Personal- und Organisationsentwicklung			
Modulkürzel:	PM_Syst. Personal-und OrgaEntwicklung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Systemische Personal- und Organisationsentwicklung
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Personalführung, Modul 2080
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Systemische Personal- und Organisationsentwicklung:</i> Fach- und Methodenkompetenz: • Strategische Bedeutung der systemischen Personal- und Organisationsentwicklung erkennen. • Fundierte Kenntnisse hinsichtlich der Themenfelder Personal- und Organisationsentwicklung (individuelle, gruppenbezogene und organisationale Kompetenzentwicklung) erlangen. Handlungskompetenz: Durchführung konkreter Maßnahmen der Personal- und Organisationsentwicklung Berufsrelevante Kompetenzen analysieren und trainieren Sozialkompetenz: Einüben von für den Bereich Personal- und Organisationsentwicklung erfolgskritischen Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit, didaktische Kompetenz, Reflexionsfähigkeit	
Inhalt:	
<i>Systemische Personal- und Organisationsentwicklung:</i> Im Modul Systemische Personal- und Organisationsentwicklung erlangen die Studierenden Wissen bezüglich des Themengebietes und wenden dieses im Rahmen von Übungen und der Durchführung eigener Lernheiten an. Themenfelder „Systemische Personal- und Organisationsentwicklung“ • Ziele, Konzepte, Handlungsfelder und Methoden der (strategischen) Personal- und Organisationsentwicklung • Kompetenzen, Kompetenzmodelle, Kompetenzentwicklung	

- Sozialpsychologische, lernpsychologische und didaktische Grundlagen
- Wissen und Lernen aus systemisch-konstruktivistischer Perspektive
- Konzeption und Durchführung von Lerneinheiten anhand des LernZIMMERs (Ziele, Inhalte, Methoden, Medien, Evaluation, Reflexion)
- Lernen und Kompetenzentwicklung auf individueller Ebene, Teamebene und organisationaler Ebene
- Aktuelle Trends und Zukunft der Personal- und Organisationsentwicklung

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Referat (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

Becker, M.: Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2013.

Blum, Urs et.al. (Hrsg.) (2021): Weiterbildungsmanagement in der Praxis: Psychologie des Lernens. Berlin: Springer

Blume, Ramita (2009): Wissen und Lernen – eine systemisch-konstruktivistische Perspektive. Einführung in die theoretischen und praktischen Grundlagen. Saarbrücken: VDM Verlag

Erpenbeck, John und Sauter, Werner (2021): Future Learning und New Work: Das Praxisbuch für gezieltes Werte- und Kompetenzmanagement. Freiburg: Haufe

Kauffeld, Simone (2016): Nachhaltige Personalentwicklung und Weiterbildung: Betriebliche Seminare entwickeln, Erfolg messen und Transfer sichern. 2. Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer

Lippe-Heinrich, Angelika (2019): Personalentwicklung in der digitalisierten Arbeitswelt: Konzepte, Instrumente und betriebliche Ansätze. Wiesbaden: Springer Gabler

Peterke, Jürgen (2021): Personalentwicklung als Managementfunktion: praktische Grundlagen und zukunfts-fähige Konzepte. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Schwuchow, Karheinz und Gutmann, Joachim (Hrsg.) (diverse Jahrgänge): Personalentwicklung: Themen, Trends und best Practices. Freiburg: Haufe

Senge, Peter (2011): Die fünfte Disziplin. Kunst und Praxis der lernenden Organisation. 11. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Stumpf, Siegfried und Thomas, Alexander (Hrsg.) (2003): Teamarbeit und Teamentwicklung. Göttingen u.a.: Hogrefe

Wegerich, Christine (2015): Strategische Personalentwicklung in der Praxis. Instrumente, Erfolgsmodelle, Checklisten, Praxisbeispiele: Berlin: Springer

2.7 Schwerpunktpflichtmodule

2.7.1 Bank-, Finanz- und Investitionswirtschaft

2.7.1.1 Asset Management			
Modulkürzel:	BF!_Asset Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Asset Management		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Asset Management:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Theoretische Vermittlung der Techniken zur Berechnung von Risiko-Ertragskennziffern einzelner Anlagemöglichkeiten sowie deren Kombination in einem Portfolio. Bestimmung optimaler Kombinationsmöglichkeiten im Zwei-Anlagenfall nach gängigen traditionellen und modernen Selektionsansätzen. Analyse der selektierten Portfolios im Ein- und Mehrperiodenkontext. Handlungskompetenz: Analyse der Risiko-Ertragseigenschaften einzelner Anlagemöglichkeiten sowie deren Kombination in einem Portfolio. Anwendung traditioneller und moderner Selektionsmethoden zur Zusammenstellung eines Wertpapierportfolios. Sozialkompetenz: Einzelne Anlagemöglichkeiten beurteilen sowie deren optimale Kombination in einem Wertpapierportfolio ermitteln und darstellen können.			
Inhalt:			
<i>Asset Management:</i> Finanzmathematische Grundlagen, Diskrete vs. Stetige Renditen, Verteilungsparameter von Renditen, Risikomaße, Portfolio-Selection-Modell, Separationstheorem, Capital Asset Pricing Modell, Arbitrage Pricing			

Theory, Taktische, Dynamische und Strategische Asset Allocation, Monte-Carlo-Simulation, Derivative Finanzierungsinstrumente, Portfoliokonstruktion, Portfoliooptimierung, Risikomanagement, Portfolio Insurance. Aktuelle Entwicklungen im Asset Management, Aktive und passive Investmentstrategien. Implementierung der Konzepte im Tabellenkalkulationsprogramm Excel TM.
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.7.1.2 Bankwirtschaft			
Modulkürzel:	BF!_Bankwirtschaft	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler, Andreas Koch (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Sommer- und Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Bankwirtschaft		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Bankwirtschaft:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Vermittlung von praxisorientierten Kenntnissen und Fertigkeiten zu bankwirtschaftlichen Fragestellungen, zur Funktionsweise von Finanzmärkten, zum rechtlichen und institutionellen Rahmen von Kreditinstituten, zu Produkten und Märkten Handlungskompetenz: Veränderungen institutioneller, politischer oder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf den Bankensektor einordnen und beurteilen können			

Sozialkompetenz: Vorgehensweise und Geschäftspolitik der Banken auf ihren Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung und Nachhaltigkeit bewerten können
Inhalt:
<i>Bankwirtschaft:</i> Nationale und internationale Entwicklungen im Kreditwesen, Bankbetriebliche Rahmenbedingungen, Bankenaufsichtswesen, Bank-Controlling und Rechnungswesen, Gestaltungsprinzipien der Aufbau- und Ablauforganisation, Produkte, Märkte und Kundensegmente von Banken.
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
- SCHIERENBECK, Henner, . <i>Ertragsorientiertes Bankmanagement</i>. [. Auflage. Wiesbaden: Gabler. - ACHLEITNER, Ann-Kristin, 2002. <i>Handbuch Investment-Banking</i>. 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-409-34184-6

2.7.1.3 Corporate Finance			
Modulkürzel:	BF!_Corporate Finance	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Schwindler		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Corporate Finance		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Corporate Finance:			

Fach- und Methodenkompetenz: Funktionsweise und Einsatz von traditionellen und modernen Finanzierungsformen einschl. von Finanzderivaten, Finanzanalysen und Finanzplanungsinstrumenten, Vorgehensweise bei der Bonitätsbeurteilung von Unternehmen und zur finanzwirtschaftlichen Risikosteuerung, sowie die modernen Methoden der Unternehmensbewertung und der Investitionsrechnung kennen Handlungskompetenz: Befähigung zum Umgang mit ausgewählten Finanzierungsformen und Risikosenkungstechniken Sozialkompetenz: Konsequenzen unterschiedlicher Finanzierungsformen und -techniken für das langfristige Bestehen von Unternehmen bewerten können
Inhalt:
<i>Corporate Finance:</i> Instrumente der Außen- und Innenfinanzierung, Financial Options, Swaps und Futures, internationale Finanzierungsgesellschaften; Bonitätsbeurteilung anhand von Jahresabschlüssen, Rating- und Scoring-Verfahren; Instrumente der finanzwirtschaftlichen Risikosteuerung (Zins-, Währungs-, Kreditrisiken); der Einfluß von Steuern und Risiko/Unsicherheit auf Investitionsentscheidungen; moderne Verfahren der Unternehmensbewertung.
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
- BREALEY, Richard A., Stewart C. MYERS und Franklin ALLEN, 2017. <i>Principles of corporate finance</i>. T. Auflage. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 978-1-259-25333-1 - PERRIDON, Louis, Manfred STEINER und Andreas W. RATHGEBER, 2017. <i>Finanzwirtschaft der Unternehmung</i>. 17. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5267-9, 3-8006-5267-6

2.7.2 Controlling

2.7.2.1 Controlling I			
Modulkürzel:	CO!_Controlling I	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling I
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Module Kosten- und Leistungsrechnung, Finanz- und Investitionswirtschaft, Buchführung und Bilanzierung
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Controlling I:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erlernen die Grundlagen des Controllings. Sie erlangen einen Überblick über die Aufgaben und Inhalte des Controllings. Sie lernen einzelne Controlling-Instrumente kennen und diese zu beurteilen. Handlungskompetenzen: Die Studierenden können das erlernte Controlling-instrumentarium anwenden. Sie sind in der Lage eine Controlling-Konzeption zu erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, Aufgaben im Bereich der Planung, Steuerung, Kontrolle wahrzunehmen und das Management mit führungsrelevanten Informationen zu versorgen. Sozialkompetenz: Die Studierenden verstehen den Controller als Berater und Coach des Managements. Sie erlernen im Rahmen der Gruppenarbeiten soziales Miteinander und Gruppenverhalten. Im Vordergrund stehen Rhetorik, Präsentationsfähigkeit und Teamverhalten. Die Studierenden erfüllen ihre Fallstudien eigenverantwortlich und erwerben Kompetenzen im Bereich des Selbstlernens. Die Studierenden begreifen Controlling als Einheit aus Rationalität und Emotionalität.	
Inhalt:	
<i>Controlling I:</i> 16. Einführung - Ursprung des Controlling - Begriffliche Abgrenzung - Controlling Konzeptionen - Zentrale Aufgaben - Regelkreis - Kybernetik - Abgrenzung zum Rechnungswesen 17. Koordination	

- a. Führungsprozess
- b. Koordinationsmechanismen
- c. Ziele und Zielbildung
- 18. Informationsversorgung
 - a. Begriffliche Grundlagen
 - b. Struktur der Informationsversorgungsaufgabe
 - c. Menschliche Informationssysteme
 - d. Anforderungen an die Informationsbereitstellung
 - e. Informationstechnische Grundlagen
- 19. Externe Rechnungslegung
 - a. Begriffliche Grundlagen
 - b. Grundlagen der externen Rechnungslegung
 - c. Unterschiede zwischen deutscher und internationaler Rechnungslegung
 - d. Externe Rechnungslegung als Controlling-Grundlage
 - e. Entwicklungen auf dem Gebiet der Rechnungslegung
- 20. Kennzahlen und Kennzahlensysteme
 - a. Begriffliche Grundlagen
 - b. Arten und Funktionen von Kennzahlen
 - c. Ausgewählte Kennzahlensysteme
- 21. Verrechnungspreise
 - a. Begriffliche Grundlagen
 - b. Funktionen und Ziele
 - c. Methoden zur Ermittlung
- 22. Berichtswesen
 - a. Begriffliche Grundlagen
 - b. Gestaltungsdimensionen
 - c. Inhalte der Berichte und Beispiele
- 23. Planung und Kontrolle
 - a. Begriffliche Grundlagen
 - b. Operative Planung und Kontrolle
 - c. Taktische Planung und Kontrolle
 - d. Strategische Planung und Kontrolle
- 24. Gestaltung des Controlling
 - a. Ausgewählte Fragestellungen
 - b. Trends im Controlling

Studien- / Prüfungsleistungen:**Studienarbeit**

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

Literatur:

- GOTTMANN, Juliane, 2019. *Produktionscontrolling: Wertströme und Kosten optimieren*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ISBN 978-3-658-22537-7, 3-658-22537-8
- HORVÁTH, Péter, Ronald GLEICH und Mischa SEITER, 2015. *Controlling*. 13. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-4955-6, 3-8006-4955-1
- KREMIN-BUCH, Beate, 2013. *Strategisches Kostenmanagement: Grundlagen und moderne Instrumente ; mit Fallstudien*. 4. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-0329-7
- KÜMPEL, Thomas, Kay SCHLENKRICH und Thomas HEUPEL, 2019. *Controlling & Innovation 2019: Digitalisierung*. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-23473-7
- WEBER, Jürgen und Utz SCHÄFFER, 2020. *Einführung in das Controlling*. 16. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3573-4
- LANGMANN, Christian, 2019. *Digitalisierung im Controlling*. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-25017-1
- OEHLER, Karsten, Juli 2019. *Advanced Analytics für Controller: einsetzbare Anwendungen zum Nachbauen mit R*. 1. Auflage. Freiburg ; München ; Stuttgart: Haufe Group. ISBN 978-3-648-11749-1
- VOLLMUTH, Hilmar J., 2017. *Controllinginstrumente*. 6. Auflage. Freiburg im Breisgau: Haufe. ISBN 978-3-648-10866-6
- WEBER, Jürgen und Utz SCHÄFFER, 2016. *Einführung in das Controlling*. 15. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3573-4
- WEBER, Jürgen und Daniel STEIN, 2019. *Online-Controlling: Konzept, Aufgabenfelder und Instrumente*. 1. Auflage. Weinheim: Wiley. ISBN 978-3-527-82462-5

2.7.2.2 Controlling II

Modulkürzel:	CO!_Controlling II	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller (verantwortl.) / Dr. Christoph Feichtinger (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Controlling II
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Module Controlling und Kostenmanagement, Finanz- und Investitionswirtschaft, Buchführung und Bilanzierung
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Controlling II:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erlernen weiterführende Inhalte des Controllings. Sie vertiefen ihr Wissen über die Aufgaben und Inhalte des Controllings. Sie lernen einzelne Controlling-Instrumente genauer kennen und können diese beurteilen. Handlungskompetenzen: Die Studierenden können das erlernte Controlling-Instrumentarium anwenden. Sie sind in der Lage eine Controlling-Konzeption zu erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, Aufgaben im Bereich der Planung, Steuerung, Kontrolle wahrzunehmen und das Management mit führungsrelevanten Informationen zu versorgen. Sozialkompetenz: Die Studierenden verstehen den Controller als Berater und Coach des Managements. Sie erlernen im Rahmen der Gruppenarbeiten soziales Miteinander und Gruppenverhalten. Im Vordergrund stehen Rhetorik, Präsentationsfähigkeit und Teamverhalten. Die Studierenden erfüllen ihre Fallstudien eigenverantwortlich und erwerben Kompetenzen im Bereich des Selbstlernens. Die Studierenden begreifen Controlling als Einheit aus Rationalität und Emotionalität. Controlling kümmert sich um Veränderungen (Change Agent) und um Problembeweglichkeit (Agilität). Ständige Anpassungsfähigkeit und Neuausrichtung des Geschäftsmodells wird zur fortwährenden strategischen Aufgabe.	
Inhalt:	
<i>Controlling II:</i> 25. Einstieg in das Controlling a. Bedeutung des Controlling für KMU-Betriebe b. Teilbereiche des Controlling c. Ausgewählte Controlling-Instrumente 26. Schritte zur Unternehmensplanung	

a. Planung der Unternehmensziele b. Durchgängige Unternehmenszielplanung und Planungsarten c. Erfolgsfaktoren mittelständischer Spitzenunternehmen 27. Ausgewählte Controlling-Themen a. Kostencontrolling im Unternehmen b. Wertorientierte Unternehmensführung c. Vertriebscontrolling d. Qualitätscontrolling 28. Strategische Management a. Bausteine und Perspektiven des strategischen Managements b. Instrumente des strategischen Managements
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• WEBER, Jürgen und Utz SCHÄFFER, 2020. <i>Einführung in das Controlling</i>. 16. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-4333-3 • KAPLAN, Robert S. und Péter HORVÁTH, 2009. <i>Balanced Scorecard - Unternehmen erfolgreich steuern ; mit Fallstudie: das Beste aus dem Harvard Businessmanager</i>. [2. Auflage. Hamburg: Manager-Magazin-Verl.-Ges.. ISBN 978-3-935577-29-8 • KRALICEK, Peter, Florian BÖHMDORFER und Günther KRALICEK, 2013. <i>Kennzahlen für Geschäftsführer: Bilanzanalyse und Jahresabschlusszenarien ; Controlling und Cash-Management ; Investitionsentscheidungen und Unternehmensbewertungen</i>. 6. Auflage. München: mi-Fachverl.. ISBN 978-3-636-03122-8, 3-636-03122-8 • ZIEGENBEIN, Klaus, 2006. <i>Kompakt-Training Controlling</i>. 3. Auflage. Ludwigshafen (Rhein): Kiehl. ISBN 3-470-49773-7, 978-3-470-49773-0 • C.H.BECK IN GEMEINSCHAFT MIT DEM VERLAG FRANZ VAHLEN , , . Controlling Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmenssteuerung. In: <i>Controlling Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmenssteuerung</i>. • ANWANDER, Armin, 2002. <i>Strategien erfolgreich verwirklichen: wie aus Strategien echte Wettbewerbsvorteile werden</i>. 2. Auflage. Berlin [u.a.]: Springer. ISBN 3-540-42445-8 • BEA, Franz Xaver und Jürgen HAAS, 2019. <i>Strategisches Management</i>. 10. Auflage. München: UVK Verlag. ISBN 978-3-8385-8753-0 • BECKER, Fred G., 2018. <i>Strategische Unternehmensführung: eine Einführung : mit zahlreichen Abbildungen, Aufgaben und Lösungen</i>. 5. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. ISBN 978-3-503-18131-5, 3-503-18131-8

- CAMPHAUSEN, Bernd, ©2013. *Strategisches management: planung, entscheidung, controlling*. 3. Auflage. Munich, Germany: Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-73586-4, 3-486-73586-1
- DILLERUP, Ralf und Roman STOI, 2020. *Unternehmensführung: Management & Leadership*. 6. Auflage. München: Vahlen, Franz. ISBN 978-3-8006-6338-5, 3-8006-6338-4
- GESTRING, Ingo und andere, 2016. *Ethik im Mittelstand: Grundlagen und Instrumente zur praktischen Umsetzung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. ISBN 978-3-658-09552-9, 978-3-658-09551-2
- KEUPER, Frank, 2001. *Strategisches Management*. München [u.a.]: Oldenbourg. ISBN 3-486-25575-4
- MATZLER, Kurt, Julia MÜLLER-SEEGER und Todd A. MOORADIAN, 2011. *Strategisches Management: Konzepte und Methoden*. Wien: Linde. ISBN 978-3-7143-0131-1
- MÜLLER, Jochem, 1997. *Strategische Wertsystem-Allianzen*. Bayreuth: Verl. PCO. ISBN 3-931319-26-1
- MÜLLER, Jochem und Jürgen RIPPEL, 2011. *Crea Leadership: der kreative Weg zur Innovation*. 1. Auflage. Ansbach: Marketia Publishing. ISBN 978-3-98-146180-0, 3-98-146180-0
- RASCHE, Christoph, 1994. *Wettbewerbsvorteile durch Kernkompetenzen: ein ressourcenorientierter Ansatz*. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.. ISBN 3-8244-6018-1
- VOLLMUTH, Hilmar J., 1994. *Controlling-Instrumente von A-Z*. 2. Auflage. Planegg/München: WRS, Verl. Wirtschaft, Recht und Steuern. ISBN 3-8092-1080-3
- WAGNER, Richard, 2007. *Strategie und Managementwerkzeuge*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-2719-7, 3-7910-2719-0
- WELGE, Martin K., Andreas AL-LAHAM und Marc EULERICH, 2017. *Strategisches Management: Grundlagen - Prozess - Implementierung*. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-10647-8, 3-658-10647-6

2.7.2.3 Kostenrechnung

Modulkürzel:	CO!_Kostenrechnung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jochem Müller, Georg Koch (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kostenrechnung
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Kostenrechnung:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Vertiefung der Kenntnisse wesentlicher Kostenrechnungsverfahren Handlungskompetenz: Anwendung von Lösungsansätzen auch für umfangreichere kostenrechnerische Fragestellungen Sozialkompetenz: Erlangung von Fertigkeiten, auch komplexere kostenrechnerische Lösungsansätze im Unternehmen plausibel erklären zu können.	
Inhalt:	
<i>Kostenrechnung:</i> Ausgewählte Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung z.B. Target Costing, Target Pricing, Prozesskostenrechnung etc.; Fallstudien und Übungen.	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• COENENBERG, Adolf Gerhard, Thomas M. FISCHER und Thomas GÜNTHER, 2016. <i>Kostenrechnung und Kostenanalyse</i>. 9. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3613-7 • SERFLING, Klaus, 1993. <i>Fälle und Lösungen zur Kostenrechnung</i>. 4. Auflage. Herne [u.a.]: Verl. Neue Wirtschafts-Briefe. ISBN 3-482-76144-2 • BECKER, Jörg, 1996. <i>Münsteraner Fallstudien zum Rechnungswesen und Controlling</i>. München u.a.: Oldenbourg. ISBN 3-486-23134-0	

- STEGER, Johann, 2006. *Kosten- und Leistungsrechnung*. 4. Auflage. München ; Wien: Oldenbourg. ISBN 3-486-58136-8

2.7.3 Digital Business

2.7.3.1 Agile Softwareentwicklung			
Modulkürzel:	WI!_Agile Softwareentwicklung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Wolf Knüpfper, Hr. Riedel		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Agile Softwareentwicklung		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz Die Studierenden beherrschen moderne Modellierungs- und Projektmanagementmethoden und die zugehörigen Werkzeuge der modellgetriebenen, agilen Softwareentwicklung in Theorie und Praxis. Sie sind in der Lage, diese in kleinen bis mittelgroßen Softwareentwicklungsprojekten fachgerecht einzusetzen, so dass anhand differenzierter Modelle eine detaillierte Spezifikation und deren effiziente Umsetzung in Softwarelösungen erfolgen kann. Die Studierenden kennen potentielle Probleme von Softwareentwicklungsprojekten und verfügen über Methodenwissen den Softwareentwicklungsprozess zu begleiten und effektiv zu gestalten. Handlungskompetenz Die Studierenden besitzen die Fähigkeit in allen Phasen eines Softwareentwicklungsprozesses aktiv mitzuwirken. Sie können die wichtigsten Werkzeuge bedienen und sich ggf. kurzfristig in artverwandte Werkzeuge einarbeiten. Sie sind in der Lage die Aufgaben im Team fachgerecht zu verteilen und den Entwicklungsfortschritt kritisch zu bewerten. In diesem Rahmen können von den Studierenden die wichtigsten Dokumente eines Softwareentwicklungsprozesses erstellt werden. Sozialkompetenz Die Studierenden können über einen längeren Zeitraum im Team an einer umfassenden Problemstellung			

arbeiten und sich dabei selbst organisieren, bzw. sich in vorgegebene Strukturen einfinden. Die Studierenden sind fähig Krisensituationen im Projekt(-team) zu erkennen und mit den KollegInnen konstruktiv zu klären. Die Studierenden verstehen es, die erarbeiteten Ergebnisse einem Fachpublikum überzeugend zu präsentieren.	
Inhalt:	
• Darstellung aller wesentlichen Themengebiete der Softwaretechnik im Zusammenhang, • Vorgehensmodelle zur SW-Entwicklung (Wasserfallmodell, Spiralmodell, RUP, agile Softwareentwicklung, Anforderungen und Methoden der Webentwicklung etc.), • Werkzeuge der Softwaretechnik (IDE, Versionsverwaltung, SCM, etc.), • Werkzeuge für die Webentwicklung • Modellierung und Generierung von Softwaresystemen (UML, MDA, Software Factories), • Muster der Softwareentwicklung (Pattern), • Strategien des Testens von Software, • Einführung in eine Softwareentwicklungsumgebung, • Abwicklung eines Beispielprojekts im Team (2-5 Pers.)	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
schriftliche Prüfung, 90 Minuten + Studienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen Wiesbaden. Vieweg Verlag. 8. Auflage 2017, ISBN: 3658171782 • Knüpfner, W. (Hrsg.): Integration mobiler IT-Systeme; Einsatzfelder – Management – Strategie. Erich Schmidt Verlag 2017, ISBN: 978-3-503-17156-9 Ian Sommerville, "Software Engineering", Reihe Pearson Studium, Addison-Wesley, 9. Aktualisierte Auflage. 2012, ISBN: 978-3868940992 • Bunse, von Knethen: "Vorgehensmodelle kompakt", 2. Auflage, Spektrum akademischer Verlag, 2008, ISBN: 9783827419507 • Essigkrug, Mey: "Rational Unified Process kompakt", 2. Auflage, Spektrum akademischer Verlag, 2007, ISBN: 9783827418364 • Eilebrecht, Starke: "Patterns kompakt", 2. Auflage, Spektrum akademischer Verlag, 2007, ISBN: 9783827415912 • Balzert: "UML2 kompakt", 2. Auflage, Spektrum akademischer Verlag, 2005, ISBN: 3827413893 • Tom DeMarco, Timothy R. Lister: „Wien wartet auf Dich! –Der Faktor Mensch im DV-Management“ (engl. „Peopleware“), 2. Auflage, Hanser Verlag, ISBN: 3446212779	

2.7.3.2 New Economy			
Modulkürzel:	WI!_NewEconomy	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Wolf Knüpffer
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	New Economy
Lehrformen des Moduls:	SU - seminaristischer Unterricht
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach-, Methoden- und Handlungskompetenz Das Modul gliedert sich in zwei Teile: Betriebswirtschaftslehre (BWL) und New Economy. Im Teil BWL werden zunächst die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre vermittelt und die Grundkenntnisse für das Verständnis betriebswirtschaftlich fundierten Denkens und Handelns gelegt. Im Teil New Economy werden darauf aufbauend wesentliche Veränderungen durch den zunehmenden Einsatz digitaler Technologien in den Unternehmen und der Gesellschaft (digitale Transformation) aufgezeigt und grundlegende Fähigkeiten zur Bewertung und effektiven ökonomischen Nutzung erkennbarer Entwicklungen in diesem Bereich vermittelt.	
Inhalt:	
• Von Web 1.0 bis Web 3.0, • Neue Geschäftsmodelle und Unternehmensformen der New Economy, • Treiber und Effekte der digitalen Transformation, • Vom Produkt zum Smart Service und Internet der Dinge, • Digitale Disruption, • Consumeration – Wechselwirkungen privater und geschäftlicher IT-Nutzung, • Management der digitalen Transformation	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• Schüller, A. / Steffen, A.: Fit für die Next Economy: Zukunftsfähig mit den Digital Natives. Wiley-VCH Verlag GmbH 2017 • Knüpffer, W (Hrsg.): Integration mobiler IT-Systeme; Einsatzfelder – Management – Strategie. Erich Schmidt Verlag 2017	

2.7.4 Internationale Betriebswirtschaft

2.7.4.1 Außenwirtschaft			
Modulkürzel:	BW-IB!_Außenwirtschaft	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Barbara Hedderich		
Sprache:	Deutsch und/oder Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Außenwirtschaft		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Volkswirtschaftslehre		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Außenwirtschaft:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erarbeiten sich Einblicke in die ökonomischen Zusammenhänge im Bereich internationaler und hier besonders europäischer Wirtschaftsbeziehungen. Konzepte wie Leitbild der Außenwirtschaftspolitik, ökonomische Integration und internationale Wettbewerbsfähigkeit stehen hier im Mittelpunkt. Vertiefende Einsichten sollen in Bezug auf die Entwicklung und die Funktionsweise internationaler Institutionen im Wirtschaftsbereich (Bretton Woods, WTO, EU) gewonnen werden. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage Argumentationen im wirtschaftspolitischen Umfeld zu verstehen und zu beurteilen. Sie können das wirtschaftspolitische Umfeld ihres Unternehmens im Rahmen der globalen Wirtschaftsverflechtungen analysieren und damit vertieft verstehen. Sozialkompetenz: Erhöhung der Teamfähigkeit durch Lösung verschiedener Anforderung in Kleingruppen, wie z.B. Vorbereiten einer Presseschau und Lösung von Fallstudien.			
Inhalt:			
<i>Außenwirtschaft:</i>			

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Außenhandels und der ökonomischen Integration, theoretische Grundlagen und ordnungspolitische Instrumente, ausgewählte Aspekte aktueller ökonomischer Fragestellungen im Bereich der EU bzw. der Weltwirtschaft
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 120 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• KRUGMAN, P. und M. OBSTFELD, . <i>Internationale Wirtschaft, Theorie und Politik der Außenwirtschaft</i>. • PELKMAN, J., . <i>European Integration. Methods and Economic Analysis</i>. • ROSE, K. und K. SAUERNEIMER, . <i>Theorie der Außenwirtschaft</i>.

2.7.4.2 Internationales Management			
Modulkürzel:	IB!_Int. Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Skripek		
Sprache:	Deutsch und/oder Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Internationales Management		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fachkompetenz: Kenntnis der unterschiedlichen Aspekte von Internationalisierung. Warum Internationalisierung? Chancen und Risiken der Internationalisierung- Hedging dieser Risiken. Hierbei wird stets ein Perspektivwechsel zwischen Internationalisierung im Konzern im Vergleich zum KMU gemacht. Die Studierenden lernen unterschiedliche Theorien der Internationalisierung kennen. Ein Focus dabei liegt auf			

der Entwicklung einer Internationalisierungsstrategie. Dabei werden Analyse- und Umsetzungstechniken erlernt. Darüber hinaus lernen die Studierenden die klassische Geschäftsmodell-Theorien (z.B. Canvas / Stähler etc.) sowie deren Nutzung für Analyse, Kommunikation und Innovation kennen.

Handlungskompetenz: (professional skills)

Die Studierenden wenden erlernte Modelle/ Instrumente in konkreten Fallstudien an, um eine wettbewerbsfähige Strategie bzw. Schritte der Internationalisierung zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Instrumente des Strategieprozesses ebenso wie Techniken der Geschäftsmodellierung. Dem Thema Generierung von Innovation wird eine zentrale Bedeutung zugemessen. Die Studierenden erwerben Fähigkeiten von der Analyse, der Auswahl bestimmter Märkte bis zur konkreten Umsetzung (Markteintritt) einer Internationalisierungsentscheidung.

Sozialkompetenz: (social skills)

Die erlernten Instrumente werden in unterschiedlichen Fallstudien angewendet. Konkret heißt das, es müssen Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt getroffen werden. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) und Präsentationsfähigkeit zu Fragestellungen der Internationalisierung eines Unternehmens werden ausgeprägt. Hierbei liegt ein Fokus auf der Vorbereitung von Entscheidungsvorlagen für Top Entscheider.

Inhalt:

Grundlagen für internationales Management

- Chancen und Risiken der Internationalisierung sowie deren Absicherung
- Formen der Internationalisierung
- Managementorientierte Konzepte des internationalen Wettbewerbs

Grundlagen Strategie und Strategieprozess

1. Strategische Analyse

1. Interne Analyse
2. Externe Analyse-> Portfolio Technik, Porter Diamant, 5 Forces, Pestel etc.
3. Zusammenfassende Analyse

2.) Strategieimplementierung mit der Balanced Scorecard

3.) Anwendung von Geschäftsmodellen in der Unternehmensstrategie

- a.) Grundlagen Geschäftsmodelle sowie Verbindung Strategie & Geschäftsmodell
- b.) Nutzung von Geschäftsmodellen zur Generierung von Innovation
- c.) Blue ocean Strategie

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 120 Minuten

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

Literatur:

Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit; Theissen, M.; 2017.

2.7.5 Marketing

2.7.5.1 Angewandtes Marketing			
Modulkürzel:	MK!_Angewandtes Marketing	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Dr. Jürgen Rippel		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Angewandtes Marketing		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Angewandtes Marketing:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erlernen ihre Marketing-Kenntnisse mit Hilfe von konkreten Fallstudien praktisch umzusetzen. Handlungskompetenz: Die Studierenden arbeiten selbständig in Arbeitsgruppen. Sie erarbeiten eigenständige Lösungen für konkrete Marketingfragestellungen. Sie sind in der Lage, ihre Ergebnisse multimedial zu präsentieren und zu dokumentieren; die Studierenden trainieren ihre Präsentationsfähigkeit und Redetechnik. Sozialkompetenz: Die Studierenden arbeiten in Arbeitsgruppen und erleben gruppendynamische Prozesse. Die Kursteilnehmer entwickeln Teamgeist und Teamfähigkeit; sie protokollieren ihre Teamsitzungen.			
Inhalt:			
<i>Angewandtes Marketing:</i> • Wechselnde Themenstellungen aufgrund der zugrunde gelegten Fallstudien; • Themenschwerpunkte werden im Gespräch mit den Auftraggebern erarbeitet; • Analyse des Aufgabenfeldes; Erarbeitung einer Konzeption; • Erstellung eines Projektberichtes mit modernen Medien; • Präsentation der Projektergebnisse vor den Auftraggebern mit modernen Präsentationsmedien.			

Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.7.5.2 Kernkompetenzen in Marketing-Projekten			
Modulkürzel:	MK!_Kernkompetenzen in Marketingprojekten	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Dr. Jürgen Rippel, Claudia Kucharski (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		105 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kernkompetenzen in Marketing-Projekten		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Kernkompetenzen in Marketing-Projekten:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden beherrschen theoretische Grundlagen der Kommunikation und Präsentation. Handlungskompetenz: Die Studierenden können das erworbene Fach- und Methodenwissen in praktischen Rhetorik- und Präsentationsübungen umsetzen; Sozialkompetenz: Die Studierenden entwickeln ihre persönlichkeitsorientierten Qualifikationen durch Gruppenübungen, Gesprächsrunden und gemeinsame Rede- und Präsentationsübungen.			
Inhalt:			
<i>Kernkompetenzen in Marketing-Projekten:</i>			

1. Vorstellungs-Interview 2. Freie Rede 2.1 Rhetorische Grundkenntnisse 2.2 Bedeutung der Stimme 2.3 Lautstärke, Sprechtempo, Modulation, Artikulation 2.4 Satz-Bogen, Satz-Sinn und Satz-Inhalt 2.5 Mimik, Gestik 2.6 Blickkontakt und Haltung 2.7 Lampenfieber 2.8 Mentale Hygiene 2.9 Rhetorik-Übung 2.10 Video-Analyse 3. Professionelles Präsentieren 3.1 Vorbereitung 3.2 Auftritt, Motivation, Begeisterung 3.3 Visualisierung 3.4 technische Hilfsmittel 3.5 Video-Analyse 4. Improvisations-Theater 4.1 Praktische Übungen 4.2 Video-Analyse
Studien- / Prüfungsleistungen:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.7.5.3 Marktforschung			
Modulkürzel:	MK!_Marktforschung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Dr. Jürgen Rippel
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Marktforschung
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Marktforschung:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erlernen die Grundlagen der Marktforschung anhand von praktischen Projekten. Die Studierenden verstehen den grundsätzlichen Aufbau und den Ablauf von Marktforschungsprojekten. Sie erhalten die Grundlagen des Projektmanagements für Marketing-Projekte. Handlungskompetenz: Die Studierenden bearbeiten eigenverantwortlich praktische Fälle der Marktforschung. Die Studierenden können ihre Arbeit in Form eines Marktforschungsberichtes dokumentieren. Sozialkompetenz: Die Studierenden erwerben im Rahmen der Projektarbeit Fähigkeiten auf dem Gebiet der Teamfähigkeit, Projektorganisation, Rhetorik und Präsentationstechnik.	
Inhalt:	
<i>Marktforschung:</i> • Einführung und Vortrag durch den Dozenten; • Briefing durch die Auftraggeber; • Informationsphase; Kreativphase; • Problemlösungsphase; • Zwischenpräsentation; • Abschlusspräsentation; • Dokumentation durch Projektbericht;	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

2.7.6 Mittelstandsmanagement**2.7.6.1 Kompetenzmanagement und Entwicklung sozialer Kompetenzen**

Modulkürzel:	Kompetenzmanagement und Entwicklung sozialer Kompetenzen	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Magdalena Molina	
Sprache:	Deutsch	
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS	
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h
	Selbststudium:	105 h
	Gesamtaufwand:	150 h
Moduldauer:	1 Semester	
Häufigkeit:	nur Sommersemester	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kompetenzmanagement und Entwicklung sozialer Kompetenzen	
Lehrformen des Moduls:	SU - Seminaristischer Unterricht	
Teilnahmevoraussetzung:	gem. SPO bzw. Studienplan	
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine	
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse:		
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden kennen die Grundlagen des Kompetenzmanagements, wie beispielsweise Qualitätskriterien von Kompetenzmodellen oder Methoden der Kompetenzdiagnostik. Sie kennen unterschiedliche theoretische Grundlagen, Ansätze und Methoden der Kommunikationslehre sowie der Teamzusammenstellung und -entwicklung. Zudem sind ihnen Coachinganlässe und -methoden bekannt und sie können Coaching anderen Beratungsformen gegenüber abgrenzen. Die Studierenden können Konfliktarten und -stufen unterscheiden und kennen Methoden der Mediation. Persönlichkeits- / Sozialkompetenz: In themenbezogenen Projektaufgaben entwickeln die Studierenden ihre sozialen Kompetenzen weiter. Sie reflektieren ihren persönlichen Kommunikations- und Konfliktstil und üben wirkungsvolle Gesprächstechniken ein. Zudem analysieren die Studierenden, welche Rollen sie in Gruppenarbeiten einnehmen und inwiefern diese zur Zielerreichung beitragen. Handlungskompetenz:		

Die Studierenden sind in der Lage, Kompetenzmodell zu erstellen und Methoden der Kompetenzdiagnostik anzuwenden. Sie können Modelle und Methoden der Kommunikationslehre praktisch anwenden, Teamzusammenstellungen analysieren und passende Teamentwicklungsansätze identifizieren. Sie können Coachinganlässe identifizieren, Auftragsklärungsgespräche durchführen und die Eignung eines Coachs für diesen Anlass beurteilen. Zudem können Sie beurteilen, wann welche Form der Konfliktintervention angebracht ist und die hierfür notwendigen Schritte identifizieren.

Inhalt:

In diesem Modul erhalten die Studierenden einen Überblick über die Grundlagen des Kompetenzmanagements. Anschließend werden die für Wirtschaftspsycholog:innen wichtigen Kompetenzen Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Konfliktfähigkeit theoretisch aufbereitet und praktisch eingeübt. Sie lernen unterschiedliche Kommunikationstypen kennen und analysieren Ihr eigenes Kommunikationsverhalten vor diesem Hintergrund. Sie reflektieren die Grundlagen der Kommunikation (z.B. nach Watzlawick, Schulz von Thun, Rogers) sowie wirkungsvolle Gesprächstechniken (wie z.B. gewaltfreie Kommunikation nach Rosenberg) und üben diese im Rahmen des Moduls ein. Ebenso werden die Studierenden in die Themen Coaching, Konfliktberatung und Mediation eingeführt und erhalten praxisorientierte Anleitungen (z.B. zur Durchführung eines Auftragsklärungsgespräch, Umgang mit unterschiedlichen Konfliktstilen) und Fragetechniken an die Hand, die Sie gemeinsam umsetzen und trainieren.

- Kompetenzklassen und Kompetenzmodelle
- Kompetenzmanagement
- Kommunikationsmodelle und -typologie
- Gesprächsführung, Gewaltfreie Kommunikation
- Teamregeln, Teamrollen, Teamentwicklungsuhr, Merkmale von High-Performance-Teams
- Sitzungsplanung und -durchführung
- Coachinganlässe und -methoden
- Konfliktmanagement und Mediation

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit + Präsentation, 12-15 Seiten, ca. 15 Min.

Literatur:

- Birkenbihl, V. F. (2013). *Kommunikationstraining – Zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten*. mvg Verlag.
- Birkenbihl, V. F. (2005). *Psycho-Logisch richtig verhandeln*. mvg Verlag.
- Capezio, P. (1998). *Erfolgreiche Teams. Machen Sie Ihr Team produktiv und schlagfertig*. Career Press.
- Glasl, F. (2013). *Konfliktmanagement – ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater*. Paul Haupt Verlag.
- Marmet, O. (1999). *Ich und du und so weiter. Kleine Einführung in die Sozialpsychologie*. Beltz Verlag.
- Schulz von Thun, F. (2003). *Miteinander Reden 1. Störungen und Klärungen*. Rororo Sachbuch.
- Schulz von Thun, F. (2003). *Miteinander Reden 2. Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung*. Rororo Sachbuch.

2.7.6.2 Operational Excellence			
Modulkürzel:	MI!_Operational Excellence	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Stefan Slama		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Operational Excellence		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Allgemeine und fachspezifische Pflichtmodule		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Teilnehmer kennen die Prinzipien und Möglichkeiten von Lean Management und Wertschöpfungs-exzellenz als richtungsweisende Philosophie. Die Teilnehmer kennen und beherrschen die wesentlichen Zusammenhänge der Philosophie, Methoden und Instrumente der schlanken Produktion und Administration. Sie konzipieren verlustfreie Prozesse und gestalten z.B. produktive und logistische Ketten im Unternehmen durch Orientierung an der Engpasssteuerung Handlungskompetenz: Die Teilnehmer setzen die Methoden und Instrumente ein zur Umsetzung von Lean Operations im Unternehmen. Sie kennen die Methode und sind in der Lage selbständig entsprechende Standards zu implementieren. Sie haben die Fähigkeit zur Anwendung der Methoden und Instrumente der schlanken Produktion und Administration, der Prozessoptimierung und Enterprise Excellence. Sozialkompetenz: Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der logistischen, produktionstechnischen und prozessualen Abläufe zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage die Philosophie der schlanken Unternehmen zu vermitteln. Sie besitzen die Fähigkeit zur Führung und Begleitung von Veränderungsprozessen, auch und gerade im Bereich des Mittelstands.			
Inhalt:			
Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Übungen und Gruppenarbeiten. Dabei werden Inhalte zu folgenden Themen bearbeitet, diskutiert, trainiert und kritisch hinterfragt: - Unternehmensführung aus Sicht der Leistungserstellung - Erfolgsmethoden für nachhaltige Wettbewerbsvorteile			

- Lean Enterprise, Lean Management, Lean Thinking
- Wertschöpfungsexzellenz als richtungsweisende Philosophie
- Einführung in die schlanke Produktion
- Stabile Prozesse und Bereitschaft für Veränderung (Change-Management)
- Die Rolle des Menschen im schlanken Unternehmen
- Wertstrom und Wertstromanalyse bzw. Makigami und Prozessorganisation
- Erzeugung prozessübergreifender fließender Prozesse
- Strukturierte Problemlösung systematisch angehen
- Methoden und Instrumente der kontinuierlichen Verbesserung
- Standardisierung von Prozessen und Verfahren
- Nullfehlerstrategie und Fehlerfrüherkennung durch visuelles Management
- Schulung und Trainingsstrategien

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

- MAGENHEIMER, Kai Alexander, 2014. *Lean Management in indirekten Unternehmensbereichen: Modellierung, Analyse und Bewertung von Verschwendung*.
- LUNAU, Stephan und Renata MERAN, 2014. *Six Sigma + Lean Toolset: Mindset zur erfolgreichen Umsetzung von Verbesserungsprojekten*. 5. Auflage. Berlin [u.a.]: Springer Gabler. ISBN 978-3-662-44614-0, 978-3-662-44613-3
- HELMOLD, Marc, 2020. *Lean management and kaizen: fundamentals from cases and examples in operations and supply chain management*. Cham, Switzerland: Springer. ISBN 978-3-030-46980-1
- HÄNGGI, Roman, André FIMPEL und Roland SIEGENTHALER, 2021. *LEAN Production - einfach und umfassend: ein praxisorientierter Leitfaden zu schlanken Prozessen mit Bildern erklärt*. Berlin: Springer Vieweg. ISBN 978-3-662-62701-3
- GORECKI, Pawel und Peter PAUTSCH, 2021. *Lean Management*. 6. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-46923-5
- GORECKI, Pawel und Peter PAUTSCH, 2018. *Praxisbuch Lean Management: der Weg zur operativen Excellence*. 3. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45526-9, 3-446-45526-4
- BERTAGNOLLI, Frank, 2020. *Lean Management: Einführung und Vertiefung in die japanische Management-Philosophie*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ISBN 978-3-658-31239-8, 3-658-31239-4
- BRENNER, Jörg, 2018. *Lean Production: praktische Umsetzung zur Erhöhung der Wertschöpfung*. 3. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45664-8, 3-446-45664-3

- BRUNNER, Franz J., 2017. *Japanische Erfolgskonzepte: KAIZEN, KVP, Lean Production Management, Total Productive Maintenance, Shopfloor Management, Toyota Production System, GD3 - Lean Development*. 4. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45428-6, 3-446-45428-4
- ERLACH, Klaus, 2020. *Wertstromdesign: der Weg zur schlanken Fabrik*. 3. Auflage. Berlin: Springer Vieweg. ISBN 978-3-662-58906-9, 3-662-58906-0
- KÜNZEL, Hansjörg, 2016. *Erfolgsfaktor Lean Management 2.0: wettbewerbsfähige Verschlankeung auf nachhaltige und kundenorientierte Weise*. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3-662-49751-7, 3-662-49751-4
- ŌNO, Taiichi, 2013. *Das Toyota-Produktionssystem: [das Standardwerk zur Lean Produktion]*. 3. Auflage. Frankfurt /Main [u.a.]: Campus-Verl.. ISBN 978-3-593-39929-4, 978-3-593-42375-3
- ROTHER, Mike und John SHOOK, 2020. *Sehen lernen: mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen*. Deutsche Ausgabe, Version 1. Auflage. Mannheim: Lean Management Institut. ISBN 3-9809521-1-8, 978-3-9809521-1-8
- SCHMEISSER, Wilhelm und Daniel STOEFF, 2019. *Vom Lean Management zur Digitalisierung*. 2. Auflage. München: UVK Verlag. ISBN 978-3-86764-897-4, 3-86764-897-2

2.7.7 Organisation und Management

2.7.7.1 Aktuelle Organisations- und Managementkonzepte			
Modulkürzel:	OM!_Akt. Orga- und Managementkonzepte	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Aktuelle Organisations- und Managementkonzepte
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Organisation (FPM 2040)
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Aktuelle Organisations- und Managementkonzepte:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Vertiefte Kenntnis über ein ausgewähltes aktuelles Thema aus dem Bereich Organisation und Management. Vergleich der wesentlichen Aspekte des eigenen Themas mit anderen relevanten Themenstellungen sowie Einordnung der Themen in den organisationalen Kontext. Handlungskompetenz: Erarbeiten eines fachbezogenen Themas unter Anleitung, Aufbereitung des Themas und Präsentation, Entwickeln einer eigenen Stellungnahme zur fachlichen und anwendungsbezogenen Einordnung des Themas. Erstellen einer Studienarbeit nach wissenschaftlichen Kriterien. Sozialkompetenz: Erstellen einer zielgruppengerechten Präsentation, Vorstellen der erarbeiteten Ergebnisse im Rahmen der Präsentation, Führen einer Fachdiskussion zum Thema.	
Inhalt:	
<i>Aktuelle Organisations- und Managementkonzepte:</i> Aktuelle Themen aus dem Bereich Organisation und Management	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Wird zu Beginn bekannt gegeben	

2.7.7.2 Geschäftsprozessmanagement			
Modulkürzel:	OM!_Geschäftsprozessmanagement	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Geschäftsprozessmanagement		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfohlenes Semester: 4 und 5		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Geschäftsprozessmanagement:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Geschäftsprozesse identifizieren, modellieren, analysieren und optimieren; Erkennen der strategischen und operativen Bedeutung des Geschäftsprozessmanagements (GPM) und dessen Potenziale. Digitalisierungskompetenz. Handlungskompetenz: Kenntnis der Methoden zur Identifizierung, Modellierung, Darstellung und Optimierung von Geschäftsprozessen und deren Anwendung. Transferkompetenz auf neue Unternehmensszenarien. Sozialkompetenz: Erkennen des Zusammenhangs zwischen GPM, Projektmanagement und Change Management. Kommunikationskompetenz durch Gruppenarbeiten und Präsentationen.			
Inhalt:			
<i>Geschäftsprozessmanagement:</i> • Geschäftsprozesse, Prozesslandkarte • Prozessorganisation, Prozessüberwachung und Optimierung • Prozessmanagement und Kennzahlen • Konzepte zur Einführung eines GPM-Systems und Reifegradmodelle • Einsatz und Bewertung eines komplexen SW-Tools (ARIS) zum GPM			

Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
- SCHMELZER, Hermann J. und Wolfgang SESSELMANN, . <i>Geschäftsprozessmanagement in der Praxis: Kunden zufrieden stellen, Produktivität steigern, Wert erhöhen</i>. München: Hanser. ISBN 978-3-446-44625-0, 3-446-44625-7 - FISCHERMANN, Guido, . <i>Praxishandbuch Prozessmanagement</i>. Gießen: Schmidt. ISBN 978-3-921313-86-2, 3-921313-86-4 - SEIDLMEIER, Heinrich, . <i>Prozessmodellierung mit ARIS: eine beispielorientierte Einführung für Studium und Praxis in ARIS 10</i>. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. ISBN 978-3-658-25956-3

2.7.7.3 Organizational Behaviour und Change Management			
Modulkürzel:	OM!_Org. Behaviour und Change Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Michael Müller		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Organizational Behaviour und Change Management		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfohlenes Semester: 4 und 5		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Organizational Behaviour und Change Management:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Analyseebenen des Organizational Behaviour, Einflussgrößen auf die Organisationsentwicklung, Bestimmungsfaktoren des organisationalen Wandels. Digitalisierungskompetenz.			

Handlungskompetenz: Kenntnis der Methoden zur Organisationsentwicklung und deren Anwendungsmöglichkeiten in Bezug zu den Analyseebenen, Kenntnis und Anwendung des strategischen Potenzials von Methoden der Organisationsentwicklung, um Effektivitäts- und Effizienzpotenziale auszuschöpfen sowie diese langfristig und nachhaltig zu etablieren. Transferkompetenz auf neue Unternehmensszenarien. Sozialkompetenz: Optimierung der eigenen Analyse- und Urteilsfähigkeit anhand der Diskussion konkreter Fallbeispiele und Übungen, gezielte Pro- und Contra-Diskussionen zur Beurteilung eines Sachverhaltes mit anschließender Präsentation und Argumentation der erarbeiteten Position. Kommunikationskompetenz durch Gruppenarbeiten und Präsentationen.
Inhalt: <i>Organizational Behaviour und Change Management:</i> • Organizational Behaviour, u.a. Motivation, Entscheidungsfindung, Team-Zusammensetzung, Leadership, Unternehmenskultur • Ebenen der ganzheitlichen Organisationsgestaltung: Individuum – Gruppe – Organisation • Organisationsentwicklung und dessen Herausforderungen • Barrieren gegen Veränderungen • Instrumente und Maßnahmen des Change Management • Modelle des Change Management
Studien- / Prüfungsleistungen: schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: • ROBBINS, Stephen P., . <i>Organisation der Unternehmung</i>. München: Pearson Studium. ISBN 978-3-8632-6542-7 • MARTIN, Albert, . <i>Organizational behaviour - Verhalten in Organisationen</i>. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. ISBN 978-3-17-029925-2 • LAUER, Thomas, . <i>Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren</i>. ISBN 978-3-662-59102-4 • ROBBINS, Stephen P. und Timothy A. JUDGE, . <i>Organizational behavior</i>. England: Pearson Education Limited. ISBN 978-1-292-25923-9 • MULLINS, Laurie J. und Gill CHRISTY, . <i>Management & organisational behaviour</i>. Harlow, England: Pearson. ISBN 978-1-292-08851-8 • STEINMANN, Horst, Georg SCHREYÖGG und Jochen KOCH, . <i>Management: Grundlagen der Unternehmensführung</i>. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-26513-7

2.7.8 Personalmanagement

2.7.8.1 Kommunikation und Führung			
Modulkürzel:	PM!_Kommunikation und Führung	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Kommunikation und Führung		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Kommunikation und Führung:</i>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
- Fundierte Kenntnisse hinsichtlich der Themenkomplexe Kommunikation und Führung - Theorien und Konzepte von Leadership - Kennenlernen der Rollen, Aufgaben und Instrumente einer Führungskraft - Grundlagen des Verhaltens von Individuen, Teams und Organisationen - Selbstführung und Führung anderer (Individuen, Teams, Organisationen) - Erkennen der Bedeutung von Kommunikation für den Führungsprozess			
Handlungskompetenz:			
- Befähigung, psychologische und gruppendynamische Erkenntnisse in konkreten Problemsituationen der Führungspraxis anzuwenden und so die Performanz von Individuen, Gruppen und Organisationen zu optimieren - Verstehen und Anwenden der Prinzipien von Kommunikation, Einflussnahme und Energiemanagement - Befähigung, führungsrelevante Aufgaben, wie z.B. Durchführen von Mitarbeitergesprächen, wahrzunehmen - Erhöhen der persönlichen kommunikativen Kompetenz: Fähigkeit Kommunikationstechniken anzuwenden und Präsentationen erfolgreich zu halten			
Sozialkompetenz:			
Entwicklung der besonders für den Themenkomplex relevanten Sozialkompetenzen, wie z.B.			

Kommunikationsfähigkeit, Selbstorganisation, Teamfähigkeit	
Inhalt:	
<i>Kommunikation und Führung:</i> Im Modul „Kommunikation und Führung“ werden vertiefte Kenntnisse und Kompetenzen von Leadership und Kommunikation erworben. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und einer Vielzahl praktischer Anwendungen. Themenfelder „Kommunikation und Führung“ • Personalführung als Teil der Unternehmensführung • Selbstführung und Führung anderer (individuelle Ebene, Teamebene, organisationale Ebene) • Aktuelle Führungstheorien und Konzepte • Führungsaufgaben und –instrumente • Motivation • Diversity Management • Konfliktmanagement • Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen - Strategien erfolgreicher Kommunikation • Gesprächs- und Verhandlungsführung • Mitarbeitergespräche und Coaching • Kommunikationstechniken, z.B. aktives Zuhören, Feedback	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
Studienarbeit und Referat (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
Comelli, Gerhard, von Rosenstiel, Lutz und Nerdinger, Friedemann W. (2014). Führung durch Motivation. Mitarbeiter für die Ziele des Unternehmens gewinnen (5. Auflage). München: Franz Vahlen. Jetter, Wolfgang. (2014). High-Energy Organisationen. Wie Unternehmen ihr Potenzial voll entfalten. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Reineck, Uwe; Sambeth, Ulrich; Winklhofer, Andreas. (2018). Handbuch Führungskompetenzen trainieren. 3. Auflage. Weinheim Basel: Beltz Schulz-von-Thun, Friedemann (aktuellste Auflage): Miteinander reden. Reinbek bei Hamburg. Rowohlt Seliger, Ruth. (2014). Positive Leadership. Die Revolution in der Führung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Steiger, Thomas und Lippmann, Eric. (Hrsg.) (2013). Handbuch Angewandte Psychologie für Führungskräfte. Führungskompetenz und Führungswissen (4. Auflage). Berlin, Heidelberg: Springer Von Rosenstiel, Lutz, Regnet, Erika und Domsch, Michel E. (Hrsg.) (aktuellste Auflage). Führung von Mitarbeitern. Handbuch für ein erfolgreiches Personalmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Watzlawick, Paul (2011): Man kann nicht nicht kommunizieren. Bern: Huber	

2.7.8.2 Strategisches und operatives Human Resource Management			
Modulkürzel:	PM!_Str./Op. Human Resources Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	5	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Ina Mai
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Strategisches und operatives Human Resource Management
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Personalführung, Modul 2080
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
<i>Strategisches und operatives Human Resource Management:</i> Fach- und Methodenkompetenz: - Fundierte Kenntnisse hinsichtlich der strategischen Relevanz der Human Resources für das Unternehmen. - Detailliertes Wissen bezüglich des personalwirtschaftlichen Instrumentariums und der Aufgabengebiete der Personalpolitik. - Auseinandersetzung mit der Zukunft der Arbeit sowie aktuellen Themen und Trends im HR-Bereich. Handlungskompetenz: Befähigung, personalrelevante Fragestellungen erfolgreich zu bearbeiten und das personalwirtschaftliche Instrumentarium reflektiert einzusetzen. Sozialkompetenz: - Einüben von für den Personalbereich erfolgskritischen Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Reflexionsfähigkeit oder Teamfähigkeit. - Erkennen der Bedeutung des Menschenbildes für die Personalarbeit.	
Inhalt:	
<i>Strategisches und operatives Human Resource Management:</i> Im Modul „Strategisches und operatives Human Resource Management“ werden in der Grundlagenveranstaltung erworbene Kenntnisse und Kompetenzen vertieft und erweitert. Themenfelder „Strategisches und operatives Human Resource Management“ - Zukunft der Arbeit - Bedeutung des HRM im Rahmen des strategischen Managements	

- Umfeld der Personalpolitik
- Funktionen und organisatorische Gestaltung des HRM
- Strategisches HRM
- Personalpolitische Handlungsfelder
- Instrumentarium des HRM
- Zukunft der Arbeit, aktuelle Themen und HR-Trends

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Präsentation (außerhalb des Prüfungszeitraums)

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

Literatur:

Batz, Thomas (2021): Strategisches Personalmanagement: Ein Ratgeber für Studium und Praxis. Stuttgart: Kohlhammer

Hungenberg, Harald und Wulf, Torsten (2015): Grundlagen der Unternehmensführung. 5. Auflage. Berlin: Springer

Lebrenz, Christian (2017): Strategie und Personalmanagement: Konzepte und Instrumente zur Umsetzung im Unternehmen. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Prieß, Arne (Hrsg.) (2016): Schlüsselfaktor strategisches Personalmanagement. Arbeitgeberattraktivität steigern durch zukunftsfähige HR-Konzepte und Neurowissenschaft. Freiburg: Haufe

Scholz, Christian (aktuellste Auflage): Grundzüge des Personalmanagements. München: Vahlen

Schütte, Martin (2019): Mitarbeiterorientierte Unternehmensführung. Mitarbeiter als strategischer Erfolgsfaktor im globalen Wettbewerb. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Schwuchow, Karlheinz und Gutmann, Joachim (diverse Jahrgänge): HR-Trends. Freiburg: Haufe

„Springer essentials“, diverse Publikationen zum Fachgebiet Human Resource Management

Stock-Homburg, Ruth, Groß, Matthias (aktuellste Auflage): Personalmanagement: Theorien-Konzepte-Instrumente. Wiesbaden: Springer Gabler

Wagner, Dieter (Hrsg.) (2020): Praxishandbuch Personalmanagement. 2. Auflage. Freiburg: Haufe.

Werkmann-Karcher, Brigitte, Riediker, Jack (Hrsg.) (2010): Angewandte Psychologie für das Human Resource Management. Konzepte und Instrumente für ein wirkungsvolles Personalmanagement. Berlin: Springer

2.7.9 Produktionsmanagement und Logistik

2.7.9.1 Fallstudien im Produktions- und Logistikbereich in Unternehmen			
Modulkürzel:	PR!_Fallstudien	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Constantin May		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	23 h	
	Selbststudium:	128 h	
	Gesamtaufwand:	151 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Fallstudien im Produktions- und Logistikbereich im Unternehmen		
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Fallbsp. - seminaristischer Unterricht/Fallbeispiele		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Befähigung zur Lösung von Produktions- und Logistikproblemen in der Praxis Kenntnis aktueller Entwicklungen in der Praxis Handlungskompetenz: Anwendung bereits erworbenen Wissens im Bereich Produktion und Logistik im Rahmen von Fallstudienprojekten Sozialkompetenz: Fähigkeit zur Bearbeitung komplexer Fragestellungen aus der Praxis im Team			
Inhalt:			
Behandlung aktueller Problemstellungen aus dem Gebiet Produktionsmanagement und Logistik bei ausgewählten Unternehmen der Region.			
Studien- / Prüfungsleistungen:			
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.			
Literatur:			
Wird zu Beginn bekannt gegeben			

2.7.9.2 Management und Leadership			
Modulkürzel:	PR!_Management und Leadership	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Torsten Winterwerber		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Management und Leadership		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen BWL/Organisation, Basiskenntnisse zu Prozessen und Statistik/Kennzahlen.		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden... kennen die Grundlagen moderner Managementtheorien (klassische Ansätze nach Taylor, Fayol, Weber; Human-Relations; systemische und ressourcenorientierte Sicht) und können diese kritisch einordnen. verstehen Aufbau, Ziele und Anforderungen ausgewählter Managementsysteme (ISO 9001, ISO 14001/EMAS, ISO 45001, ISO 50001, ISO/IEC 27001) und können deren Implementierungsschritte erläutern. beherrschen zentrale QM-Methoden (PDCA, Prozessansatz, Kennzahlen, Pareto, Ishikawa/6M, FMEA, 8D) und wenden diese auf Fallstudien an. Handlungskompetenz: Die Studierenden... analysieren Organisationsformen (funktional, divisional, Matrix, Netzwerk, teambasiert) und Koordinationsmechanismen nach Mintzberg und leiten daraus Gestaltungsempfehlungen ab. planen und begleiten Change-Vorhaben (z. B. Einführung eines IMS), adressieren Risiken und Chancen (risikobasiertes Denken) und formulieren wirksame Maßnahmen. Sozialkompetenz: Die Studierenden... reflektieren Führungsstile und -modelle (u. a. transformationale, authentische Führung; situatives Führen) und übertragen diese auf Team- und Projektkontexte (inkl. agiler Settings).			

stärken Kommunikations-, Feedback- und Konfliktfähigkeit in Gruppenarbeiten und Präsentationen.
Inhalt:
Einführung in Management & Leadership: Grundbegriffe, Bedeutung von Führung, historische Entwicklung, aktuelle Herausforderungen (Digitalisierung, Nachhaltigkeit). Managementtheorien: Klassische/administrative/bürokratische Ansätze; Human-Relations und Motivation (Maslow, Herzberg, McClelland; Engagement); system- und kompetenzorientierte Perspektiven. Organisation & Koordination: Organisationsformen; Mintzbergs Koordinationsmechanismen; Agilität (Werte/Prinzipien, Scrum-Elemente). Leadership-Modelle: u. a. transformationale/transaktionale, charismatische, authentische Führung; situatives Führen; Weg-Ziel-Theorie; GLOBE-Ergebnisse. Kompetenzen & Engagement: Kompetenzmodelle (Erpenbeck), Kompetenzmanagement, Arbeitsengagement (Treiber, Messung, Remote Work). Strategisches Management: Vision, Mission, Strategie; PESTEL, SWOT, Five Forces, BCG; Hoshin Kanri. Managementsysteme: - Qualitätsmanagement (ISO 9001) – Prozessansatz, QM-Prinzipien, risikobasiertes Denken. - Umweltmanagement (ISO 14001/EMAS), Nachhaltigkeit/ESG, CSRD/GRI/DNK. - Arbeitsschutz (ISO 45001), Energie (ISO 50001), Informationssicherheit (ISO/IEC 27001). - Integrierte Managementsysteme (IMS, Annex SL/HLS): Nutzen, Aufgaben, Implementierung. QM-Methoden & Datenanalyse: PDCA, Kennzahlen, Pareto, Kontrollkarten, Ishikawa/6M, 5-Why, 8D, FMEA, Aktionspläne.
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten, fakultativ können studienbegleitende Kurzleistungen (z. B. Fallstudien-Kurzpräsentation, Methodenanwendung) anteilig gewertet werden Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, ISO 45001:2018, ISO 50001:2018, ISO/IEC 27001:2022 (Originalnormen). Drucker, P. F. (1974): Management: Tasks, Responsibilities, Practices.; Schein, E. H. (2016): Organizational Culture and Leadership; Mintzberg, H. (1979/1973). Vahs, D. (2015): Organisation; Weinert, A. (2015): Organisations- und Personalpsychologie; Erpenbeck, J. (2012/2013) – Kompetenz/Kompetenzmanagement. Petry, T. (Hrsg.) (2019): Digital Leadership; einschlägige ESG/CSRD-Leitfäden (GRI, DNK).

2.7.9.3 Operational Excellence

Modulkürzel:	Operational Excellence	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Stefan Slama
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Operational Excellence
Lehrformen des Moduls:	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Allgemeine und fachspezifische Pflichtmodule
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Teilnehmer kennen die Prinzipien und Möglichkeiten von Lean Management und Wertschöpfungs-exzellenz als richtungsweisende Philosophie. Die Teilnehmer kennen und beherrschen die wesentlichen Zusammenhänge der Philosophie, Methoden und Instrumente der schlanken Produktion und Administration. Sie konzipieren verlustfreie Prozesse und gestalten z.B. produktive und logistische Ketten im Unternehmen durch Orientierung an der Engpasssteuerung Handlungskompetenz: Die Teilnehmer setzen die Methoden und Instrumente ein zur Umsetzung von Lean Operations im Unternehmen. Sie kennen die Methode und sind in der Lage selbständig entsprechende Standards zu implementieren. Sie haben die Fähigkeit zur Anwendung der Methoden und Instrumente der schlanken Produktion und Administration, der Prozessoptimierung und Enterprise Excellence. Sozialkompetenz: Die Teilnehmer können komplexe und fachbezogene Inhalte zur Optimierung der logistischen, produktionstechnischen und prozessualen Abläufe zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage die Philosophie der schlanken Unternehmen zu vermitteln. Sie besitzen die Fähigkeit zur Führung und Begleitung von Veränderungsprozessen, auch und gerade im Bereich des Mittelstands.	
Inhalt:	
Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Übungen und Gruppenarbeiten. Dabei werden Inhalte zu folgenden Themen bearbeitet, diskutiert, trainiert und kritisch hinterfragt: • Unternehmensführung aus Sicht der Leistungserstellung • Erfolgsmethoden für nachhaltige Wettbewerbsvorteile • Lean Enterprise, Lean Management, Lean Thinking • Wertschöpfungs-exzellenz als richtungsweisende Philosophie • Einführung in die schlanke Produktion • Stabile Prozesse und Bereitschaft für Veränderung (Change-Management)	

- Die Rolle des Menschen im schlanken Unternehmen
- Wertstrom und Wertstromanalyse bzw. Makigami und Prozessorganisation
- Erzeugung prozessübergreifender fließender Prozesse
- Strukturierte Problemlösung systematisch angehen
- Methoden und Instrumente der kontinuierlichen Verbesserung
- Standardisierung von Prozessen und Verfahren
- Nullfehlerstrategie und Fehlerfrüherkennung durch visuelles Management
- Schulung und Trainingsstrategien

Studien- / Prüfungsleistungen:

Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum)

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

Literatur:

- MAGENHEIMER, Kai Alexander, 2014. *Lean Management in indirekten Unternehmensbereichen: Modellierung, Analyse und Bewertung von Verschwendung*.
- LUNAU, Stephan und Renata MERAN, 2014. *Six Sigma + Lean Toolset: Mindset zur erfolgreichen Umsetzung von Verbesserungsprojekten*. 5. Auflage. Berlin [u.a.]: Springer Gabler. ISBN 978-3-662-44614-0, 978-3-662-44613-3
- HELMOLD, Marc, 2020. *Lean management and kaizen: fundamentals from cases and examples in operations and supply chain management*. Cham, Switzerland: Springer. ISBN 978-3-030-46980-1
- HÄNGGI, Roman, André FIMPEL und Roland SIEGENTHALER, 2021. *LEAN Production - einfach und umfassend: ein praxisorientierter Leitfaden zu schlanken Prozessen mit Bildern erklärt*. Berlin: Springer Vieweg. ISBN 978-3-662-62701-3
- GORECKI, Pawel und Peter PAUTSCH, 2021. *Lean Management*. 6. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-46923-5
- GORECKI, Pawel und Peter PAUTSCH, 2018. *Praxisbuch Lean Management: der Weg zur operativen Excellence*. 3. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45526-9, 3-446-45526-4
- BERTAGNOLLI, Frank, 2020. *Lean Management: Einführung und Vertiefung in die japanische Management-Philosophie*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. ISBN 978-3-658-31239-8, 3-658-31239-4
- BRENNER, Jörg, 2018. *Lean Production: praktische Umsetzung zur Erhöhung der Wertschöpfung*. 3. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45664-8, 3-446-45664-3
- BRUNNER, Franz J., 2017. *Japanische Erfolgskonzepte: KAIZEN, KVP, Lean Production Management, Total Productive Maintenance, Shopfloor Management, Toyota Production System, GD3 - Lean Development*. 4. Auflage. München: Hanser. ISBN 978-3-446-45428-6, 3-446-45428-4
- ERLACH, Klaus, 2020. *Wertstromdesign: der Weg zur schlanken Fabrik*. 3. Auflage. Berlin: Springer Vieweg. ISBN 978-3-662-58906-9, 3-662-58906-0

- KÜNZEL, Hansjörg, 2016. *Erfolgsfaktor Lean Management 2.0: wettbewerbsfähige Verschlinkung auf nachhaltige und kundenorientierte Weise*. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3-662-49751-7, 3-662-49751-4
- ŌNO, Taiichi, 2013. *Das Toyota-Produktionssystem: [das Standardwerk zur Lean Produktion]*. 3. Auflage. Frankfurt /Main [u.a.]: Campus-Verl.. ISBN 978-3-593-39929-4, 978-3-593-42375-3
- ROTHER, Mike und John SHOOK, 2020. *Sehen lernen: mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen*. Deutsche Ausgabe, Version 1. Auflage. Mannheim: Lean Management Institut. ISBN 3-9809521-1-8, 978-3-9809521-1-8
- SCHMEISSER, Wilhelm und Daniel STOEFF, 2019. *Vom Lean Management zur Digitalisierung*. 2. Auflage. München: UVK Verlag. ISBN 978-3-86764-897-4, 3-86764-897-2

2.7.9.4 Supply Chain Management

Modulkürzel:	PR!_Supply Chain Management	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Constantin May, Prof. Dr. Winterwerber		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Supply Chain Management		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung SU - seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	80 Credits inklusive aller APMs Einkauf, Produktion und Logistik		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<i>Supply Chain Management:</i> Fach- und Methodenkompetenz: Kennen und Beherrschen der wichtigsten Zusammenhänge im Bereich Supply Chain Management Fähigkeit zur kritischen Reflektion aktueller Entwicklungen Handlungskompetenz: Fähigkeit zur Anwendung des Wissens um die Zusammenhänge in der Supply Chain			

Sozialkompetenz: Fähigkeit anspruchsvolle Aufgabenstellungen im Supply Chain Management in Kleingruppenarbeit zu lösen
Inhalt:
<i>Supply Chain Management:</i> Im Modul Supply Chain Management werden Grundlagen, Methoden und Kenntnisse in Verbindung mit Simulationen plastisch erläutert Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen. Die Inhalte lassen sich wie folgt gliedern. - Einführung in das Supply Chain Management mit dem "Beer-Game" - Grundlagen des SCM - Das Supply Chain Operations Reference Model (SCOR) - Fallstudie zu SCOR - Planspiel zum Supply Chain Management (TOPSIM Logistics)
Studien- / Prüfungsleistungen:
mündliche Prüfung, 20 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
• KOETHER, Reinhard, 2018. <i>Taschenbuch der Logistik</i>. 5. Auflage. München: Fachbuchverlag Leipzig im Carl Hanser Verlag. ISBN 978-3-446-45414-9, 3-446-45414-4 • SCHULTE, Christof, 2017. <i>Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain</i>. 7. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5118-4, 3-8006-5118-1 • KOCH, Susanne, 2012. <i>Logistik: eine Einführung in Ökonomie und Nachhaltigkeit</i>. Berlin [u.a.]: Springer Vieweg. ISBN 978-3-642-15288-7, 978-3-642-15289-4 • SCHUH, Günther, 2013. <i>Logistikmanagement</i>. 2. Auflage. Berlin [u.a.]: Springer Vieweg. ISBN 978-3-642-28991-0, 978-3-642-28992-7 • HEISERICH, Otto-Ernst, Klaus HELBIG und Werner ULLMANN, 2011. <i>Logistik: eine praxisorientierte Einführung</i>. 4. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1852-9, 3-8349-1852-0

2.7.10 Rechnungslegung und Steuern

2.7.10.1 Rechnungslegung I			
Modulkürzel:	Rechnungslegung I	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier (verantwortl.), Prof. Dr. Carl (durchführend), Markus Singer (durchführend)
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Wintersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Rechnungslegung I
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren der Fachspezifischen Pflichtmodule Betriebliche Steuern sowie Buchführung und Bilanzierung
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die Regelungen der Jahresabschlusserstellung nach HGB und EStG zu verstehen, anzuwenden und zu bewerten. Sie erwerben Kenntnisse über die Erstellung und Analyse von handels- und steuerrechtlichen Jahresabschlüssen von Unternehmen verschiedener Rechtsformen und Größenklassen. Auf der Grundlage des HGB und des EStG erlernen die Studierenden Methoden, um Geschäftsvorfälle und unternehmerische Entscheidungen systematisch und eigenverantwortlich auf ihre Auswirkungen im Bereich der Rechnungslegung zu untersuchen und zu beurteilen. Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls können die Studierenden die Besonderheiten der handels- und steuerrechtlichen Bilanzierung bei verschiedenen Bilanzposten bewerten und bilanzpolitische Maßnahmen abwägen. Handlungskompetenz: Die Studierenden kennen die zentralen Regelungen der Bilanzierung nach HGB und EStG von Einzelunternehmen, Personen- und Kapitalgesellschaften, können diese anwenden und bewerten. 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 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. Der mündliche Vortrag schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.	

Inhalt:	
Aufbauend auf den Fachspezifischen Pflichtmodulen Rechnungswesen und Betriebliche Steuern werden Kenntnisse über den Jahresabschluss von Unternehmen verschiedener Rechtsformen und Größenklassen nach den handelsrechtlichen Vorschriften sowie den Regelungen des Einkommensteuergesetzes vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen; Gastvorträge werden angeboten. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: 1. Rechtsgrundlagen des Jahresabschlusses 2. Buchhaltung, Inventar und Jahresabschluss 3. Bilanzansatz und Bilanzgliederung 4. Handelsrechtlicher Begriff des Vermögensgegenstandes und steuerlicher Begriff des Wirtschaftsgutes 5. Bilanzierung der Aktiva und Passiva dem Grunde und der Höhe nach 6. Maßgeblichkeitsprinzip 7. Unterschiede bei den handels- und steuerrechtlichen Wertansätzen 8. Latente Steuern im Einzelabschluss	
Studien- / Prüfungsleistungen:	
mündliche Prüfung, 30 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	
Literatur:	
• Beck'scher Bilanzkommentar • Coenenberg, Adolf G. / Haller, Axel / Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschluss-analyse • Schildbach, Thomas / Stobbe, Thomas / Freichel, Christoph: Der handelsrechtliche Jahresabschluss • Schulze-Osterloh / Hennrichs / Wüstemann, Handbuch des Jahresabschlusses (HdJ) Jeweils aktuelle Auflage	

2.7.10.2 Rechnungslegung II			
Modulkürzel:	Rechnungslegung II	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier
Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h
Moduldauer:	1 Semester
Häufigkeit:	nur Sommersemester
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Rechnungslegung II
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren der Fachspezifischen Pflichtmodule Betriebliche Steuern und Buchführung und Bilanzierung
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft
Angestrebte Lernergebnisse:	
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden lernen vertiefte Kenntnisse über die Rechnungslegung nach IFRS/IAS sowie Handelsrecht. Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls können sie die für die Rechnungslegung relevanten Normen der IFRS/IAS sowie Handelsrecht in ausgewählten Praxisfragen anwenden und einen (Konzern-)Abschluss analysieren. Auf der Grundlage der HGB Rechnungslegungsvorschriften sowie der IFRS/IAS erlernen die Studierenden Methoden, um Bilanzierungsfragen systematisch und eigenverantwortlich auf ihre Auswirkungen auf den (Konzern-)Abschluss zu analysieren und zu beurteilen. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage die zentralen Regelungen zur Rechnungslegung zu verstehen, anzuwenden und kritisch zu hinterfragen. 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. Der mündliche Vortrag schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.	
Inhalt:	
Aufbauend auf dem Fachspezifischen Pflichtmodul Buchführung und Bilanzierung werden vertiefte Kenntnisse der Rechnungslegung nach HGB und IFRS/IAS vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen.	

Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte:
1. Aufbau und relevante Inhalte der International Reporting Standards / International Accounting Standards 2. Aufbau von Lagebericht und weiteren Berichtsbestandteilen 3. Ausgewählte Sonderfragen der Bilanzierung und Bewertung im handelsrechtlichen Einzelabschluss 4. Konzernrechnungslegung nach Handelsrecht
Studien- / Prüfungsleistungen:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse; Jeweils aktuelle Auflage

2.7.10.3 Unternehmensbesteuerung I			
Modulkürzel:	Unternehmensbesteuerung I	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier (verantwortl.) / Frau Ronja Reinwald (durchführend)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmensbesteuerung I		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren der Fachspezifischen Pflichtmodule (FPM) Betriebliche Steuern sowie Buchführung und Bilanzierung		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können die für die laufende Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften wesentlichen Regelungen des Einkommensteuer-, Körperschaftsteuer- und Gewerbesteuer-gesetzes verstehen, anwenden und hinsichtlich ihrer Auswirkungen beurteilen. Sie sind in der Lage, die steuerliche Bemessungsgrundlage für die Einkommensteuer, die Körperschaftsteuer und die Gewerbesteuer systematisch und de-			

tailliert zu ermitteln und die festzusetzende Steuerschuld zu berechnen. Die Studierenden kennen die zivilrechtlichen Grundlagen, die für die Unternehmensbesteuerung von Bedeutung sind und können daraus resultierende steuerliche Folgen beschreiben und abwägen.

Auf der Grundlage der behandelten Einzelsteuergesetze erlernen die Studierenden Methoden, um Geschäftsvorfälle und unternehmerische Entscheidungen systematisch und eigenverantwortlich auf ihre Auswirkungen im Bereich der Ertragsteuern zu analysieren und zu beurteilen. Die Studierenden können Richtlinien, Rechtsprechung und Fachliteratur hinsichtlich ihrer Bedeutung einordnen, zur Lösung von Fällen einsetzen und im Gesetz nicht definierte Rechtsbegriffe mit ihrer Hilfe analysieren und auslegen.

Handlungskompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage, die zentralen Regelungen zur laufenden Ertragsbesteuerung von Einzelunternehmen, Personen- und Kapitalgesellschaften zu verstehen, anzuwenden und kritisch zu hinterfragen. 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 sowie 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. Der mündliche Vortrag schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.

Inhalt:

Aufbauend auf dem fachspezifischen Pflichtmodul Betriebliche Steuern werden Kenntnisse der laufenden Ertragsbesteuerung von Einzelunternehmen, Personen- und Kapitalgesellschaften vermittelt.

Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen; Gastvorträge werden angeboten.

Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte:

1. Grundlagen des Gesellschafts-, Bilanz- und Steuerrechts der Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften
2. Besteuerung von Einzelunternehmen mit Einkommen- und Körperschaftsteuer
3. Besteuerung der Personengesellschaften und ihrer Mitunternehmer, einschließlich Sonder- und Ergänzungsbilanzen sowie der gewerbesteuerlichen Behandlung
4. Besteuerung von Kapitalgesellschaften und ihrer Gesellschafter

Studien- / Prüfungsleistungen:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten

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

Literatur:

- Freichel, Christoph / Brähler, Gernot / Krenzin, Andreas / Lösel, Christian: Ertragsteuern
- Grobshäuser, Uwe / Maier, Walter / Kies, Dieter / Maier, Hartwig: Besteuerung der Gesellschaften
- Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen I
- Tipke, Klaus / Lang, Joachim, Steuerrecht

Jeweils aktuelle Auflage

2.7.10.4 Unternehmensbesteuerung II			
Modulkürzel:	Unternehmensbesteuerung II	Modul-Nr.:	
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Betriebswirtschaft (SPO WS 25/26)	4	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier (verantwortl.) / Markus Terassa (durchf.)		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Unternehmensbesteuerung I		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Laut SPO bzw. Studienplan		
Empfohlene Voraussetzungen:	Erfolgreiches Absolvieren der Fachspezifischen Pflichtmodule (FPM) Betriebliche Steuern sowie Buchführung und Bilanzierung		
Verwendbarkeit:	Bachelor Betriebswirtschaft		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden kennen die zentralen Regelungen des Umsatzsteuergesetzes. Sie können die Steuerbarkeit und die Steuerpflicht eines Umsatzes beurteilen, die anfallende Umsatzsteuer berechnen sowie den Zeitpunkt der Steuerentstehung und den Steuerschuldner bestimmen. Die Studierenden erwerben Kenntnisse über das Recht des Vorsteuerabzugs und das Besteuerungsverfahren der Umsatzsteuer und lernen die Umsatzbesteuerung innerhalb der Europäischen Union kennen. Auf der Grundlage des Umsatzsteuergesetzes erlernen die Studierenden Methoden, um nationale und grenzüberschreitende Geschäftsvorfälle und unternehmerische Entscheidungen systematisch und eigenverantwortlich auf ihre Auswirkungen im Bereich der Umsatzsteuer zu analysieren und zu beurteilen. Die Studierenden verstehen die Bedeutung der europäischen Mehrwertsteuersystemrichtlinie für das deutsche Umsatzsteuerrecht. Sie sind in der Lage, im Gesetz und in der Richtlinie nicht definierte Rechtsbegriffe mithilfe des Umsatzsteuer-Anwendungserlasses und einschlägiger Rechtsprechung und Fachliteratur zu analysieren und auszulegen. Handlungskompetenz: Die Studierenden können die Regelungen des Umsatzsteuerrechts verstehen, anwenden und kritisch hinterfragen. Sie sind in der Lage, Übungsfälle und Fallstudien systematisch und eigenständig zu lösen und das erworbene Wissen auf Fragestellungen in der Praxis zu 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. Der mündliche Vortrag schult die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit der Studierenden.
Inhalt: Aufbauend auf dem Fachspezifischen Pflichtmodul Betriebliche Steuern werden Kenntnisse des Umsatzsteuerrechts auf nationaler und europäischer Ebene vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen; Gastvorträge werden angeboten. Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: 1. Steuerbare Umsätze 2. Steuerbefreiungen und Optionsmöglichkeiten zur Steuerpflicht 3. Steuersätze und Bemessungsgrundlage 4. Entstehung der Umsatzsteuer, Steuerschuldner 5. Vorsteuerabzug 6. Besteuerungsverfahren 7. Umsatzbesteuerung innerhalb der Europäischen Union
Studien- / Prüfungsleistungen: schriftliche Prüfung, 90 Minuten Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur: • Lippross, Otto-Gerd: Umsatzsteuer • Maier, Alexandra: Lehrbuch Umsatzsteuer • Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen I • Sikorski, Ralf: Basiswissen Umsatzsteuer Jeweils aktuelle Auflage