

Modulhandbuch
Bachelor of Arts
Betriebswirtschaft

im Fachbereich
der FH Westküste

Inhaltsverzeichnis

Modulübersicht	4
1. Semester.....	
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.....	7
Betriebliche Steuerlehre.....	11
Kosten- /Leistungsrechnung.....	13
Wirtschaftsmathematik.....	15
Wirtschaftsinformatik I.....	17
Wirtschaftsprivat recht BWL u. TM Bank.....	19
Intercultural Management.....	21
2. Semester.....	
Statistik I Spezielle BWL-Anwendung.....	24
Investition u. Finanzierung.....	26
Proseminar zum wissenschaftliches Arbeiten.....	28
Business English I.....	30
Wirtschaftsinformatik II.....	32
Bilanzierung.....	34
3. Semester.....	
Sustainability Management.....	36
Statistik II.....	38
Volkswirtschaftslehre.....	40
Business English II.....	42
PS Präsentationstechniken.....	44
Human Resource Management.....	46
Controlling mit SAP.....	49
Insights Driven Marketing.....	51
Markenführung I.....	53
Grundlagen und Arbeitsrecht.....	55
Grundlagen des Eventmanagement.....	57
Intercultural Management.....	60
Besteuerung von Personengesellschaften.....	63
Unternehmenssteuerrecht.....	65
Konzernrechnungslegung.....	67
Einführung in das Controlling (inkl. Excel-Anwendungen).....	69
Einführung in das Riskmanagement.....	71
Grundlagen des Dienstleistungsmanagements.....	73
Grundlagen Spanisch.....	76
Grundlagen der Logistik.....	78
Programmierung im Umfeld betriebswirtschaftlicher Standardsoftware.....	80
Betriebliches Gesundheitsmanagement.....	82
4. Semester.....	
Business Analytics und maschinelles Lernen.....	84
Datenschutzrecht.....	86
Steuerliches Verfahrensrecht.....	88
Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht.....	90
Internationale Rechnungslegung nach IFRS - im Vergleich zum HGB.....	92
Grundlagen der Logistik.....	94
Praxissemester BWL.....	96
5. Semester.....	

Entrepreneurship u. Innovationsmanagement.....	99
Strateg. Controlling.....	103
Markenführung II.....	105
Organizational Behaviour.....	107
Festivals.....	110
Fairtrade-Events.....	112
Konzernrechnungslegung.....	114
Strategisches und operatives Marketing.....	116
Hauptseminar Dienstleistungsmanagement.....	118
Grundlagen Spanisch.....	120
Einführung in Wirtschaftsspanisch.....	122
Advanced Business English I.....	124
Supply Chain Management.....	126
Ausgewählte Probleme in der Logistik.....	128
Datenbanken.....	130
Diversity Management.....	132
Transformation and Future Studies.....	134
From Good Idea to Venture - Systemativ Approach to Building Your Own StartUp.....	135
Softwareengineering BWL.....	138
6. Semester.....	
Entrepreneurship u. Innovationsmanagement.....	140
Managementorientierte Sozialkompetenzen.....	144
Bachelorarbeit.....	147
Operatives Controlling (inklusive TOPSIM-Unternehmensplanspiel).....	149
Grundlagen des Online-Marketings.....	151
Grundlagen SAP ERP.....	153
Psychologie der Führung.....	155
Business Analytics und maschinelles Lernen.....	157
Grüne Markenführung.....	159
New Work.....	162
International Human Resource Management.....	165
Nachhaltiges Eventmanagement.....	167
Event-Marketing.....	169
Abschlussinstrumente der Externen Rechnungslegung.....	172
Handelsmanagement.....	174
Advanced Business English II.....	176
Grundlagen der Logistik.....	178
Produktions- und Bestandsmanagement.....	180
Ausgewählte Themen der Informatik.....	182
Menschen mit Behinderung als Zielgruppe.....	184
Customer Experience Management.....	185
7. Semester.....	
Organizational Behaviour.....	188
Quantitative Methoden des Risk- und Compliancemanagement.....	191

Modulübersicht

Modulnr.	Modulname	Sem.
210001	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	1
211004	Betriebliche Steuerlehre	1
210002	Kosten- /Leistungsrechnung	1
211005	Wirtschaftsmathematik	1
211006	Wirtschaftsinformatik I	1
211003	Wirtschaftsprivatright BWL u. TM Bank	1
232060	Intercultural Management	1
211011	Statistik I Spezielle BWL-Anwendung	2
210007	Investition u. Finanzierung	2
211010	Proseminar zum wissenschaftliches Arbeiten	2
211009	Business English I	2
211012	Wirtschaftsinformatik II	2
210008	Bilanzierung	2
211016	Sustainability Management	3
211015	Statistik II	3
210017	Volkswirtschaftslehre	3
211013	Business English II	3
211014	PS Präsentationstechniken	3
210029	Human Resource Management	3
211002	Controlling mit SAP	3
211042	Insights Driven Marketing	3
211043	Markenführung I	3
211021	Grundlagen und Arbeitsrecht	3
211018	Grundlagen des Eventmanagement	3
232060	Intercultural Management	3
211025	Besteuerung von Personengesellschaften	3
211024	Unternehmenssteuerrecht	3
211023	Konzernrechnungslegung	3
110002	Einführung in das Controlling (inkl. Excel-Anwendungen)	3
211034	Einführung in das Riskmanagement	3
211045	Grundlagen des Dienstleistungsmanagements	3
211051	Grundlagen Spanisch	3
110005	Grundlagen der Logistik	3
211031	Programmierung im Umfeld betriebswirtschaftlicher Standard-software	3
211036	Betriebliches Gesundheitsmanagement	3
110001	Business Analytics und maschinelles Lernen	4
210009	Datenschutzrecht	4
211026	Steuerliches Verfahrensrecht	4
211029	Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht	4

Modulnr.	Modulname	Sem.
211028	Internationale Rechnungslegung nach IFRS - im Vergleich zum HGB	4
110005	Grundlagen der Logistik	4
W-9996	Praxissemester BWL	4
210056	Entrepreneurship u. Innovationsmanagement	5
211001	Strateg. Controlling	5
211044	Markenführung II	5
110012	Organizational Behaviour	5
211020	Festivals	5
211056	Fairtrade-Events	5
211023	Konzernrechnungslegung	5
211046	Strategisches und operatives Marketing	5
211047	Hauptseminar Dienstleistungsmanagement	5
211051	Grundlagen Spanisch	5
211052	Einführung in Wirtschaftsspanisch	5
211053	Advanced Business English I	5
211049	Supply Chain Management	5
211050	Ausgewählte Probleme in der Logistik	5
211032	Datenbanken	5
211037	Diversity Management	5
211038	Transformation and Future Studies	5
211039	From Good Idea to Venture - Systemativ Approach to Building Your Own StartUp	5
211019	Softwareengineering BWL	5
210056	Entrepreneurship u. Innovationsmanagement	6
211058	Managementorientierte Sozialkompetenzen	6
9997	Bachelorarbeit	6
110011	Operatives Controlling (inklusive TOPSIM-Unternehmensplan-spiel)	6
110006	Grundlagen des Online-Marketings	6
110007	Grundlagen SAP ERP	6
211035	Psychologie der Führung	6
110001	Business Analytics und maschinelles Lernen	6
110008	Grüne Markenführung	6
110010	New Work	6
211022	International Human Resource Management	6
211057	Nachhaltiges Eventmanagement	6
211055	Event-Marketing	6
211027	Abschlussinstrumente der Externen Rechnungslegung	6
211048	Handelsmanagement	6
211054	Advanced Business English II	6
110005	Grundlagen der Logistik	6
110013	Produktions- und Bestandsmanagement	6
211033	Ausgewählte Themen der Informatik	6
211040	Menschen mit Behinderung als Zielgruppe	6

Modulnr.	Modulname	Sem.
211041	Customer Experience Management	6
110012	Organizational Behaviour	7
211030	Quantitative Methoden des Risk- und Compliancemanagement	7

1. Semester

Modul 210001

Prüfungsnummern 210001-1

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Englische Modulbezeichnung	General Business Studies
Kurztitel	ABWL
Semesterinfo	1. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung Dozent*in	Prof. Dr. Stefano Di Pietro Prof. Dr. Arnd Zschiesche Prof. Dr. Stefano Di Pietro Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	6 SWS
Arbeitsaufwand	210
Präsenzstudium	90
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	7
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden lernen die wesentlichen Bereiche / Aspekte der Betriebswirtschaftslehre (insbesondere Marketing und Produktion) kennen und verstehen die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Bereichen. Auf der Grundlage dieses Gesamtüberblicks können sie die betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge und Abläufe in Unternehmen und im Umfeld der Unternehmen wiedergeben. Dazu soll ein Einblick in aktuelle Instrumente und Ansätze der BWL gegeben werden.
Inhalt	Das Modul beinhaltet die Einführung und Einordnung der BWL als Wissenschaftsdisziplin inkl. Methoden, Rechtsformen, Unterneh-

mensführung, Grundlagen der Aufbauorganisation, Grundlagen des Personalmanagements aus betriebswirtschaftlicher Perspektive. Grundlegendes wird zum Marketing und zur Markenführung (Begriffe und Abgrenzungen, Grundlagen selbstständiger Markenbildung, Denken in Zielgruppen, Grundbegriffe des Konsumentenverhaltens, Entwicklung eines Marketingkonzepts), sowie die absatzpolitischen Instrumente erläutert. Das Modul führt zudem die Studierenden in die betrieblichen Teilbereiche der Beschaffung, Produktion und Logistik ein, die sowohl aus institutioneller als auch aus prozessorientierter Sichtweise behandelt werden. Es werden aktuelle Konzepte und Werkzeuge aus der Praxis vorgestellt (z.B. Materialwirtschaft), die für das effiziente Management aller Aktivitäten entlang der gesamten Supply Chain vom Rohstofflieferanten bis zum Endkunden notwendig sind.

Studienleistung
Prüfungsleistung

Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung.
Klausur (120 Minuten)

Medienformen
Literatur

Tafelbild / Video / Beamer

In der jeweils aktuellen Auflage*:

Becker, 2005. Personalentwicklung, 4. aktualisierte und überarbeitete Aufl. Stuttgart:

Schäffer-Poeschel.

Berthel, 2007. Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher

Personalarbeit, 8. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Bröckermann, 2009. Personalwirtschaft, 5. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Di Pietro, 1992. Erfolgszentren für öffentliche Verwaltungen. Göttingen: Cuviller Verlag.

Hentze, Kammel, 2001. Personalwirtschaftslehre 2, 6. Aufl. Stuttgart: utb.

Holtbrügge, 2013. Personalmanagement, 5. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.

Homburg, 2010. Personalmanagement, 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler.

Jung, 2010. Personalwirtschaft, 9. Aufl. München: Oldenbourg De Gruyter.

Lisges, Schübbe, 2009. Personalcontrolling, 3. Aufl. Freiburg: Haufe.

Oechsler, 2006. Personal und Arbeit. 8. Aufl. München: Oldenbourg.

Raffée, H., 1974. Grundprobleme der Betriebswirtschaftslehre. Verlag Vandenhoeck und Ruprecht.

Scherm, Pietsch, 2007. Organisation. München: Oldenbourg.

Scherm/Süß, 2011. Personalmanagement, 2. Aufl. München: Vahlen.

Selchert, Friedrich W., [*]. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH

Slogar, 2020. Die agile Organisation, 2. Aufl. München: Carl Hanser Verlag

Wöhe, G., Döring, U., Brösel, G., 2013 [*]. Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München: Verlag Franz Vahlen.

Kümmer, S., Grün, O., Jammernegg, W., 2018. Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 4. Aufl. Verlag: Pearson Studium.

Domizlaff, H.: Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik, 2005, 7. Auflage, Marketing Journal

Ergenzinger, R. Zenhäusern, R., Ergenzinger, R., Janoschka, A., Thommen, J.-P., Marketing. Konzepte – Strategien – Instrumente – Controlling, 2020, Versus

Kotler, P., Keller, K.L., Opresnik, M.O., Marketing-Management, 2017, 15. Auflage, Pearson

Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M., Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 2019, 13. Auflage, Springer Gabler

Zschiesche, A., Errichiello, O.: Marke statt Meinung. Die Gesetze der Markenführung in 50 Antworten, 2019, 1. Auflage, GABAL

Becker, J., [*]. Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements. München: Verlag Franz Vahlen.

Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A., [*]. Konsumentenverhalten. München: Verlag Franz Vahlen.

Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M., [*]. Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte Instrumente Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Triales Modell, Ausbildungsrichtung Bank: Teil-Modulprüfung Personal in Form einer Klausur Ende des 2. Semesters

Triales Modell, Ausbildungsrichtung Steuern: Teil-Modulprüfung Personal in Form einer Klausur Ende des 2. Semesters; Teil-Modulprüfung Organisation und ABWL in Form einer Klausur Ende des 4. Semesters

Triales Modell, Ausbildungsrichtung Industrie: vollständige Anerkennung des Moduls

Hinweis

durch erworbene Kenntnisse an der Berufsschule

1. Semester

Modul 211004

Prüfungsnummern 211004-1

Betriebliche Steuerlehre

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Betriebliche Steuerlehre
Englische Modulbezeichnung	Lecture in Operational Taxation
Kurztitel	Betriebliche Steuerlehre
Semesterinfo	1. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Utz Küster
Dozent*in	StBin Nele Böttger
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung / Übung
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand	120
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	4
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Veranstaltung dient der Vermittlung steuerrechtlichen Grundlagenwissens. Die Studierenden erlernen die Methodik zur Bearbeitung steuerrechtlicher Fragestellungen am Maßstab einfachgesetzlicher, verfassungs- und europarechtlicher Regelungen. Systematisch erworbene Rechtskenntnisse werden durch die Bearbeitung praxisrelevanter Fallgestaltungen vertieft.
Inhalt	Überblick über die deutsche Steuerrechtsordnung, Grundbegriffe des nationalen und internationalen Steuerrechts, Nationales Steuerrecht im Lichte verfassungsrechtlicher Regelungen, Einflüsse des Europarechts, Einkommensteuerrecht, praktische Fallbeispiele
Studienleistung	Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung.
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Medienformen	Interaktives Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overhead / Beamer
Literatur	Grasshoff/Mach, Grundzüge des Steuerrechts, Verlag C.H. Beck

Stand: 16.01.2026

Hinweis

Triales Modell, Ausbildungsrichtungen Bank und Industrie müssen dieses Modul belegen

Triales Modell, Ausbildungsrichtungen Steuern: vollständige Anerkennung des Moduls durch erworbene Kenntnisse an der Berufsschule

1. Semester

Modul 210002

Prüfungsnummern 210002-1

Kosten- /Leistungsrechnung

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Kosten- /Leistungsrechnung
Englische	Cost Accounting
Modulbezeichnung	
Kurztitel	KLR
Semesterinfo	1. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ralf Kesten
Dozent*in	Prof. Dr. Ralf Kesten
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach der Modulteilnahme sind die Studierenden in der Lage, die Ziele, die Aufgaben und die Bereiche der Kosten- und Leistungsrechnung zu benennen, Unternehmensprozesse im Rahmen der Kostenrechnung zu erkennen und die Auswirkungen auf die operative Erfolgslage im unternehmerischen Kerngeschäft zu verstehen und zu erklären. Die Studierenden können die vermittelten Methoden auf der Grundlage praxisnaher Fallbeispiele erläutern und anwenden.
Inhalt	Einführung und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens, Überleitung vom externen zum internen Rechnungswesen (Erfolgsspaltung), Ziele und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung, Bereiche der Kosten- und Leistungsrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung), Verfahren der innerbe-

	trieblichen Leistungsverrechnung und Abweichungsanalysen im Rahmen der Kostenstellenrechnung, Kostenträgerstückrechnungen (insb. Divisions-, Äquivalenzziffern- sowie Zuschlagskalkulationen), Betriebsergebnisrechnungen nach Gesamt- und Umsatzkostenverfahren, Grundzüge der Deckungsbeitrags- sowie der Prozesskostenrechnung.
Studienleistung	Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Medienformen	Lehrgespräch/Beamer/Tafelarbeit/Gruppenarbeit
Literatur	Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement; Mumm, M.: Kosten- und Leistungsrechnung; Schmidt, A.: Kostenrechnung (jeweils in der aktuellsten Auflage).
Hinweis	Triales Modell, Ausbildungsrichtung Bank: Modulprüfung in Form einer Klausur Ende des 4. Semesters Triales Modell, Ausbildungsrichtung Steuern: Modulprüfung in Form einer Klausur Ende des 4. Semesters Triales Modell, Ausbildungsrichtung Industrie: vollständige Anerkennung des Moduls durch erworbene Kenntnisse an der Berufsschule

1. Semester

Modul 211005

Prüfungsnummern 211005-1

Wirtschaftsmathematik

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Wirtschaftsmathematik
Englische	Business mathematics
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Wirt.Math
Semesterinfo	1. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Dagmar Schröder
Dozent*in	Dipl. Math. Dagmar Schröder
Sprache	deutsch
Lehrform	50% Vorlesung und vertiefendes Lehrgespräch und 50% Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Kenntnisse der höheren Schulmathematik
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach dem erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage • die grundlegenden mathematischen Verfahren und Methoden für betriebswirtschaftliche Entscheidungen zu verstehen und zu erläutern. • an einfachen Aufgabenstellungen die geeigneten Modelle zu beschreiben und anzuwenden. • Einfache Problemstellungen zu diskutieren und dabei theoretisch und methodisch zu argumentieren.
Inhalt	In der Veranstaltung wird Analysis, insb. Folgen und Reihen, sowie die Differential- und Integralrechnung behandelt.
Studienleistung	Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Medienformen	Tafel/ Skript/ Beamer

Literatur

Arrenberg, J. (2020). Wirtschaftsmathematik für Bachelor. 6. überarb. u. erw. Aufl., Verlag: UVK Verlag.

Hinweis

Triales Modell, alle Ausbildungsrichtungen: Prüfung in Form einer Klausur am Ende des 2. Semesters

1. Semester

Modul 211006

Prüfungsnummern 211006-1

Wirtschaftsinformatik I

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
Teilnahmepflicht Pflichtfach
Modulbezeichnung Wirtschaftsinformatik I
Englische Computer Science I for Business
Modulbezeichnung
Kurztitel Winfo I
Semesterinfo 1. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung Prof. Dr. Christoph Blaue
Dozent*in Dipl.#Kfm. (FH) Reinhard Hansjosten
Sprache deutsch
Lehrform Vorlesung und Übung
SWS 4 SWS
Arbeitsaufwand 150
 Präsenzstudium 60
 Eigenstudium 90
Kreditpunkte 5
Empfohlene Keine
Vorkenntnisse
Voraussetzungen Keine
Lernziele / Kompetenzen

Inhalt

Die Studierenden lernen die für die betriebswirtschaftliche Entscheidungen relevanten Sachverhalte der technischen, der angewandten und der praktischen Informatik kennen und verstehen deren Auswirkungen auf die Effizienz unternehmerischer Prozesse. Sie können ausgewählte Aufgabenstellung anhand nichttriviale Excel Sheets lösen. Zudem können die Studierenden die Excel# Schnittstelle zu VBA anwenden. Sie können die Elemente einfacher Programme in einer prozeduralen Programmiersprache wiedergeben.

Inhalte des Moduls sind:

- Theoretische Grundlagen der technischen und praktischen Informatik
- Betriebswirtschaftliche Problemlösungen mit Office Software (Excel)
- Einfache Elemente von Programmiersprachen (Einführung)

Studienleistung	Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Medienformen	Tafel/Beamer/PC#Labor
Literatur	Microsoft Referenzhandbücher in der jeweils aktuellen Ausgabe Kessel, T. und Vogt, M. (2018). Wirtschaftsinformatik Schritt für Schritt. Arbeitsbuch 2. erw. Aufl., Verlag: UVK Verlag.
Hinweis	Triales Modell, alle Ausbildungsrichtungen: Teilprüfung in Form einer Klausur am Ende des 2. Semesters

1. Semester

Modul 211003

Prüfungsnummern 211003-1

Wirtschaftsprivatrecht BWL u. TM Bank

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Wirtschaftsprivatrecht BWL u. TM Bank
Englische Modulbezeichnung	Private Business Law
Kurztitel	Wirtschaftsprivatrecht BWL
Semesterinfo	1. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Thomas Haack
Dozent*in	Prof. Dr. Thomas Haack
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand	120
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	4
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die Struktur der deutschen Rechtsordnung und insbesondere des Zivilrechts. Sie bearbeiten praxisrelevante Rechtsfragen im Zusammenhang mit dem wirtschaftlichen Handeln von Unternehmen. Sie lösen juristische Fragestellungen, insbesondere im Hinblick auf Prozessrisiken. Sie analysieren juristische Risiken mit strukturierter, methodisch korrekter Vorgehensweise und führen juristische Probleme einem praxisgerechten Lösungsansatz zu.
Inhalt	Inhalte des Moduls sind: • Überblick über die deutsche Rechtsordnung • Aufbau des BGB und Entstehungsgeschichte des Privatrechts • Einführung in das juristische Arbeiten und Denken • Allgemeiner Teil des BGB • Schuldrecht

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung
Klausur / Take#Home#Klausur (120 Minuten)
Tafelarbeit / Interaktives Lehrgespräch
Brox, Hans/Walker, Wolf#Dietrich, Allgemeines Schuldrecht,
München, in der jeweils aktuellen Auflage

Brox, Hans/Walker, Wolf#Dietrich, Besonderes Schuldrecht,
München, in der jeweils aktuellen Auflage

Metzler#Müller, Karin/Balleis, Kristina u. a., BGB AT, Mit Ein-
führung in das Recht, München, in der jeweils aktuellen Auflage

Wertenbruch, Johannes, BGB Allgemeiner Teil, München, in der
jeweils aktuellen Auflage

Hinweis

Triales Modell, alle Ausbildungsrichtungen: vollständige Anerken-
nung des Moduls durch erworbene Kenntnisse an der Berufsschule

1. Semester

Modul 232060

Prüfungsnummern 232060-1

Intercultural Management

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Wahlpflichtfach
Modulbezeichnung	Intercultural Management
Englische	Intercultural Management
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Intercultural Management
Semesterinfo	1. Semester This module is based on the duration of the respective semester and starts with the announced beginning of the lectures and ends respectively. The module is offered in the winter semester.
Modulverantwortung	Sonja Göttel
Dozent*in	Sonja Göttel
Sprache	englisch
Lehrform	Seminar
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	none
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	none
Lernziele / Kompetenzen	On the basis of a holistic understanding of culture, the students will gain competencies for understanding (inter-)cultural aspects and dimensions and analyse and discuss their importance for business practice. They will be able to reflect on their own and foreign cultures and develop intercultural competence and increased intercultural sensitivity. They will be able to critically discuss, analyse and reflect relevant literature and selected case studies, identify central issues and transfer possible solutions for selected problems. Through panel discussions and group work, the students will deepen their competencies in teamwork, critical thinking, analytical proficiency, and discussion and presentation skills.
Inhalt	The tourism industry is per definition set up within a multicultural working atmosphere. Dealing with tourists from all over the world as well as often working together in a multi-national team and with cooperation partners worldwide requires intercultural sensitivity

and intercultural competence to reflect and understand one's own as well as foreign cultures. Given increased globalization and new emerging markets, the quest for intercultural competence will even become more important in the future. The course gives a comprehensive introduction to intercultural management. Based on a holistic understanding of the term culture different aspects and dimensions of culture will be displayed, discussed and reflected upon their impacts on business practice. The course will cover the following main topics:

- definition of culture and intercultural management
- cultural theories and dimensions
- intercultural communication
- intercultural impacts on business practice
- working with international teams
- intercultural management & leadership
- intercultural marketing

The module contributes to the SDG's goals no 4 Quality education, no 10 Reduced inequalities, and no. 16 Peace, justice and strong institutions.

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Written exam (120 minutes), 100%
projector, internet, laptop, video, literature study, case studies, moderation box

Literatur

Deresky, H., Miller, S.R., 2022. International Management Managing Across Borders and Cultures. Text and Cases. 10. ed. London: Pearson.

Hofstede, G., Hofstede G.J., Minkov, M., 2010. Cultures and Organizations. Software of the mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. 3. ed. New York City: McGrawHill.

Hofstede, G., 2003. Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. 2. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.

House, R.J., Hanges, P.J., Javidan, M., et al., 2004. Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE Study of 62 Societies. 3. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Lewis, R.D., 2012. When teams collide. Managing the international team successfully. London and Boston: Nicholas Brealey International.

Lewis, R.D., 2018. When cultures collide. Leading across cultures. 4. ed. London and Boston: Nicholas Brealey International.

Meyer, E., 2016. The Culture Map. Decoding how people think, lead, and get things done accross cultures. New York City: Public Affairs.

Maude, B., 2016. Managing Cross-Cultural Communication. Principles and Practice. 2. ed. Basingstoke: Palgrave.

Moran, R.T., Harris, P.R., Moran, S.V., 2018. Managing Cultural Differences. Leadership skills and strategies for working in a global world. 10. ed. London: Routledge.

Trompenaars, F., Hampden-Turner, C., 2020. Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business: Understanding Cultural Diversity in Business. 4. ed. London and Boston: Nicholas Brealey International.

Further literature will be announced in the course.

Hinweis

Modul 211011

Prüfungsnummern 211011-1

Statistik I Spezielle BWL-Anwendung

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Statistik I Spezielle BWL-Anwendung
Englische	Statistics I
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Statistik I Spezielle BWL-Anwendung
Semesterinfo	2. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Dagmar Schröder
Dozent*in	Dipl. Math. Dagmar Schröder
Sprache	deutsch
Lehrform	50% Vorlesung und vertiefendes Lehrgespräch und 50% Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Wirtschaftsmathematik (Modul 10004)
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Lage, die grundlegenden statistischen Verfahren und Methoden für betriebswirtschaftliche Entscheidungen zu verstehen und zu erläutern. Sie können die geeigneten Modelle beschreiben und wenden sie an einfachen Aufgabenstellungen an. Sie diskutieren Problemstellungen und argumentieren dabei theoretisch und methodisch. In der Veranstaltung werden lineare Gleichungssysteme, Kenngrößen der beschreibenden Statistik und Analyseverfahren der Statistik behandelt.
Inhalt	
Studienleistung	Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Medienformen	Tafel/ Skript / Beamer
Literatur	Arrenberg, J. (2021). Wirtschaftsstatistik: 77 Aufgaben, die Bachelorstudierende beherrschen müssen. 2. überarb. Aufl., Verlag: UVK Verlag.

Hinweis

Triales Modell, alle Ausbildungsrichtungen: Prüfung in Form einer Klausur am Ende des 4. Semesters

2. Semester

Modul 210007

Prüfungsnummern 211007-1

Investition u. Finanzierung

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Investition u. Finanzierung
Englische Modulbezeichnung	Capital investment and finance
Kurztitel	Invest.Finanz.
Semesterinfo	2. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Dr. Morten Friedrichsen
Dozent*in	Dr. Morten Friedrichsen Prof. Dr. Ralf Kesten
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Mathematik
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Investition: Die Studierenden lernen Instrumente zur Auswahl, Planung, Analyse und Beurteilung verschiedener Arten von Investitionen kennen und wenden geeignete Verfahren der Investitionsrechnung auf ausgewählte Sachverhalte an. Sie werden in die Lage versetzt, die Lösungen auf sicherer fachlicher Basis wiederzugeben (Diskussionen im Plenum), differenziert zu analysieren und korrekt einzuordnen. Finanzierung: Nach der Modulteilnahme sind die Studierenden in der Lage, die Ziele und Aufgaben der Unternehmensfinanzierung zu benennen, die Auswirkungen auf die Vermögens#, Erfolgs# und insbesondere Finanzlage in Unternehmen zu verstehen und zu erklären. Die Studierenden können die vermittel-

Inhalt

ten Finanzierungsformen auf der Grundlage praxisnaher Fallbeispiele erläutern und anwenden.

Im Modul erfolgt die Wissensvermittlung und Befähigung zur Anwendung von Methoden im Rahmen folgender Themengebiete der Investitionsrechnung: Grundlagen der Investitionsrechnung; statische Verfahren; dynamische Verfahren; wirtschaftliche Nutzungsdauer und optimaler Ersatzzeitpunkt; Berücksichtigung von Steuern; Berücksichtigung von Unsicherheit; Nutzwertanalyse.

Im Modul erfolgt die Wissensvermittlung und Befähigung zur Anwendung von Methoden im Rahmen folgender Themengebiete der Finanzierung: Finanzierungsbegriff, finanzielles Gleichgewicht und Cashflow, Fristentransformation, Außen# versus Innenfinanzierung, Eigenkapitalfinanzierung (insb. Aktienemission), langfristige Fremdkapitalfinanzierung (insb. unverbriefte Darlehen und Anleihen), Leasing versus (Kredit#)Kauf, Mezzanine Finanzierungsformen, Formen der Innenfinanzierung (insb. Finanzierung aus Rückstellungs# und Abschreibungsgegenwerten), Überblick zu wichtigen Finanzierungsderivaten.

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung
Klausur (120 Minuten)

Tafelarbeit/Beamer

Dörsam, P.: Grundlagen der Investitionsrechnung, in der jeweils aktuellen Auflage

Kesten, R.: Finanzierung in Fällen und Lösungen, in der jeweils aktuellen Auflage

Kesten, R.: Finanzwirtschaft klipp & klar, in der jeweils aktuellen Auflage

Wöhe, G., Bilsstein, J., Ernst, D., Häcker, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, in der jeweils aktuellen Auflage

Hinweis

Triales Modell, Ausbildungsrichtung Bank: Teil-Modulprüfung
Investition in Form einer Klausur Ende des 4. Semesters

Triales Modell, Ausbildungsrichtung Steuern: Teil-Modulprüfung
Finanzierung in Form einer Klausur Ende des 2. Semesters;

Teil-Modulprüfung Investition in Form einer Klausur Ende des 4. Semesters

Triales Modell, Ausbildungsrichtung Industrie: Teil-Modulprüfung
Investition in Form einer Klausur Ende des 4. Semesters

Modul 211010

Prüfungsnummern 211010-1

Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten
Englische	Seminar on academic writing
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten
Semesterinfo	2. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hanno Kirsch
Dozent*in	Verschiedene
Sprache	deutsch
Lehrform	Seminar
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand	120
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden erwerben eigenständig ein vorgegebenes Thema innerhalb einer vorgegebenen Frist wissenschaftlich bearbeiten. Sie wissen, wie eine wissenschaftliche Arbeit strukturiert aufgebaut wird. Sie können zudem gängige Verfahren der Zitation und Literaturrecherche anwenden. Die Studierenden können zudem Wissen in einem betriebswirtschaftlichen Themengebiet wiedergeben (abhängig von DozentIn).
Inhalt	Thematischer Inhalt abhängig von DozentIn: z.B. Entscheidungstheorie, Marketing, Personalwirtschaft, Internationales Management, Steuerrecht, Existenzgründung, Finanzdienstleistungen. Wissenschaftliches Arbeiten: Zitationsordnung des FB Wirtschaft, Zitationstechniken, Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit, Recherchen, Quellenarbeit, Zeitmanagement.

Studienleistung	Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung.
Prüfungsleistung	Hausarbeit (15 Seiten), Präsentation (15 Minuten)
Medienformen	Beamer / eigene Arbeit am Rechner mit Powerpoint / Tafelarbeit / Overheadprojektion / Internet
Literatur	Lehmann, G. (2022). Wissenschaftliche Arbeiten - zielwirksam verfassen und präsentieren, Ergebnisse publizieren und umsetzen. 8. überarb. Aufl., Verlag: Narr Francke Attempto Verlag.
Hinweis	

2. Semester

Modul 211009

Prüfungsnummern 211009-1

Business English I

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Business English I
Englische	Business English I
Modulbezeichnung	
Kurztitel	BusEngl I
Semesterinfo	2. Semester This course is based on the duration of the respective semester and starts with the announced beginning of the lectures and ends respectively. The course is offered in the summer semester.
Modulverantwortung	Ciara Colgan
Dozent*in	David Carolan, Ciara Colgan, Elisabeth Petersen
Sprache	englisch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Level B1 of CEFR (equivalent to English after Realschule
Vorkenntnisse	graduation). For more information refer to www.cam-bridgesol.org/exams/exams#info/cefr.html
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Skills: This course will enable students to read articles from business media, follow lectures and discuss a range of business topics. Students will learn how to participate in meetings and how to write action minutes. The four skills: speaking, listening, reading and writing, will be practised extensively. Personal competences: Students will work in pairs and groups to analyse, discuss, and negotiate case studies as well as learning and producing various forms of internal communication. The emphasis this semester will be on improving communication skills in conversation, networking, socialising, and business meetings.

Inhalt	This introductory course to Business English serves as a refresher course as well as an introduction to business terms used in the business sector. Possible topics include: brands and advertising, finance, organizational structures, business travel, managing international meetings, negotiating across cultures, as well as general business correspondence.
Studienleistung	Regular attendance is expected
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Medienformen	Use of various media
Literatur	Cotton, D., Falvey, D., Kent, S.: Market Leader Intermediate (in der jeweils aktuellen Auflage) ISBN: 978#1#4082#3956#6
	Recommended reference literature:
	Murphy, R. (2012) English Grammar in use. Cambridge: Cambridge University Press.
	Mascull, B. (2002) Business Vocabulary in Use. Cambridge: Cambridge University Press.
Hinweis	Triales Modell, alle Ausbildungsrichtungen: vollständige Anerkennung des Moduls durch erworbene Kenntnisse an der Berufsschule

2. Semester

Modul 211012

Prüfungsnummern 211012-1

Wirtschaftsinformatik II

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Wirtschaftsinformatik II
Englische Modulbezeichnung	Computer Science II for Business
Kurztitel	Winfo II
Semesterinfo	2. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Christoph Blaue
Dozent*in	Dipl.-Kfm. (FH) Reinhard Hansjosten
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden Techniken der Programmierung anwenden, um ausgewählte Programme mit grafischer Benutzerschnittstelle erstellen. Sie kennen die Entwicklungsumgebung und können Programmbibliotheken in ihren eigenen Programmen verwenden.
Inhalt	Es wird die .Net-Umgebung mit C# eingesetzt. Inhalte sind: • Struktur von objektorientierten Anwendungen • Verwendung externer Bibliotheken • Datentypen • Anweisungen (Wertzuweisung, bedingte Anweisungen, Schleifen, Funktionen und Funktionsprozeduren) • Anbindung von Office Standardsoftware
Studienleistung	Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung.
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)

Medienformen
Literatur

Tafel/ Skript/ Beamer/ PC-Labor
Aktuelle Ausgabe der Microsoft Referenzhandbücher
Kessel, T. und Vogt, M. (2018). Wirtschaftsinformatik Schritt für Schritt. Arbeitsbuch 2. erw. Aufl., Verlag: UVK Verlag.

Hinweis

2. Semester

Modul 210008

Prüfungsnummern 211008-1

Bilanzierung

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Bilanzierung
Englische	Financial Accounting
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Bilanzierung
Semesterinfo	2. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ralf Kesten
Dozent*in	Prof. Dr. Ralf Kesten
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Grundlagenkenntnisse in Buchführung
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach der Modulteilnahme sind die Studierenden in der Lage, die Ziele und Aufgaben der handelsrechtlichen Bilanzierung im Einzelabschluss von Unternehmen zu benennen, die Auswirkungen der Bilanzierungsgrundsätze auf die Vermögens#, Erfolgs# und Finanzlage in Unternehmen zu verstehen und zu erklären. Die Studierenden können die vermittelten Bewertungsvorschriften bzw. #möglichkeiten auf der Grundlage praxisnaher Fallbeispiele erläutern und anwenden.
Inhalt	Ziele, Umfang und Grundsätze der handelsrechtlichen Bilanzierung im Einzelabschluss von Personen# und Kapitalgesellschaften, Grundzüge der Buchführung, Aufbau und Funktionsweise von Bilanz sowie von Gewinn# und Verlustrechnungen nach dem

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Gesamt# und Umsatzkostenverfahren, Bilanzierung ausgewählter Bilanzpositionen und Unternehmensprozesse.

Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung.
Klausur (120 Minuten)

Skript/ Power#Point Präsentation/ Tafel

Handelsgesetzbuch (HGB); Coenenberg/Haller/u.a.: Einführung in das Rechnungswesen, Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung; Döring/Buchholz: Buchhaltung und Jahresabschluss; Krag/Möller: Rechnungslegung: Grundlagen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses; Wüstemann: Buchführung case by case, alle in der jeweils aktuellen Auflage

Hinweis

Triales Modell, Ausbildungsrichtung Bank: Teilprüfungen in Form einer Klausur Ende des 2. und 4. Semesters

Triales Modell, Ausbildungsrichtung Steuern: vollständige Anerkennung des Moduls durch erworbene Kenntnisse an der Berufsschule

Triales Modell, Ausbildungsrichtung Industrie: vollständige Anerkennung des Moduls durch erworbene Kenntnisse an der Berufsschule

3. Semester

Modul 211016

Prüfungsnummern 211016-1

Sustainability Management

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Sustainability Management
Englische Modulbezeichnung	Sustainability Management
Kurztitel	Sustainability Management
Semesterinfo	3. Semester This course is based on the duration of the respective semester and starts with the announced beginning of the lectures and ends respectively. The course is offered in the winter semester.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Dozent*in	Verschiedene
Sprache	englisch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Business English I
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	This module teaches the basics and gives comprehensive insights into the sustainability management of companies and organizations. Students get to know the most important approaches of operational sustainability management and can reproduce the basic principles of sustainable strategy development as well as anchor them in different operational functional areas. The students know selected instruments of sustainability controlling and sustainability assessment through standards and can apply them to selected practical examples.
Inhalt	• Ethical foundations of corporate sustainability management • Development of sustainability strategies for the reorientation of companies • Leadership for sustainable business • Environmental management systems (e.g. ISO 14001 or EMAS)

- Social standards in national and international frameworks (SA 8000, ISO 45001, ISO 26000, Supply Chain Due Diligence Act)
- Integrated management systems and sustainability controlling sustainability reporting

Studienleistung
Prüfungsleistung

Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung.
Portfolioprüfung (Gruppenarbeit, Hausarbeit 5 Seiten, Gruppen-Präsentation 15 Minuten)

Medienformen
Literatur

Tafel/ Beamer/ Skript
Baumast, A., Pape, J. (2022). Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, 2. vollst. überarb. Aufl., Verlag: Ulmer.

Hinweis

Modul 211015

Prüfungsnummern 211015-1

Statistik II

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Statistik II
Englische Modulbezeichnung	Statistics II
Kurztitel	Statistik II
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Dagmar Schröder
Dozent*in	Dipl. Math. Dagmar Schröder
Sprache	deutsch
Lehrform	50% Vorlesung und vertiefendes Lehrgespräch und 50% Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Wirtschaftsmathematik (Modul 10004), Statistik I (Modul 10042)
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach dem erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die grundlegenden statistischen Verfahren und Methoden für betriebswirtschaftliche Entscheidungen zu verstehen und zu erläutern. • an einfachen Aufgabenstellungen die geeigneten Modelle zu beschreiben und anzuwenden. • einfache Problemstellungen zu diskutieren und dabei theoretisch und methodisch zu argumentieren.
Inhalt	In der Veranstaltung wird die klassische Wahrscheinlichkeitsrechnung, Verteilungen und Stichprobentheorie behandelt.
Studienleistung	Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung.
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Medienformen	Tafel/ Beamer/ Skript

Literatur

Arrenberg, J. (2021). Wirtschaftsstatistik: 77 Aufgaben, die Bachelorstudierende beherrschen müssen. 2. überarb. Aufl., Verlag: UVK Verlag.

Hinweis

3. Semester

Modul 210017

Prüfungsnummern 211017-1

Volkswirtschaftslehre

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Volkswirtschaftslehre
Englische Modulbezeichnung	Economics
Kurztitel	VWL
Semesterinfo	3. Semester Bachelorstudiengang MuT, Pflichtmodul, PO 2012, 2016, 2019. Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Dr. Morten Friedrichsen
Dozent*in	Dr. Morten Friedrichsen
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden lernen grundlegende Themengebiete der Volkswirtschaftstheorie kennen, um wirtschaftspolitische Ereignisse und Prozesse begreifen und bewerten zu können. Dazu werden Sie in die Lage versetzt, sich Fachpublikationen inhaltlich zu erschließen und kritisch zu beurteilen. Sie erwerben die Kompetenz zur selbstständigen Anwendung volkswirtschaftlicher Methoden und Modelle und zur kritischen Reflektion ihrer Lösungen. Die Studierenden erwerben die Kompetenz, Argumentationen und Stand-

punkte fachlich sicher vor Fachpersonen und im Plenum zu vertreten.

Inhalt

Wissensvermittlung und Befähigung zur Anwendung von Methoden und Modellen im Rahmen folgender Themengebiete: Grundlagen und elementare Modelle der Volkswirtschaftslehre; Haushaltstheorie; Märkte und Preisbildung; Wirtschaftstheorien und -ordnungen; Ziele des Stabilitätsgesetzes; Umweltpolitik; Angebots- und Nachfragepolitik.

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Klausur (120 Minuten)

Diverse

Baßeler, U., Heinrich, J., Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, in der jeweils aktuellen Auflage

Mankiw, N.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, in der jeweils aktuellen Auflage

Hinweis

Triales Modell, Ausbildungsrichtungen Bank und Steuern müssen dieses Modul belegen

Triales Modell, Ausbildungsrichtungen Industrie: vollständige Anerkennung des Moduls durch erworbene Kenntnisse an der Berufsschule

3. Semester

Modul 211013

Prüfungsnummern 211013-1

Business English II

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Business English II
Englische	Business English II: Business Communication and Presentations
Modulbezeichnung	
Kurztitel	BusEngl II
Semesterinfo	3. Semester This course is based on the duration of the respective semester and starts with the announced beginning of the lectures and ends respectively. The course is offered in the winter semester.
Modulverantwortung	Ciara Colgan
Dozent*in	David Carolan, Ciara Colgan-Buchenau, Elisabeth Petersen
Sprache	englisch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Command of the material covered in Business English I (2nd semester).
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	

Skills:

It should enable students to read more challenging texts, follow lectures and discuss a wider variety of business topics. Students will apply what they have learnt to participate in meetings, how to create a business report as well as visualising and explaining charts and diagrams. Key skills: speaking, listening, reading, and writing will be further developed.

Personal competences:

Students will work in pairs and groups to analyse, discuss, and negotiate case studies. Presentation skills will be practised extensively and students will prepare and hold presentations in teams. By working in teams, students will further develop their communication and problem-solving skills. On completion of this course, students should reach level B2.

Inhalt

The aim of this course is to consolidate the content and vocabulary acquired in the introductory Business English I course as well as introducing new business subjects. Possible topics include: human resources, working across cultures, international trade, ethics, leadership and competition.

Studienleistung

Regular attendance is expected.

Prüfungsleistung

Written exam (60 minutes), group presentations (15 minutes)

Medienformen

Use of various media

Literatur

Cotton, D., Falvey, D., Kent, S.: Market Leader Intermediate (in der jeweils aktuellen Auflage) ISBN: 978-1-4082-3956-6

Recommended reference literature:

Murphy, R. (2012) English Grammar in use. Cambridge: Cambridge University Press.

Mascull, B. (2002) Business Vocabulary in Use. Cambridge: Cambridge University Press.

Hinweis

3. Semester

Modul 211014

Prüfungsnummern 211014-1

PS Präsentationstechniken

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	PS Präsentationstechniken
Englische Modulbezeichnung	Seminar on presentation skills
Kurztitel	PS Prä.
Semesterinfo	3. Semester Nur TM Steuern Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hanno Kirsch
Dozent*in	verschiedene
Sprache	deutsch
Lehrform	Seminar
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	120
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, wie Informationen mithilfe von Standardsoftware visualisiert werden kann. Sie können eine strukturierte und wirkungsvolle Präsentation aufbauen und zu halten. Die Studierenden geben zudem Kenntnisse in einem ausgewählten betriebswirtschaftlichen Themengebiet wieder. (abhängig von DozentIn).
Inhalt	Thematischer Inhalt abhängig von DozentIn: z.B. Volkswirtschaftslehre, Projektmanagement, Psychologie, Steuerrecht, Marketing, Interkulturelle Kommunikation, Finanzmanagement, Logistik, Sportmanagement Präsentationstechniken: Präsentation, Rhetorik, Kommunikation, Foliendesign.

Studienleistung	Visualisierungstechniken, sinnvolle Nutzung von PowerPoint, Wiederholung wissenschaftliches Arbeiten
Prüfungsleistung	Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung. Hausarbeit (12-15 Seiten), Präsentation (20 Minuten)
Medienformen	Beamer / eigene Arbeit am Rechner mit PowerPoint / Tafelarbeit / Overheadprojektion / Internet
Literatur	Lehmann, G. (2022). Wissenschaftliche Arbeiten - zielwirksam verfassen und präsentieren, Ergebnisse publizieren und umsetzen. 8. überarb. Aufl., Verlag: Narr Francke Attempto Verlag.
Hinweis	Triales Modell, Ausbildungsrichtung Steuern muss dieses Modul belegen Triales Modell, Ausbildungsrichtungen Bank und Industrie: vollständige Anerkennung des Moduls durch erworbene Kenntnisse an der Berufsschule

3. Semester

Modul 210029

Prüfungsnummern 210029-1

Human Resource Management

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Human Resource Management
Englische Modulbezeichnung	Human Resource Management
Kurztitel	Human Resource Management
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester in deutscher Sprache und im Sommersemester in englischer Sprache angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Susanne Liebermann
Dozent*in	Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben vertieftes Fachwissen im strategischen und operativen Personalmanagement. Sie sind mit dem gesamten Ablauf der Personalbeschaffung vertraut. Sie können zwischen quantitativer und qualitativer Personalbedarfsplanung unterscheiden, die Vor- und Nachteile interner und externen Beschaffung erläutern sowie den Prozess der Personalbeschaffung darstellen und zeitlich terminieren. Die Studierenden kennen den organisatorischen und zeitlichen Ablauf des Bewerbungsverfahrens, wissen, wie Bewerbungsunterlagen analysiert

und ausgewertet werden, und wie ein Vorstellungsgespräch geführt wird. Sie können unterschiedliche Testverfahren unterscheiden und kennen die Grundbestandteile eines Arbeitsvertrags.

Im Bereich der Personalbeurteilung können sie die Ablaufschritte und unterschiedlichen Formen der Personalbeurteilung benennen. Sie sind mit Verfahren zur analytischen Personalbeurteilung vertraut und kennen die Kriterien zur Potential- und Leistungsbeurteilung. Zudem können sie unterschiedliche inter- und intra-personelle sowie situativen Beurteilungsfehler unterscheiden und erkennen. Die Studierenden kennen die Ziele der Personalentwicklung sowohl aus Arbeitgeber- als auch Arbeitnehmersicht und können unterschiedliche Formen bzw. -typen erläutern. Sie wissen, wie Personalbeurteilungs- und Jahresgespräche geplant und durchgeführt werden und kennen die Phasen der selbstgesteuerten Personalentwicklung.

Die Studierenden kennen unterschiedliche Theorien und Studien zum Thema Arbeitszufriedenheit und Mitarbeitermotivation und wissen, welche Faktoren die Mitarbeiterbindung und -motivation positiv sowie negativ beeinflussen können.

Sie sind mit unterschiedlichen Formen der Personalbetreuung und des Personalservices, den Grundzügen der Personalentlohnung sowie den Möglichkeiten und Grenzen der Arbeitszeit- und Arbeitsplatzgestaltung vertraut.

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Personalfreisetzung, u.a. die unterschiedlichen Formen von Kündigungen, rechtliche Grundlagen und Voraussetzungen. Im Bereich des Personalcontrollings sind ihnen unterschiedliche Personalkennzahlen bekannt und sie sind in der Lage, ausgewählte Kennzahlen zu berechnen.

Durch die Bearbeitung von Fallstudien werden zudem soziale Kompetenzen, wie ganzheitliches Denken, Teamarbeit und Kommunikationsfähigkeit geschult.

Inhalt

- Personalplanung und -beschaffung
- Personalbeurteilung
- Personalentwicklung
- Arbeitszufriedenheit und Mitarbeitermotivation
- Anreizsysteme und Personalbetreuung
- Personalvergütung
- Arbeitszeitgestaltung
- Arbeitsplatzgestaltung
- Personalfreisetzung
- Personalcontrolling

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen

Klausur (120 Minuten)
Tafelbild / Video / Beamer

Literatur

Bröckermann. Personalwirtschaft. Stuttgart: Schäfer-Poeschel. In der jeweils aktuellen Auflage.

Becker. Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. Stuttgart: Schäfer-Poeschel. In der jeweils aktuellen Auflage.

Berthel. Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. Stuttgart: Schäfer-Poeschel. In der jeweils aktuellen Auflage.

Hentze, Kammel. Personalwirtschaftslehre, Teil 1. Stuttgart: utb. In der jeweils aktuellen Auflage.

Holtbrügge. Personalmanagement. Wiesbaden: Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Hutzschenreuter, 2009. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: Gabler.

Jung. Personalwirtschaft. München: Oldenbourg De Gruyter. In der jeweils aktuellen Auflage.

Lisges, Schübbe. Personalcontrolling. Freiburg: Haufe. In der jeweils aktuellen Auflage.

Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B. & Wright, P. Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage. McGrawHill Education.

Scherm, Süß. Personalmanagement. München: Vahlen. In der jeweils aktuellen Auflage.

Schermanski, 2015. FOCUS no. 17, Office sweet office – der Weg von der Arbeitszelle zur offenen Bürolandschaft., abrufbar unter: www.quantum.ag/fileadmin/Dateien/...Aktuell/QU-FOCUS_NO17_Mail.pdf

Stock-Homburg. Personalmanagement. Wiesbaden: Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Ulich. Arbeitspsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. In der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

3. Semester

Modul 211002

Prüfungsnummern 211002-1

Controlling mit SAP

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Controlling mit SAP
Englische	SAP-based Financial Controlling
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Controlling mit SAP
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hanno Drews
Dozent*in	Staatl. Geprf. Techniker Lars Hell
Sprache	deutsch
Lehrform	ca. 5% Vorlesung, 10% interaktives Lehrgespräch, 85% betreutes Arbeiten im PCLabor
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Internes Rechnungswesen / Kosten- und Leistungsrechnung
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Grundlagenkenntnisse über das Modellunternehmen IDES von SAP. Im Modul werden Ihnen die SAP-Historie und die SAP-Produkte nähergebracht. Durch eine Einführung in die Benutzeroberfläche und die Navigation im SAP-System erlernen die Studierenden die Handhabung des ERP-Systems und können Unternehmensszenarien in Fallbeispielen durchführen. Im Weiteren erhalten die Studierenden vertiefte, spezifische Anwendungskenntnisse im Modul CO. Anhand von Fallstudien, in denen Unternehmensszenarien im Modul CO angewendet werden, sind sie in der Lage, die jeweiligen Szenarien wieder zu geben und entsprechende Lösungen auszuwählen. Die vertieften

Inhalt

Controlling-Kenntnisse im Modul CO versetzen die Studierenden in die Lage, das erworbene Wissen zu praktisch umzusetzen.

- Einführung in die Grundlagen von SAP am Beispiel von IDES
- Rechnungswesen
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Einführung in die Kostenträgerrechnung
- Auftragsbezogenes Controlling
- Kundenauftragscontrolling
- Berichtswesen; Ergebnis- und Marktsegmentrechnung
- Freies Arbeiten (Fallstudie ohne Anleitung in Eigenarbeit am System umsetzen)

Studienleistung**Prüfungsleistung****Medienformen****Literatur****Hinweis**

Klausur am PC (120 Minuten)

PC-Arbeit / Beamerpräsentation / Tafelarbeit

Skript mit Fallstudien

3. Semester

Modul 211042

Prüfungsnummern 211042-1

Insights Driven Marketing

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Insights Driven Marketing
Englische	Insights Driven Marketing / Marketing Research
Modulbezeichnung	
Kurztitel	InsDrivMar
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Arnd Zschiesche
Dozent*in	Dipl. -Kfm. (FH) Oliver Franz, M.A.
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung (50 %) und Übungsanteil (50 %), Vermittlung anhand von fiktivem oder realem Fall (Auftrag)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Einführung Marketing / Tourismusmarketing
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Teilnehmer generieren aus empirischen Untersuchungen Insights für Marketingentscheidungen. Die Studierenden sollen in der Lage sein, eigenständig Lösungsansätze für marketingorientierte Fragestellungen zu entwickeln, sowie mit geeigneten Methoden selbstständig Marketingforschung mit dem Ziel Marketingfragestellungen zu lösen, zu betreiben. Hierzu erhalten sie vertiefte Kenntnis der empirischen Sozialforschung, der Verfahren der Datenerhebung und der statistischen Datenanalyse inkl. der Anwendung der nötigen Softwaretools.
Inhalt	Marketingforschung: Gegenstand; Management der betrieblichen Marktforschung; Grundbegriffe der empirischen Sozialforschung;

Datenerhebung; Datenauswertung (mit SPSS) und Interpretation;
Berichterstellung und Ergebnispräsentation.

Studienleistung
Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Klausur (120 Minuten)

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Projektarbeit in Gruppen

Skript zur Veranstaltung

Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

3. Semester

Modul 211043

Prüfungsnummern 211043-1

Markenführung I

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Markenführung I
Englische	Brand Management I: Understanding and leading the brand as an identity#oriented social gestalt system
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Marke I
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Arnd Zschiesche
Dozent*in	Prof. Dr. Arnd Zschiesche
Sprache	deutsch
Lehrform	Vertiefungsvorlesung mit Fallstudien
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Einführung Marketing / Tourismusmarketing, Konsumentenfor-
Vorkenntnisse	schung / empirische Sozialforschung
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden verstehen das komplexe Sozialphänomen Marke, seine Entstehung und wirtschaftliche Funktion, sowie die Grundgesetze langfristig orientierter Markenführung auf Basis von Selbstähnlichkeit/Identität. Sie erwerben das Wissen und die praktische Kompetenz, um eine Markenidentität ganzheitlich zu erfassen und diese auf Basis ihrer individuellen Stärken strategisch wie operativ zu führen. Sie erfassen die Marke als ein lebendes System auf Basis von Vertrauen in eine Leistung. Sie erlernen den Marketingmix, die Werbung/Kommunikation auf Basis der Markenidentität differenziert zu beurteilen und markenstärkend zu konzipieren.
Inhalt	Entstehung und gesellschaftliche Rolle von Marken, Identitätsorientierte Markenführung (Markenstauerrad etc.), Positionierungsstrategien, Marke als Gestalt- und Bündnissystem, Selbstähnlich-

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

keit, Grundlagen Markentechnik/Markensoziologie, Rolle von Vertrauen/Management positiver Vorurteile/Imagewerte, Ganzheitliche Werbe- und Kommunikationsstrategien (digital/analog).

Klausur (120 Minuten)

Beamer, Tafelarbeit

Skript zur Veranstaltung; aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften

In der jeweils aktuellen Auflage:

Aaker, D. A. Management des Markenwerts. Campus Verlag.

Domizlaff, H. Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik. Marketing Journal.

Esch, F.-R. (Hg.). Moderne Markenführung. Vahlen.

Errichiello, O., Zschiesche, A. Markenkraft im Mittelstand. Was jeder Manager von Dr.Klitschko und dem Papst lernen kann. SpringerGabler.

Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A. Konsumentenverhalten. Vahlen.

Meffert, H., Burmann, C., Koers, M. Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung. SpringerGabler.

Munzinger, U. 11 Irrtümer über Marken. So gelingen Markenaufbau und Führung, SpringerGabler.

Ries, A., Ries, L. Die Entstehung der Marken. Redline Wirtschaft.

Zschiesche, A/Errichiello, O (2018).: Marke statt Meinung. Die Gesetze der Markenführung in 50 Antworten. GABAL, Offenbach

Hinweis

3. Semester

Modul 211021

Prüfungsnummern 211021-1

Grundlagen und Arbeitsrecht

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen und Arbeitsrecht
Englische	Basic Principles of Law and Labour Law
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Grundlagen und Arbeitsrecht
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Thomas Haack
Dozent*in	Martina Haack
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung / Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die Struktur, Sinn und Funktionsweise des Arbeitsrechts und sind mit wichtigen praxisnahen Fragestellungen, beispielsweise Kündigungssachverhalten, vertraut. Sie haben einen Überblick über die Zusammenhänge des Arbeitsrechts, kennen die Unterschiede zum allgemeinen Zivilrecht und können mit arbeitsrechtlichen Normen arbeiten. Sie wenden die arbeitsrechtlichen Vorschriften mit strukturierter, methodisch korrekter Vorgehensweise auf typische betriebliche Fragestellungen an und sind in der Lage, bei auftretenden arbeitsrechtlichen Problemen kompetent zu agieren.
Inhalt	• Rechtsquellen und Funktion des Arbeitsrechts • Überblick über das Individualarbeitsrecht • Arbeitnehmerbegriff

- Zustandekommen von Arbeitsverhältnissen
- Arten von Arbeitsverhältnissen
- Rechte und Pflichten der Vertragsparteien
- Leistungsstörungen
- Beendigungsmöglichkeiten von Arbeitsverhältnissen
- Arbeitsgerichtsbarkeit
- Überblick über das kollektive Arbeitsrecht (insbesondere Tarif- und Betriebsverfassungsrecht)

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur / Take-Home-Klausur (120 Minuten)

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overheadprojektion / Beamer

Dütz, Wilhelm/Thüsing, Gregor, Arbeitsrecht, München, in der jeweils aktuellen Auflage.

Hromadka, Wolfgang/Maschmann, Frank, Arbeitsrecht Band 1, Individualarbeitsrecht, Berlin, in der jeweils aktuellen Auflage.

Junker, Abbo, Grundkurs Arbeitsrecht, München, in der jeweils aktuellen Auflage.

Larenz, Karl/Canaris, Claus-Wilhelm, Methodenlehre der Rechtswissenschaft, Berlin/Heidelberg, in der jeweils aktuellen Auflage.

Puppe, Ingeborg, Kleine Schule des juristischen Denkens, Stuttgart/Göttingen, in der jeweils aktuellen Auflage.

Reichold, Hermann, Arbeitsrecht, Lernbuch nach Anspruchsgrundlagen, München, in der jeweils aktuellen Auflage.

Wörten, Rainer/Kokemoor, Axel, Arbeitsrecht, München, in der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

3. Semester

Modul 211018

Prüfungsnummern 211018-1

Grundlagen des Eventmanagement

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen des Eventmanagement
Englische	Introduction to Eventmanagement
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Grundlagen des Eventmanagement
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Sonja Göttel
Dozent*in	MBA / M.A. Sonja Göttel
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	4 SWS Vorlesung mit interaktiven Elementen; Vermittlung des Lehrstoffes mit Diskussion und Gruppenarbeiten; seminaristischer Unterricht
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Kenntnisse über Rahmenbedingungen, Strukturen, Akteure und Instrumentarien des modernen Eventmanagements. Anhand von Literaturstudien und Fallbeispielen lernen Sie grundlegende Problemstellungen im Eventmanagement erkennen, analysieren und Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln. Die Studierenden erlernen darüber hinaus den eigenständigen Umgang mit komplexen Sachverhalten und Informationen im Bereich Eventmanagement, das Erkennen von Trends und Entwicklungen und die Ableitung von Handlungsalternativen. Im Bereich der Sozial# und Selbstkompetenz fördert der Kurs das kritische Analyseverhalten, die Diskursfähigkeit sowie Präsentations# und

Stand: 16.01.2026

Inhalt

Moderationskompetenzen durch Gruppenarbeit und interaktive Lehrgespräche.

Grundlagen Eventmanagement; Diskussion und Analyse von aktuellen Problematiken und Herausforderungen anhand von Literaturstudien und Fallbeispielen. Folgende Themen werden in der Lehrveranstaltung u.a. behandelt:

- Grundlagen Eventmanagement
- aktuelle Trends und Entwicklungen im Eventmanagement
- Akteure und Stakeholder im Eventmanagement
- Funktionen und Aufgaben im Eventmanagement
- Projektmanagement im Eventmanagement

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Klausur (120 Minuten)

Beamer / Internet / Tafel / Skript / Smartboard

Ali#Knight, J.; Robertson, M.; Fyall, A.; Ladkin, A. International perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis. Elsevier. In der jeweils aktuellen Auflage.

Getz, D. Event studies: theory, research and policy for planned events. Elsevier. In der jeweils aktuellen Auflage.

Kiel, H.J.; Bäuchl, R.G. Eventmanagement: Konzeption, Organisation, Erfolgskontrolle. Vahlen. In der jeweils aktuellen Auflage.

Hebbel#Seeger, A.; Förster, J. [Hrsg.] Eventmanagement und Marketing im Sport: emotionale Erlebnisse und kommerzieller Erfolg. In der jeweils aktuellen Auflage.

Holzbaur, U.; Jettinger, E.; Knauss, B.; Moser, R.; Zeller, M. Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. Springer. In der jeweils aktuellen Auflage.

Jäger, D. Grundwissen Eventmanagement. Utb. In der jeweils aktuellen Auflage.

Kästle, T. Kompendium Event#Organisation. Springer. In der jeweils aktuellen Auflage.

Klein, C. Eventmanagement in der Praxis. Interna. In der jeweils aktuellen Auflage.

Massonne, F. Veranstaltungsmanagement. Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Nufer, G. Event#Marketing und #Management: Grundlagen, Planung, Wirkungen, Weiterentwicklungen. Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Oblasser, C.; Riediger, M. Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement mit Strategie. Wissenschaft und Praxis. In der jeweils aktuellen Auflage.

Risch, M.; Kerst, A. Eventrecht kompakt. Ein Lehr- und Praxisbuch mit Beispielen aus dem Konzert- und Kulturbetrieb. Springer. In der jeweils aktuellen Auflage.

Schmitt, I. Praxishandbuch Event Management: Das A-Z der perfekten Veranstaltungsorganisation – Mit zahlreichen Checklisten und Mustervorlagen. Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage

Zanger, C. [Hrsg.] Events und Tourismus: Stand und Perspektiven der Eventforschung. Wissenschaftliche Konferenz Eventforschung. Springer. In der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

3. Semester

Modul 232060

Prüfungsnummern 232060-1

Intercultural Management

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht Wahlpflichtfach
Modulbezeichnung Intercultural Management
Englische Intercultural Management
Modulbezeichnung
Kurztitel Intercultural Management
Semesterinfo 3. Semester

This module is based on the duration of the respective semester and starts with the announced beginning of the lectures and ends respectively. The module is offered in the winter semester.

Modulverantwortung Sonja Göttel
Dozent*in Sonja Göttel
Sprache englisch
Lehrform Seminar
SWS 4 SWS
Arbeitsaufwand 150
 Präsenzstudium 60
 Eigenstudium 90
Kreditpunkte 5
Empfohlene none
Vorkenntnisse
Voraussetzungen none
Lernziele / Kompetenzen

On the basis of a holistic understanding of culture, the students will gain competencies for understanding (inter-)cultural aspects and dimensions and analyse and discuss their importance for business practice. They will be able to reflect on their own and foreign cultures and develop intercultural competence and increased intercultural sensitivity. They will be able to critically discuss, analyse and reflect relevant literature and selected case studies, identify central issues and transfer possible solutions for selected problems. Through panel discussions and group work, the students will deepen their competencies in teamwork, critical thinking, analytical proficiency, and discussion and presentation skills.

Inhalt The tourism industry is per definition set up within a multicultural working atmosphere. Dealing with tourists from all over the world as well as often working together in a multi-national team and with cooperation partners worldwide requires intercultural sensitivity

and intercultural competence to reflect and understand one's own as well as foreign cultures. Given increased globalization and new emerging markets, the quest for intercultural competence will even become more important in the future. The course gives a comprehensive introduction to intercultural management. Based on a holistic understanding of the term culture different aspects and dimensions of culture will be displayed, discussed and reflected upon their impacts on business practice. The course will cover the following main topics:

- definition of culture and intercultural management
- cultural theories and dimensions
- intercultural communication
- intercultural impacts on business practice
- working with international teams
- intercultural management & leadership
- intercultural marketing

The module contributes to the SDG's goals no 4 Quality education, no 10 Reduced inequalities, and no. 16 Peace, justice and strong institutions.

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Written exam (120 minutes), 100%
projector, internet, laptop, video, literature study, case studies, moderation box

Literatur

Deresky, H., Miller, S.R., 2022. International Management Managing Across Borders and Cultures. Text and Cases. 10. ed. London: Pearson.

Hofstede, G., Hofstede G.J., Minkov, M., 2010. Cultures and Organizations. Software of the mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. 3. ed. New York City: McGrawHill.

Hofstede, G., 2003. Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. 2. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.

House, R.J., Hanges, P.J., Javidan, M., et al., 2004. Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE Study of 62 Societies. 3. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Lewis, R.D., 2012. When teams collide. Managing the international team successfully. London and Boston: Nicholas Brealey International.

Lewis, R.D., 2018. When cultures collide. Leading across cultures. 4. ed. London and Boston: Nicholas Brealey International.

Meyer, E., 2016. The Culture Map. Decoding how people think, lead, and get things done accross cultures. New York City: Public Affairs.

Maude, B., 2016. Managing Cross-Cultural Communication. Principles and Practice. 2. ed. Basingstoke: Palgrave.

Moran, R.T., Harris, P.R., Moran, S.V., 2018. Managing Cultural Differences. Leadership skills and strategies for working in a global world. 10. ed. London: Routledge.

Trompenaars, F., Hampden-Turner, C., 2020. Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business: Understanding Cultural Diversity in Business. 4. ed. London and Boston: Nicholas Brealey International.

Further literature will be announced in the course.

Hinweis

3. Semester

Modul 211025

Prüfungsnummern 211025-1

Besteuerung von Personengesellschaften

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Besteuerung von Personengesellschaften
Englische	Taxation of Private Partnerships
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Besteuerung von Personengesellschaften
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Utz Küster
Dozent*in	Prof. Dr. Utz Küster
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung /Übung (davon ca. 30 % Vorlesung, 30% interaktives Lehrgespräch und 40 % Übung)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Steuerrecht
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben vertieftes Fachwissen hinsichtlich der Besteuerung von Personengesellschaften. Orientiert an den Bedürfnissen der Beratungspraxis erlernen sie die Methodik zur Lösung komplexerer Fragestellungen an der Schnittstelle zwischen dem Personengesellschaftsrecht und dem Steuerrecht.
Inhalt	Rechtliche Grundlagen, Begriff der Mitunternehmerschaft, Umfang des Betriebsvermögens bei Personengesellschaften, Besonderheiten bei ausgewählten Personengesellschaften, Gründung von Personengesellschaften, Eintritt bzw. Ausscheiden eines Mitunternehmers, Beendigung der Personengesellschaft.
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)

Stand: 16.01.2026

Medienformen
Literatur

Interaktives Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overhead
In der jeweils aktuellen Auflage: Niehus / Wilke: Die Besteuerung der Personengesellschaften, Schäffer-Poeschel Verlag in der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

3. Semester

Modul 211024

Prüfungsnummern 211024-1

Unternehmenssteuerrecht

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Unternehmenssteuerrecht
Englische	Corporate Tax Law
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Unternehmenssteuerrecht
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Utz Küster
Dozent*in	Prof. Dr. Utz Küster
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung (davon ca. 30 % Vorlesung, 30% interaktives Lehrgespräch und 40 % Übung)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Steuerrecht
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben vertieftes Fachwissen in Zusammenhang mit der ertragsteuerlichen Behandlung von Körperschaften. Orientiert an den Bedürfnissen der Beratungspraxis erlernen sie die Methodik zur Lösung komplexerer Fragestellungen an der Schnittstelle zwischen den zivilrechtlichen Grundlagen der Körperschaften und den betreffenden steuerrechtlichen Regelungen.
Inhalt	1. Körperschaftsteuer: Steuerpflicht, Ermittlung des zu versteuern- den Einkommens, verdeckte Gewinnausschüttungen, verdeckte Einlagen, Behandlung von Beteiligungserträgen, körperschaft- steuerliche Organschaft.

2. Gewerbesteuer: Steuergegenstand und Steuersubjekt, Bemessung der Gewerbesteuer, Steuermessbetrag, Steuerfestsetzung, gewerbesteuerliche Organschaft

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur (120 Minuten)

Interaktives Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overhead

In der jeweils aktuellen Auflage: Niehus / Wilke: Die Besteuerung der Kapitalgesellschaften, Schäffer-Poeschel Verlag in der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

3. Semester

Modul 211023

Prüfungsnummern 211023-1

Konzernrechnungslegung

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	
Modulbezeichnung	Konzernrechnungslegung
Englische	Group financial statements
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Konzernrechnungslegung
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hanno Kirsch
Dozent*in	Prof. Dr. Hanno Kirsch
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung (ca. 40% Vorlesung, 20% interaktives Lehrgespräch und 40% Übung)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Bilanzierung nach Handelsrecht
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben zum einen vertieftes Fachwissen hinsichtlich der wesentlichen Schritte zur Erstellung eines Konzernabschlusses (insbesondere nach HGB). Die Studierenden erlangen die Fähigkeit einzelne Konsolidierungsvorgänge zur Aufstellung eines Konzernabschlusses selbständig durchführen zu können. Darüber hinaus können die Studierenden die wesentlichen Unterschiede zwischen der handelsrechtlichen Konzernabschlusserstellung und derjenigen nach IFRS aufzeigen.
Inhalt	1. Grundlagen der Konzernrechnungslegung, 2. Konzernrechnungslegungspflicht nach deutschem Recht, 3. Abgrenzung des Konsolidierungskreises, 4. Ausgewählte Grundsätze der Konzernrechnungslegung, 5. Vorbereitungsmaßnahmen zur Aufstellung des

Konzernabschlusses, 6. Kapitalkonsolidierung, 7. Schuldenkonsolidierung, 8. Zwischenergebniskonsolidierung, 9. Aufwands- und Ertragskonsolidierung, 10. Einbeziehung von Gemeinschaftsunternehmen nach der Quotenkonsolidierung, 11. Einbeziehung von assoziierten Unternehmen nach der Equity-Methode, 12. Wesentliche Unterschiede zur Konzernrechnungslegung nach IFRS, 13. Fallstudie zur Aufstellung eines Konzernabschlusses.

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Klausur (120 Minuten)
Interaktives Lehrgespräch/Tafelarbeit und PowerPoint-Präsentation/Gruppenarbeit/Fallstudien

Literatur

Küting/Weber: Der Konzernabschluss, 14. Aufl., Stuttgart 2018;

Gräfer/Scheld: Grundzüge der Konzernrechnungslegung, 13. Aufl., Berlin 2016;

Baetge/Kirsch/Thiele: Konzernbilanzen, 13. Aufl., Düsseldorf 2019

Hinweis

3. Semester

Modul 110002

Prüfungsnummern 110002-1

Einführung in das Controlling (inkl. Excel-Anwendungen)

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Einführung in das Controlling (inkl. Excel-Anwendungen)
Englische	Introduction to Financial Controlling (incl. Excel applications)
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Einführung in das Controlling (inkl. Excel-Anwendungen)
Semesterinfo	3. Semester Pflichtmodul im Schwerpunkt Controlling
	Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hanno Drews
Dozent*in	Prof. Dr. Hanno Drews
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	ca. 60% Vorlesung und interaktives Lehrgespräch, 40% betreutes Bearbeiten von Aufgaben am Rechner mit Excel)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150h
Präsenzstudium	60h
Eigenstudium	90h
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Externes Rechnungswesen / Bilanzierung, internes Rechnungswesen / Kosten- und Leistungsrechnung, Investition, Wirtschaftsinformatik
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sollen Zweck, Aufgaben und Methoden des Funktionsbereiches Controlling kennen lernen und verstehen. Sie sollen die Denkweise des Controllings nachvollziehen und einige wichtige ControllingMethoden anwenden und einschätzen können.

Stand: 16.01.2026

Inhalt

Außerdem sollen die Studierenden parallel ihre Excel- und Controlling-Kenntnisse durch praxisnahe Anwendung vertiefen.

Grundlagen des Controllings (Zweck/Rolle, Aufgaben, Instrumente, Organisation); Budgetierung, Plankostenrechnung und Abweichungsanalyse; Kennzahlen, Kennzahlensysteme (inkl. Balanced Scorecard) und Berichtswesen; ausgewählte spezielle Controllingbereiche: Nachhaltigkeitscontrolling, Projekt- / Investitionscontrolling); Einsatz von IT (insbes. Excel) im Controlling

Studienleistung**Prüfungsleistung****Medienformen****Literatur**

Klausur am PC (120 Minuten)

Tafelarbeit/PC-Arbeit/Rechnerpräsentation

- Probst, H.J.: Controlling; in der jeweils aktuellen Auflage
- Schels, I. / Seidel, U.: Controlling mit Excel; in der jeweils aktuellen Auflage

Hinweis

3. Semester

Modul 211034

Prüfungsnummern 211034-1

Einführung in das Riskmanagement

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Einführung in das Riskmanagement
Englische	Introduction to Risk Management
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Einführung in das Riskmanagement
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Dozent*in	Prof. Axel Salzmann, RA Kolja Mischok
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Zentraler Inhalt ist die historische Entwicklung des Risiko-Managements und die heutige Bedeutung für die Logistikbranche. Die Einordnung des unbekannten Risikos in die Struktur des Risiko-Managements, die Anforderungen der ISO31000 sowie das Zusammenspiel zwischen Rahmenbedingungen und Risiko-Management werden erarbeitet. Krisenmanagement, Mindestlohngesetz und Fahrerassistenzsysteme sind hierfür praktische Beispiele. Im Mittelpunkt stehen das deutsche Frachtrecht im HGB und die Allgemeinen Deutschen Spediteur-Bedingungen (ADSp). An Beispielen wie Transportschäden, Frachtendiebstahl und Lagermanagement wird der Bezug zum RM hergestellt. Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls:

- die Bedeutung externer Risiken für die Logistikbranche einordnen,
- Risiken identifizieren und bis hin zur Risikosteuerung analysieren,
- Verfahren des Risiko-Managements innerhalb der Logistikbranche bewerten,
- Konzepte eines logistischen Risiko-Managements wiedergeben, sowie
- rechtlich-logistikspezifische Grundlagen anwenden.

Inhalt

Grundlagen des Risiko-Managements, deutsches Transportrecht, grundlegende Geschäftstätigkeit im Transportsektor.

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Klausur (120 Minuten)

Diverse, u.a. Exkursion

Axel Salzmann, Hubert Valder (2018) Haftung und Versicherung. Schadenbearbeitung im Transportgewerbe. 5. Aufl., Springer Fachmedien München (Verlag).

Hinweis

Modul 211045

Prüfungsnummern 211045-1

Grundlagen des Dienstleistungsmanagements

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen des Dienstleistungsmanagements
Englische	Basics in Service Management
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Grundlagen des Dienstleistungsmanagements
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Dozent*in	Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Grundlagenkenntnisse im Bereich des Dienstleistungsmanagements. Sie kennen unterschiedliche Dienstleistungstypologien, können Sach- und Dienstleistungen klar voneinander abgrenzen und sind in der Lage, die Komplexität der Dienstleistungen zu erklären. Sie können die Phasen der Dienstleistungsproduktion sowie die Bedeutung und unterschiedliche Möglichkeiten der Integration des externen Faktors erläutern und Praxisbeispiele dahingehend analysieren. Die Studierenden können erklären, wie Erwartungen gebildet werden, was diese beeinflusst und welche Faktoren die Kundenzufriedenheit bedingen. Sie kennen das Konstrukt der Kundenbindung, können den Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und -bindung herstellen sowie erklären. Die Studierenden können zudem

unterschiedliche Instrumente des Kundenbindungsmanagements erläutern sowie mögliche Vor- und Nachteile benennen.

Die Studierenden können die hierarchische Dimensionierung der Dienstleistungsqualität erklären und zwischen Potential-, Prozess- und Ergebnisqualität unterscheiden. Sie kennen die Ebenen des Customer Experience und können diese anhand von Praxisbeispielen differenzieren. Sie können die Prinzipien des Service Designs benennen und kennen unterschiedliche Service Design Methoden sowie Werkzeuge. Sie wissen, was unter Dienstleistung 4.0 verstanden wird, kennen die Rahmenbedingungen für den Transformationsprozess sowie die Erfolgskette und können mögliche Einsatzbereiche von Dienstleistung 4.0 anhand konkreter Beispiele belegen.

Durch den Einsatz von Fallstudien werden zudem soziale Kompetenzen, wie ganzheitliches Denken, Teamarbeit und Kommunikationsfähigkeit geschult.

Inhalt

- Systematisierung
- Dienstleistungsproduktion
- Kundenorientiertes Dienstleistungsmanagements
- Service Design
- Dienstleistung 4.0
- Serviceumgebung
- Qualitätsmanagement
- Public Management
- Privatisierung
- Organisationsentwicklung und Changemanagement

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Klausur (120 Minuten)

Tafelbild / Video / Beamer

Bruhn, Hadwich, 2017. Dienstleistungen 4.0. Konzepte – Methoden – Instrumente. Wiesbaden: Springer Gabler.

Bruhn. Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Wiesbaden: Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Bruhn, Homburg. Handbuch Kundenbindungsmanagement. Wiesbaden: Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Bruhn, Strauss. Dienstleistungsqualität. Wiesbaden: Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Corsten. Dienstleistungsmanagement. München: Oldenbourg. In der jeweils aktuellen Auflage.

Foscht, Swoboda, 2007. Käuferverhalten. Wiesbaden: Gabler.

Gouthier, 2017. Service Design. Baden-Baden: Nomos.

Haller. Beurteilung von Dienstleistungsqualität. Wiesbaden: Springer Fach-medien. In der jeweils aktuellen Auflage.

Haller, Dienstleistungsmanagement – Grundlagen – Konzept – Instrumente. Wiesbaden: Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Lehmann. Dienstleistungsmanagement. Strategien und Ansatzpunkte zur Schaffung von Servicequalität. Stuttgart: Schäffer-Pöschel. In der jeweils aktuellen Auflage.

Kotler, Keller, Bliemer. Marketing-Management: Strategien für wertschaffendes Handeln. München: Pearson. In der jeweils aktuellen Auflage.

Meffert und Bruhn. Handbuch Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden: Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Meffert und Bruhn. Dienstleistungsmarketing. Wiesbaden: Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

3. Semester

Modul 211051

Prüfungsnummern 211051-1

Grundlagen Spanisch

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen Spanisch
Englische	Spanish basics
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Grundlagen Spanisch
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Der Kurs findet im Wintersemester statt.
Modulverantwortung	Paula Molina de Rohde
Dozent*in	Paula Molina de Rohde
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erreichen die erste Stufe der elementare Sprachverwendung (A1 Niveau des Europäischen Referenzrahmen). Sie verwenden vertraute alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze, die auf die Befriedigung ganz konkreter beruflich-persönlicher Bedürfnisse zielen. Sie verstehen ganz kurze Texte in Form von Dialogen, Graphiken, Broschüren, Blogs, Anzeigetafeln, Mails persönlicher Natur oder Texte unterstützt durch Diagramme oder Bilder. Sie schreiben oder ergänzen Broschüre, Blogs, Formulare, kurze Mails, wenn diese mit den behandelten Themen zusammenhängen. Sie lernen die neue Kultur zu verstehen und vergleichen diese mit der eigenen. Somit üben sie eine reflektierende Autokritik der Kul-

turen und deren Unterschiede um die Unterschiede und Ähnlichkeiten daraus auszulesen und diese als Ausgangspunkt zu nehmen um die gelungene Kommunikation und das harmonische Zusammenleben zu ermöglichen.

Sie bearbeiten die behandelten Themen weitaus selbstständig. Durch die Benutzung vom LMS und die darin enthaltene Übungen und Raster zur Selbstbeurteilung erkennen sie durch Selbstreflexion, welche Fertigkeiten und Fähigkeiten sie beherrschen und welche mehr Übung benötigen.

Inhalt

Mögliche Inhalte sind: „Sich kennenlernen“, „Sprachen lernen“, „hispanoamerikanische Länder“, „Familienunternehmen“, „Lebensstyle“, „Essen“ oder „Einkaufen“

Studienleistung

Prüfungsleistung

Portfolioprüfung (60 min. klausurähnliche Computeranwendung 50%, weitere Leistungen)

Medienformen

Tafel/ Internet/Lehrbücher/Audios/Videos

Literatur

Emprendedores 1 - Kursbuch Hueber Verlag (SGEL) ISBN: 978-3-19-604507-9 in der jeweils aktuellen Auflage

Hinweis

3. Semester

Modul 110005

Prüfungsnummern 110005-1

Grundlagen der Logistik

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen der Logistik
Englische Modulbezeichnung	Logistics Basics
Kurztitel	Grundlagen der Logistik
Semesterinfo	3. Semester 3.Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Dozent*in	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150h
Präsenzstudium	60h
Eigenstudium	90h
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	<p>keine
Lernziele / Kompetenzen	Das Modul führt die Studierenden in der Materialwirtschaft und Logistik ein, die sowohl aus institutioneller als auch aus prozessorientierter Sichtweise behandelt werden. Es werden aktuelle Konzepte und Werkzeuge aus der Praxis vorgestellt, die für das effiziente Management aller Logistikaktivitäten vom Rohstofflieferanten, über den Endkunden bis hin zur Entsorgung notwendig sind. Zu den Themenfeldern gehören u.a. Logistikarten, Kennzahlen der Logistik, logistische Netzwerke und Strukturen, Material- und Informationsfluss, Lagerhaltung und -systeme sowie Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Logistik.

Nach Abschluss des Modules verstehen die Studierenden nicht nur die Verbindung einzelner betrieblicher Funktionen zu Prozessketten und darüber hinaus innerhalb unternehmensübergreifende Wertschöpfungsketten, sondern können Lager-, Logistik- und Transportprozesse anwendungsbezogen wiedergeben.

Inhalt

- Logistikarten
- Kennzahlen der Logistik
- logistische Netzwerke und Strukturen
- Material- und Informationsfluss
- Lagerhaltung und -systeme
- Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Logistik

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Klausur (120 Minuten)

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Beamer / moodle

- Sebastian Kummer / Werner Jammerneegg / Oskar Grün: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3., aktualisierte Auflage
- Kummer, S. (2010): Einführung in die Verkehrswirtschaft. 2. überarb. Aufl., Verlag: facultas. (ISBN: 9783825283360)

Hinweis

3. Semester

Modul 211031

Prüfungsnummern 211031-1

Programmierung im Umfeld betriebswirtschaftlicher Standardsoftware

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Programmierung im Umfeld betriebswirtschaftlicher Standardsoftware
Englische Modulbezeichnung	Programming in the Field of Environment Business Standard Software
Kurztitel	Programmierung im Umfeld betriebswirtschaftlicher Standardsoftware
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Christoph Blaue
Dozent*in	Prof. Dr. Christoph Blaue
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Inhalte der Pflichtveranstaltungen Wirtschaftsinformatik
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden lernen die Klassenbibliotheken zentraler Office-Anwendungen kennen und können diese bei der Software-Entwicklung anwenden. Ferner sollen sie mit Hilfe der ADO.Net-Klassenbibliothek auf Datenbanken zugreifen können.
Inhalt	Visual Studio.Net Entwicklungsumgebung (Vertiefung); Zentrale Klassen der .Net Framework Class Library (Vertiefung); Excel (Excel-Objekthierarchie, Applikationsinterne Softwarelösungen, Excel als Applikationsserver); Datenbanken und ADO.Net (Access, SQLServer); Datenaustausch zwischen Office-Anwendungen
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)

Stand: 16.01.2026

Medienformen
Literatur

Tafel, Beamer, PC-Labor
Skript zur Veranstaltung, Microsoft Referenzhandbücher

Hinweis

3. Semester

Modul 211036

Prüfungsnummern 211036-1

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Betriebliches Gesundheitsmanagement
Englische	Corporate health management
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Betriebliches Gesundheitsmanagement
Semesterinfo	3. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Susanne Liebermann
Dozent*in	Prof. Dr. Suanne Liebermann
Sprache	
Lehrform	
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen unterschiedliche Mechanismen, welche im Arbeitskontext zu Gesundheitsproblemen beitragen können. Sie kennen Maßnahmen und Akteure der Gesundheitsprävention und -förderung im Setting Arbeit.
Inhalt	Wechselwirkungen zwischen Arbeit und Gesundheit, Stresstheorien, Theorien des Selbstmanagements, Gesundheitsmotivation und -verhalten, Arbeitsanalyse und menschengerechte Arbeitsgestaltung, Konfliktmediation am Arbeitsplatz, Implementierung eines ganzheitlichen betrieblichen Gesundheitsmanagements, Gefährdungsbeurteilung am Arbeitsplatz, Gesundes Führen.
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Projektarbeit (10-14 Seiten) und Präsentation (15-20 Minuten)
Medienformen	Skript / Beamer / Overhead / Tafelarbeit

Literatur

- Badura, B., Ritter, W., Scherf, M. (Hrsg.) (1999). Betriebliches Gesundheitsmanagement. Ein Leitfaden für die Praxis. Hans Böckler Stiftung. Berlin: Ed. Sigma.
- Bamberg, E., Ducki, A., Metz, A.-M. (Hrsg.) (2011). Gesundheitsförderung und Gesundheitsmanagement in der Arbeitswelt. Göttingen: Hogrefe.
- Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N. (2008). Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin: Springer.
- Schneider, C. (2011). Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz. Nebenwirkung Gesundheit. Bern: Hogrefe.
- Stierle, J., Antonio, V. (Hrsg.) (2014). Handbuch Betriebliches Gesundheitsmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Uhle, T., Treier, M. (2013). Betriebliches Gesundheitsmanagement. Berlin: Springer.
- Aktuelle Artikel werden im Verlauf der Veranstaltung bekannt gegeben

Hinweis

4. Semester

Modul 110001

Prüfungsnummern 110001-1

Business Analytics und maschinelles Lernen

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B. Sc. Angewandte AKI (2025) B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Business Analytics und maschinelles Lernen
Englische	Business Analytics and Machine Learning
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Business Analytics und maschinelles Lernen
Semesterinfo	4. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Das Modul wird ab WiSe 2025/2026 nicht mehr angeboten.
Dozent*in	Prof. Dr. Michael von Thaden
Sprache	deutsch
Lehrform	50% Vorlesung und 50% Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Kenntnisse in beschreibender und schließender Statistik; Grund-
Vorkenntnisse	kenntnisse in linearer Algebra; Kenntnisse der höheren Schulmathematik
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sind nach erfolgreicher Teilnahme in der Lage ausgewählte Methoden des maschinellen Lernens im Hinblick auf ihre Eignung zur Lösung bestimmter Problemfelder aus dem Themenbereich Business Analytics einzuschätzen und die Methoden dann auch zur Lösung ebendieser Probleme einzusetzen und anzuwenden. Darüber hinaus werden die Studierenden befähigt die von

Stand: 16.01.2026

Ihnen erzielten Ergebnisse einzuordnen und weitergehender zu analysieren. Hierbei erlernen Sie zudem die Programmiersprache R, welche die Studierenden nutzen, um die von Ihnen zu lösenden Probleme auf Basis der in R vorimplementierten Pakete aus dem Bereich des Maschinellen Lernens zu formalisieren und anschließend zu bearbeiten sowie zu lösen.

Inhalt

Es werden Methoden aus dem Bereich des maschinellen Lernens vermittelt, wie z.B.: Clusteranalysen, Entscheidungsbäume, Nächste-Nachbarn-Klassifikation, Künstliche Neuronale Netze. Die freie Programmiersprache R wird hierbei genutzt, um die Methoden des maschinellen Lernens zu illustrieren. Die Studierenden nutzen R auch eigenständig, um spezifische Fragestellungen zu lösen und die Ergebnisse eingehender zu analysieren.

Studienleistung

Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung
Klausur (120 Minuten)

Prüfungsleistung

Medienformen

Beamer, Tafel und andere Präsentationstechniken

Literatur

- Lantz, B., Machine Learning with R, 3rd edition, Packt Publishing (2019)
- Chapple, M., Nwanganga, F., Practical Machine Learning in R, 1st edition, Wiley (2020)
- Grundkurs Künstliche Intelligenz, Eine praxisorientierte Einführung, 4.Auflage, Springer Vieweg (2016)
- Boobier, T., Advanced Analytics and AI, 1st edition, Wiley (2018)

Hinweis

4. Semester

Modul 210009

Prüfungsnummern 210009-1

Datenschutzrecht

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Datenschutzrecht
Englische	Data Protection Law
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Datenschutzrecht
Semesterinfo	4. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Christian Buchmüller
Dozent*in	Prof. Dr. Christian Buchmüller
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Grund- und Strukturwissen in Bezug auf die wesentlichen Rechtsfragen des Datenschutzes. Sie können die relevanten Rechtsvorschriften mit strukturierter, methodisch korrekter Vorgehensweise auf konkrete betriebliche Fragestellungen anwenden. Neben Grundlagenwissen erwerben die Studierenden Spezialkenntnisse in Bezug auf die typischen datenschutzrechtlichen Fragen des E-Commerce. Sie erwerben zudem die Fähigkeit, Verträge, Nutzungsbedingungen, Datenschutz- und Einwilligungserklärungen in datenschutzrechtlicher Hinsicht rechtssicher zu gestalten.
Inhalt	A. Rechtliche Grundlagen des Datenschutzes (Völkerrechtliche Abkommen, Europarecht, nationales Recht)

B. Ermittlung des räumlich anwendbaren nationalen Datenschutzrechts

C. Grundzüge des deutschen Datenschutzrechts

- Relevante Rechtsnormen (v.a. DSGVO, Bundesdatenschutzgesetz, Telemediengesetz, Telekommunikationsgesetz)
- Sachliche Anwendungsbereiche der Vorschriften
- Begriff der personenbezogenen Daten
- Vorgaben für Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten
- Adressaten der datenschutzrechtlichen Pflichten
- Datenschutzrechtliche Erlaubnistatbestände
- Voraussetzungen für eine wirksame Einwilligung der Betroffenen
- Zuständige Datenschutzbehörden
- Rechtsfolgen bei Datenschutzverstößen

D. Bedeutung des Datenschutzrechts im E-Commerce

- Websites (z.B. Datenschutzerklärung, Nutzertracking und –analyse)
- Besonderheiten bei Nutzung sozialer Medien (z.B. soziale Netzwerke, Apps, etc.)
- E-Mail-Werbung und Newsletter

E. Datenschutzrechtliche Gestaltung von Verträgen, Nutzungsbedingungen und Erklärungen (z.B. Datenschutzerklärungen, Einwilligungserklärungen)

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur (120 Minuten)

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overheadprojektion / Beamer
Wächter, Datenschutz im Unternehmen, in der jeweils aktuellen Auflage Wybitul, Datenschutz im Unternehmen in der jeweils aktuellen Auflage Härting, Internetrecht, in der jeweils aktuellen Auflage Hoeren/Sieber/Holznagel, Multimedia#Recht, jeweils aktuelle Ergänzungslieferung, in der jeweils aktuellen Auflage Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Hinweis

4. Semester

Modul 211026

Prüfungsnummern 211026-1

Steuerliches Verfahrensrecht

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Steuerliches Verfahrensrecht
Englische	Taxation Procedure Rules
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Steuerliches Verfahrensrecht
Semesterinfo	4. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Utz Küster
Dozent*in	Prof. Dr. Utz Küster
Sprache	deutsch
Lehrform	Seminar
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Steuerrecht
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben vertieftes Fachwissen im steuerlichen Verfahrensrecht. Sie lernen, die in der Beratungspraxis typischen Fragestellungen selbständig und methodisch überzeugend zu lösen. Besteuerungsverfahren und steuerliches Prozessrecht (AO, FGO)
Inhalt	
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Hausarbeit (15 Seiten) und Referat (15 Minuten)
Medienformen	Interaktives Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overhead / Beamer
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: Ax/Große/Melchior/Lotz/Ziegler: Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung, Schäffer-Poeschel Verlag in der jeweils aktuellen Auflage.

Lammerding/Scheel/Brehm: Abgabenordnung und FGO, Erich
Fleischer Verlag Andrascek-Peter/Braun, Fallsammlung Abgaben-
ordnung, NWB Verlag in der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

4. Semester

Modul 211029

Prüfungsnummern 211029-1

Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht
Englische	Inheritance and Gift Tax Law
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht
Semesterinfo	4. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
	Das Modul wird ab SoSe 2026 nicht mehr angeboten. Das Modul wird nicht mehr angeboten PO 2024
Modulverantwortung	Prof. Dr. Utz Küster
Dozent*in	Prof. Dr. Utz Küster
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung (ca. 30 % Vorlesung, 30% interaktives Lehrgespräch und 40 % Übung)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Steuerrecht
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben vertieftes Fachwissen im Erbschaft- und Schenkungssteuerrecht. Sie erlernen die zivilrechtlichen Handlungsoptionen der unentgeltlichen Vermögensnachfolge im Lichte erbschaft- und schenkungssteuerlicher Folgen und können auf dieser Grundlage sinnvolle Gestaltungshinweise entwickeln.
Inhalt	Steuerpflicht, steuerpflichtige Vorgänge, Bewertungsgrundsätze, sachliche und persönliche Steuerbefreiungen, Steuerberechnung, Besonderheiten der Steuerfestsetzung und Steuererhebung.
Studienleistung	

Prüfungsleistung
Medienformen

Klausur (120 Minuten)
Interaktives Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overheadprojektion / Beamer

Literatur
Hinweis

Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

4. Semester

Modul 211028

Prüfungsnummern 211028-1

Internationale Rechnungslegung nach IFRS - im Vergleich zum HGB

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Internationale Rechnungslegung nach IFRS - im Vergleich zum HGB
Englische Modulbezeichnung	International Accounting according to IFRS – in comparison with German GAAP (HGB)
Kurztitel	Internationale Rechnungslegung nach IFRS - im Vergleich zum HGB
Semesterinfo	4. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hanno Kirsch
Dozent*in	Prof. Dr. Hanno Kirsch
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung (ca. 35 % Vorlesung, 20% interaktives Lehrgespräch, 35% Übung und 10% selbständige Fallstudienarbeit)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Bilanzierung nach Handelsrecht
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben ein vertieftes Fachwissen über die Besonderheiten der IFRS-Rechnungslegung, insbesondere im Vergleich mit den handelsrechtlichen Normen. Im Mittelpunkt stehen dabei die auf den Einzelabschluss bezogenen IFRS-Rechnungsnormen. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit Anpassungen HGB/IFRS) in Bezug auf einzelne Abschlussposten vorzunehmen und am Beispiel der Aufstellung einer IFRS-Eröffnungsbilanz zusammenführen zu können. Darüber

hinaus sind die Studierenden in der Lage die Auswirkungen der wesentlichen Unterschiede zwischen HGB und IFRS auf das Bilanzbild qualitativ abschätzen zu können.

Inhalt

1. Entwicklung und Bedeutung der internationalen Rechnungslegung nach IFRS,
2. Konzeptionelle Grundlagen der internationalen Rechnungslegung nach IFRS,
3. Bilanzierung und Bewertung ausgewählter Bilanzposten in der internationalen Rechnungslegung nach IFRS (im Vergleich mit der handelsrechtlichen Rechnungslegung),
4. Gesamtergebnisrechnung in der internationalen Rechnungslegung nach IFRS (im Vergleich zur GuV in der handelsrechtlichen Rechnungslegung),
5. Fallstudie zur Aufstellung einer IFRS-Eröffnungsbilanz auf Basis einer HGB-Bilanz

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen

Klausur (120 Minuten)

Interaktives Lehrgespräch / Tafelarbeit und PowerPoint-Presentation / Gruppenarbeit / Fallstudien

Literatur

Baetge/Kirsch/Thiele, Bilanzen, 15. Aufl. 2019;

Buchholz, Internationale Rechnungslegung, 14. Aufl. 2018;

Coenenberg/Haller/Schultze, Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 25. Aufl. 2018;

Kirsch, Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, 12. Aufl. 2019 sowie Übungen zur internationalen Rechnungslegung nach IFRS, 9. Aufl., 2019;

Pellens/Fülbier/Gassen/Sellhorn, Internationale Rechnungslegung, 10. Aufl. 2017

Hinweis

4. Semester

Modul 110005

Prüfungsnummern 110005-1

Grundlagen der Logistik

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen der Logistik
Englische Modulbezeichnung	Logistics Basics
Kurztitel	Grundlagen der Logistik
Semesterinfo	4. Semester 3.Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Dozent*in	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150h
Präsenzstudium	60h
Eigenstudium	90h
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	<p>keine
Lernziele / Kompetenzen	Das Modul führt die Studierenden in der Materialwirtschaft und Logistik ein, die sowohl aus institutioneller als auch aus prozessorientierter Sichtweise behandelt werden. Es werden aktuelle Konzepte und Werkzeuge aus der Praxis vorgestellt, die für das effiziente Management aller Logistikaktivitäten vom Rohstofflieferanten, über den Endkunden bis hin zur Entsorgung notwendig sind. Zu den Themenfeldern gehören u.a. Logistikarten, Kennzahlen der Logistik, logistische Netzwerke und Strukturen, Material- und Informationsfluss, Lagerhaltung und -systeme sowie Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Logistik.

Nach Abschluss des Modules verstehen die Studierenden nicht nur die Verbindung einzelner betrieblicher Funktionen zu Prozessketten und darüber hinaus innerhalb unternehmensübergreifende Wertschöpfungsketten, sondern können Lager-, Logistik- und Transportprozesse anwendungsbezogen wiedergeben.

Inhalt

- Logistikarten
- Kennzahlen der Logistik
- logistische Netzwerke und Strukturen
- Material- und Informationsfluss
- Lagerhaltung und -systeme
- Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Logistik

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Klausur (120 Minuten)

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Beamer / moodle

- Sebastian Kummer / Werner Jammerneegg / Oskar Grün: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3., aktualisierte Auflage
- Kummer, S. (2010): Einführung in die Verkehrswirtschaft. 2. überarb. Aufl., Verlag: facultas. (ISBN: 9783825283360)

Hinweis

4. Semester

Modul W-9996

Prüfungsnummern W-9994
W-9995

Praxissemester BWL

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024

Teilnahmepflicht Pflichtfach

Modulbezeichnung Praxissemester BWL

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

Semesterinfo

Praxissemester BWL

4. Semester

Prüfungsleistung: Teilnahme an der Veranstaltung „Praxissemester Vorbereitung“, Durchführung des Praxissemesters, Erstellung und Abgabe eines Praxissemesterberichts, Teilnahme an der Veranstaltung „Praxissemester Nachbereitung“ (inkl. Darstellung der ausgeführten Tätigkeiten im Praxissemester)

Betreuer: alle Mitarbeiter im Fachbereich Wirtschaft

Das Praxissemester findet regulär im Sommersemester statt und für Nachzügler auch im Wintersemester.

Modulverantwortung

Dozent*in

Verschiedene

Sprache

Lehrform

Praktikum (20 Wochen); 4 Std. Präsenzzeit

SWS

SWS

Arbeitsaufwand

900

Präsenzstudium

0

Eigenstudium

900

Kreditpunkte

30

Empfohlene

Keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen

Die Zulassungsvoraussetzungen sind den Prüfungsordnungen der jeweiligen Studiengänge zu entnehmen: 1. Teilnahme an der Veranstaltung „Vorbereitung des Praxissemesters“ 2. Zulassung zum Praxissemester: Der Studierende/r muss mindestens einen Versuch unternommen haben, alle laut Regelstudienplan im ersten und zweiten Semester vorgesehenen Prüfungs- und Studienleistungen zu erbringen und diese bis auf drei auch tatsächlich erbracht haben; Stichtag ist der letzte Prüfungstag des ersten Prüfungstermins des dritten Semesters 3. Vorgaben erfüllen, die in der PSV kommuniziert werden um die Genehmigung zu erhalten:
FH-Betreuer/in suchen Eintrag in die Moodle-Daten-

bank Vertragsunterlagen und Zulassung im Praxissemesterbüro abgeben und genehmigen lassen

Lernziele / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung „Praxissemestervorbereitung“ soll die Studierenden mit den wesentlichen formalen und organisatorischen Inhalten des Praxissemesters vertraut machen.

Während des Praxissemesters sollen die Studierenden die im Studium erworbenen Kompetenzen problem- und lösungsorientiert auf konkrete betriebswirtschaftliche, wirtschaftsrechtliche, wirtschaftspsychologische oder touristische Fragestellungen anwenden und diese Kompetenzen in ihrer praktischen Anwendung trainieren. Wissensvertiefung sowie systematische Verknüpfung bisherigen und neuen Wissens sind weitere Ziele des Praxissemesters. Ferner sollen die Studierenden mit den beruflichen Anforderungen wirtschaftswissenschaftlicher Leistungsträger vertraut gemacht werden und einen ganzheitlichen Einblick in die betrieblichen Abläufe und Strukturen erhalten. Zudem wird den Studierenden durch Erkennen der individuellen Interessen und Fähigkeiten eine Orientierungsmöglichkeit im Hinblick auf die künftige Ausgestaltung des Studienprofils sowie der beruflichen Ausrichtung gegeben.

Durch eigenverantwortliches und selbstorganisatorisches Handeln sollen die Studierenden ihre sozialen Kompetenzen vertiefen. Studierende, die das Praxissemester im Ausland absolvieren, sollen zudem interkulturelle Kompetenzen erwerben. Besonderes Ziel ist dabei das Erfahren der sozialen und ethischen Dimensionen des (Management-) Handelns fremder Kulturen sowie die Entwicklung eines Verständnisses für die Wirtschaftsordnung und Kultur des Gastlandes.

Durch die Anfertigung des Praxissemesterberichtes sollen die Studierenden ihre sprachlich-analytischen Fähigkeiten trainieren und dabei die während des Praxissemesters durchgeführten Tätigkeiten und gemachten Erfahrungen reflektieren.

In der Veranstaltung „Praxissemesternachbereitung“ sollen die Studierenden ihre während des Praxissemesters gemachten Erfahrungen mit Kommilitonen und Dozenten visualisiert darstellen und weitergeben.

Inhalt

A. Praxissemestervorbereitung (Erläuterung folgender Themen: Erwerb der Zulassung zum Praxissemester, Vorbereitung des Praxissemesters inkl. Organisation und selbstständige Bewerbung um einen Praktikumsplatz, Abgabe und Genehmigung der notwendigen Unterlagen, Informationen zu rechtlichen Fragestellungen während des Praxissemesters, Verhaltenskodex während des Praxissemesters, Informationen zur Nachbereitung des Praxissemesters inkl. inhaltliche und formale Anforderungen an

den Praxissemesterbericht sowie die schriftliche Präsentation im Rahmen der Veranstaltung „Praxissemesterfachbereitung“)

B. 20 Wochen praktische Tätigkeit in einem Praktikumsbetrieb

C. Praxissemesterfachbereitung

1. Erstellung und Abgabe eines Praxissemesterberichtes (wesentliche Inhalte: Vorstellung des Praktikumsbetriebs, Darstellung und Diskussion der durchgeführten Tätigkeiten, Reflexion des Praxissemesters, insbesondere Umsetzung des theoretischen Wissens in die Praxis, Kompetenzentwicklung, Erreichen der Ziele des Praxissemesters)

2. Teilnahme an der Veranstaltung „Praxissemesterfachbereitung“ inkl. Darstellung der ausgeführten Tätigkeiten und gemachten Erfahrungen im Praxissemester

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Beamer / Stellwand

Bloss: Mein Praktikum. Bewerben, einsteigen, aufsteigen. UVK Verlagsgesellschaft, in der jeweils aktuellen Auflage.

Langlotz: Praktikum erfolgreich!: Von der ersten Idee über die richtige Bewerbung bis zum wertvollen Arbeitszeugnis und darüber hinaus. Tectum, in der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

5. Semester

Modul 210056

Prüfungsnummern 210056-1

Entrepreneurship u. Innovationsmanagement

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Entrepreneurship u. Innovationsmanagement
Englische Modulbezeichnung	Entrepreneurship and innovation management
Kurztitel	Entrepreneurship u. Innovationsmanagement
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommer- und Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Eric Horster
Dozent*in	N.N.
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach dem erfolgreichen Besuch dieser Veranstaltung können Studierende sich in eine*n Unternehmensgründer*in hineinendenken, Probleme und Möglichkeiten in diesem Umfeld erkennen und Lösungsansätze für aktuelle Problemstellungen entwickeln. Sie haben insbesondere gelernt: • Sie kennen die grundlegenden Theorien des Entrepreneurships und Innovationsmanagements und können diese erklären und beurteilen • die Grundzüge unternehmerischer Entscheidungen nachzuvollziehen und sich systematisch mit den Veränderungen im Umfeld national- und internationalagierender Unternehmen auseinanderzusetzen

- im Rahmen von Veränderungs- und Innovationsprozessen können Sie Projektziele definieren, analysieren und priorisieren
- Sie können ausgewählte Methoden und Instrumente der Planung, Steuerung, Überwachung und Kontrolle bei Innovationsprozessen praktisch anwenden
- Sie kennen die Methoden und Tools der integrierten Termin- und Ressourcenplanung
- Sie können Engpasssituationen durch steuernden Eingriff in das Projekt auflösen und aus unterschiedlichen Konzepten und Vorgehensweisen ein realistisches Projektbudget ableiten sowie Risiken in Projektsituationen abwägen
- Sie kennen typische Problembereiche, die sich im Management von Innovationen und bei (Aus-)Gründung ergeben können und sind in der Lage, diese zu identifizieren und zu bewerten
- grundlegende Gestaltungsfaktoren (betrieblicher) Innovationsysteme beurteilen
- Maßnahmen zur Verbesserung von Innovationsprozessen ableiten
- Instrumente der Gründung (z.B. Business Plan) anwenden
- die behandelten Konzepte auf praxisrelevante Fragestellungen anwenden
- Die SDGs auf das Thema des Seminars zu beziehen. Hierzu zählt insbesondere, dass sie erkennen,
 - wie Innovationsmanagement zur Schaffung von Arbeitsplätzen beitragen kann (SDG 1),
 - wie Produkte und Geschäftsmodelle entwickelt werden können, die den Energieverbrauch verringern (SDG 7)
 - wie Produkte und Geschäftsmodelle durch Transparenz der Produktionskette aussehen können, die einen verantwortungsvollen Konsum fördern (SDG 12).

Inhalt

Unternehmensgründung und Unternehmensentwicklung stehen im Fokus der Veranstaltung. Daneben geht es um das Innovationsmanagement sowie die zunehmend wichtige Integration von unternehmerischem Denken und Handeln sowie Innovationsprozessen auch in etablierten Unternehmen. Die Inhalte sind dabei:

- Grundlagen des Innovationsmanagements
- Innovationsmodelle im Zeitverlauf und deren Entwicklung bis zu heute maßgebenden Ansätzen wie Open Innovation
- Unternehmensgründung und -entwicklung mit Fokus auf das Kund*innenerlebnis (Experience)
- die Rolle von Entrepreneur*innen sowie ihre Persönlichkeitsmerkmale, die bei der Unternehmensgründung relevant sind
- Inter- und intra-organisationale Kooperationen
- Das Konzept der beidhändigen Führung
- Change-Management und Unternehmenskultur als übergeordnete Themen, die bei der Etablierung von Innovationsprozessen entscheidend sind
- Analyse von Fallstudien mit aktuellem Bezug werden in den Unterricht mit eingebracht

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

- Marketing, Finanzierung und weitere betriebswirtschaftliche Aspekte, die bei der Unternehmensgründung sowie in Innovationsprozessen berücksichtigt werden sollten

Klausur (120 Minuten)

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Beamer / moodle

Fueglistaller, U., Fust, A., Müller, C., Müller, S., Zellweger, T., 2019. *Entrepreneurship. Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz*. 5. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.

Pott, O., Pott, A., 2015. *Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Bieger, T., Ebner, S., Frehse, J. et al., 2008. *Unternehmertum im Tourismus. Führen mit ErNeuerungen*. 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Stolzenberg, K., Heberle K., 2021. *Change Management*. 4. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.

Olfert, K., 2019. *Projektmanagement*. 17. Aufl. Herne: Kiehl.

Schelle, H., 2018. *Projekte zum Erfolg führen*. 8. Aufl. München: Deutscher Taschenbuchverlag.

Ahlemann, F., 2013. *Strategisches Projektmanagement. Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Faßbender, R.-R., Thanhoffer, M., 2010. *Kreatives Projektmanagement*. Wiesbaden: Gabler.

Horster, E., 2023. *Playbook Innovationsmanagement*, Freiburg: Rudolf Haufe Verlag.

Horster, E., 2023. *Customer Experience Management*, Freiburg: Rudolf Haufe Verlag.

Disselkamp, M., 2012. *Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Fichter, K., 2015. *Grundlagen des Innovationsmanagements*. 7. Aufl. Oldenburg: Carl von Ossietzky Universität.

Vahs, D., Brem, A., 2015. *Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung*. 5. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Osterwalder, A., PigNeur, Y., 2011. *Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer.* Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Osterwalder, A., PigNeur, Y., Bernarda, G., Smith, A., 2015. *Value Proposition Design. Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen.* Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Osterwalder, A., PigNeur, Y., Etienneble, F., Smith, A., 2020. *The Invincible Company. How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the World's Best Business Models.* Weinheim: Wiley.

Hinweis

5. Semester

Modul 211001

Prüfungsnummern 211001-1

Strateg. Controlling

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Strateg. Controlling
Englische	Financial Strategic Analysis
Modulbezeichnung	
Kurztitel	StratContr
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hanno Drews
Dozent*in	Prof. Dr. Hanno Drews
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	Seminar (davon ca. 50% interaktives Lehrgespräch, 30% betreutes Arbeiten, 20% studentische Präsentation)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Investition, Rechnungswesen, Einführung in das Controlling (inkl.
Vorkenntnisse	Excel-Anwendungen)
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sollen die unter "Inhalt" genannten Methoden kennen, anwenden und einschätzen lernen. Zudem werden u.a. folgende Fähigkeiten trainiert: ganzheitliches und vernetztes Denken, Komplexitätsbewältigung, Teamarbeit, Präsentationstechnik, Erstellung eines Excel-Tools, Erstellung eines Managementberichts.
Inhalt	Vorstellung der Methoden SWOT-Analyse, Portfolio-Analyse, Frühaufklärung / Prognose, Unternehmensbewertung, Bilanzanalyse mit Kennzahlen; Anwendung der vorgestellten Methoden in Zweier-Gruppen auf ein reales Unternehmen, so dass eine strategische Analyse des Unternehmens entsteht
Studienleistung	

Stand: 16.01.2026

Prüfungsleistung	Hausarbeit (ca. 15 Seiten + Excel-Dokument) und Präsentation (20 bis 25 Minuten)
Medienformen	Overhead / Tafelarbeit / Rechnerpräsentation / PC-Arbeit
Literatur	Baum, H.-G./Coenenberg, A. G./Günther, Th.: Strategisches Controlling, in der jeweils aktuellen Auflage Küting, K./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse, in der jeweils aktuellen Auflage
Hinweis	

5. Semester

Modul 211044

Prüfungsnummern 211044-1

Markenführung II

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Markenführung II
Englische	Brand Management II – Analysing and operating the brand as an
Modulbezeichnung	individual principle of order
Kurztitel	Marke II
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Arnd Zschiesche
Dozent*in	Prof. Dr. Arnd Zschiesche
Sprache	deutsch
Lehrform	Vertiefungsvorlesung mit Fallstudien
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Einführung Marketing / Tourismusmarketing, Konsumentenfor-
Vorkenntnisse	schung / empirische Sozialforschung/Markenführung I
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, das individuelle Erfolgsmuster einer Marke zu identifizieren, es konkret herauszustellen und für die strategische Markenführung und das Marketing zu instrumentieren. Sie lernen von diesem Fundament ausgehend eine relevante Positionierung sowie eine wertorientiert-selbstähnliche Marketing- und Kommunikationsstrategie zu definieren und operativ umzusetzen. Es wird der ganzheitliche Blick auf die Marke und ihre strategische Ausrichtung bzw. kommunikative Durchsetzung geschult (analog und digital). Dabei werden Vertiefungsthemen wie Resonanzfelder und Gestaltsysteme behandelt. Die Studierenden analysieren eine Marke als Einzel- oder Gruppenarbeit und präsentieren die Ergebnisse.

Inhalt	Identitätsorientierte Markenanalyse, Markentechnik, Einsatz markensoziologischer Methodik, Erfolgsfaktoren der Markenführung, Resonanzfelder, Gestaltsysteme, Selbstähnliche Kommunikationsstrategien, Grundlagen digitaler Markenführung
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Klausur: 80%, Präsentation: 20%, d.h. die Klausur 90 Min./Präsentation: 15 Min.
Medienformen	Beamer, Tafelarbeit
Literatur	Skript zur Veranstaltung; aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften.

In der jeweils aktuellen Auflage:

Brandmeyer, K. et al. Markenkraft zum Nulltarif: Der Trick mit den Resonanzfeldern. SpringerGabler

Burmann, C. et al. Identitätsbasierte Markenführung. Grundlagen - Strategie - Umsetzung – Controlling. SpringerGabler.

Deichsel, A., Errichiello, O., Zschiesche, A. Grundlagen der Markensoziologie: Die sozialen Prinzipien von Markenbildung und -führung in Theorie und Praxis. SpringerGabler.

Errichiello, O., Zschiesche, A. Marke statt Meinung. Die Gesetze der Markenführung in 50 Antworten. GABAL.

Esch, F.-R., Armbrrecht, A (Hrsg.). Best Practice der Markenführung. SpringerGabler.

Kapferer, Jean-Noël. The New Strategic Brand Management. KoganPage.

Kröber-Riel, W., Esch, F.-R. Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze. Kohlhammer.

Otte, Thomas. Marke als System: Grundlagen der selbstähnlichen Markenführung. Pfäffikon.

Reeves, Rosser. Werbung ohne Mythos – Reality in Advertising. Kindler.

Zernisch, Peter. Markenglauben managen. Wiley.

Zschiesche, A/Errichiello, O (2018).: Marke statt Meinung. Die Gesetze der Markenführung in 50 Antworten. GABAL

Hinweis

5. Semester

Modul 110012

Prüfungsnummern 110012-1

Organizational Behaviour

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024
B.A International Tourism Management ITM PO 2024
B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Organizational Behaviour

Englische Organizational Behavior

Modulbezeichnung

Kurztitel Organizational Behaviour

Semesterinfo 5. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.

Das Modul wird ab WiSe 2024_2025 nicht mehr angeboten.

Modulverantwortung Prof. Dr. Susanne Liebermann

Dozent*in Prof. Dr. Susanne Liebermann

Sprache deutsch; englisch

Lehrform Vorlesung und Übung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150h

Präsenzstudium 60h

Eigenstudium 90h

Kreditpunkte 5

Empfohlene Human Resource Management

Vorkenntnisse

Voraussetzungen Human Resource Management

Lernziele / Kompetenzen

Nach dem erfolgreichen Besuch dieser Veranstaltung...

- ... sind die Studierenden in der Lage, grundlegende Konzepte und Theorien der Forschungsrichtung Organizational Behavior auf Individual-, Gruppen- und Organisationsebene zu beschreiben.
- ... verstehen die Studierenden, wie die im Modul vorgestellten Methoden (z.B. zur Analyse individueller Leistungsvoraussetzungen, Entscheidungsfindung, Team- und Organisationsent-

wicklung, zum Umgang mit Konflikten), empirischen Befunde und Konzepte eingesetzt werden können, um Verhalten in und von Organisation zu erklären, zu prognostizieren und zu steuern.

- ...können die Studierenden die Stärken und Grenzen der Konzepte und Theorien des Organizational Behavior Ansatzes diskutieren.
- ...können Studierende ausgewählte Verhaltensweisen und Strategien auf Individual-, Gruppen- und Organisationsebene anhand der Konzepte und Theorien systematisch einordnen.
- ...können die Studierenden die Wirksamkeit individueller und organisationaler Strategien mit Hilfe der im Modul vorgestellten Methoden in unterschiedlichen Settings im Hinblick auf unterschiedliche Zielkriterien analysieren.
- ...erweitern die Studierenden ihre Kompetenzen, im Organisationskontext selbstreflektiert und effektiv zu agieren.

Inhalt

Individuelle Bedingungen für Leistungsfähigkeit, Kreativität und Gesundheit

- Diversität in Organisationen
- Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung über verschiedene Lebensphasen
- Sozialisation, Persönlichkeit und Werte im organisationalen Kontext
- Bewertungsprozesse und Entscheidungsfindung
- Emotionen und Motivation im Organisationskontext
- Stress und Gesundheit

Soziale Bedingungen für Leistungsfähigkeit, Kreativität und Gesundheit

- Interpersonelle Beziehungen, soziale Netzwerke und Vertrauen
- Gruppenphänomene und empirisch identifizierte Erfolgskriterien der Gruppenarbeit
- Macht und Mikropolitik
- Kommunikation, Verhandlungsführung
- Organisationale Konflikte, Konfliktmanagement

Organisationale Bedingungen für Leistungsfähigkeit, Kreativität und Gesundheit

- Unternehmensführung und Organisationsstruktur
- Modelle der Organisationskultur und Kulturtypen
- Anlässe, Ziele, Instrumente und Strategien der Organisationsentwicklung

Rolle(n) der Führungskraft

- Verantwortung
- Führungstheorien und Führungstechniken
- Führung in Veränderungsprozessen

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen

Portfolioprüfung
Skript / Beamer / Board

Literatur

- Colquitt, J. A., LePine, J. A., Wesson, M. J. Organizational Behavior. McGraw-Hill Education.
- Griffin, R. W., Phillips, J. M. Organizational Behavior: Managing People and Organizations.
- Robbins, S. P., Judge, T. A. Organizational Behavior. Pearson Education.
- Schermerhorn, J. R., Osborn, R.N., Uhl-Bien, M., & Hunt, J. G. Organizational Behavior

Hinweis

5. Semester

Modul 211020

Prüfungsnummern 211020-1

Festivals

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Festivals
Englische	Festivals
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Festivals
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten. Das Modul wird ab WiSe 2025/2026 nicht mehr angeboten.
Modulverantwortung	Sonja Göttel
Dozent*in	Dipl. Geogr. Frank Simoneit
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	50% Seminar und 50% Praxis-Projekt (ggf. in Form einer exemplarischen Auftragsarbeit oder eines Rollenspieles mit Auftraggeber)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Anhand von Projektfallstudien und/oder Rollenspielen und durch die Bearbeitung praktischer Aufgaben in kleinen Gruppen identifizieren, analysieren und vergleichen die Studierenden unterschiedliche Problemstellungen und Lösungsansätze und erarbeiten Handlungsempfehlungen. Die Arbeit in Kleingruppen stärkt die Sozialkompetenz und die Teamfähigkeit sowie die eigenständige Auseinandersetzung mit differenzierten und komplexen Sachverhalten.
Inhalt	Seminar: Vermittlung von spezifischen Kenntnissen im Eventmanagement; Verarbeitung und Vertiefung des Lehrstoffes in theoretischer und praktischer Anwendung Praxis-Projekt: anhand konkreter

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur
Hinweis

Fälle wird eine Aufgabenstellung aus dem Bereich Festivals erarbeitet und gelöst; die Lösung wird dokumentiert und präsentiert.

Projektarbeit (20-30 Seiten) in Verbindung mit einer Präsentation (20-30 Minuten)

Beamer/ Internet/ Tafel/ Pinnwand/ Smartboard.

Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

5. Semester

Modul 211056

Prüfungsnummern 211056-1

Fairtrade-Events

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Fairtrade-Events
Englische Modulbezeichnung	Fairtrade Events
Kurztitel	Fairtrade
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Sonja Göttel
Dozent*in	Prof. Dr. Anja Wollesen
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	50% Seminar und 50% Praxis-Projekt (ggf. in Form einer exemplarischen Auftragsarbeit oder eines Rollenspiels mit Auftraggeber)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Anhand von Projektfallstudien und/oder Rollenspielen und durch die Bearbeitung praktischer Aufgaben in kleinen Gruppen identifizieren, analysieren und vergleichen die Studierenden unterschiedliche Problemstellungen und Lösungsansätze und erarbeiten Handlungsempfehlungen. Durch die Arbeit in Kleingruppen lernen die Studierenden Arbeitsprozesse kooperativ zu planen und zu gestalten und stärken ihre Sozialkompetenz und Teamfähigkeit.
Inhalt	Seminar: Vermittlung von spezifischen Kenntnissen im Eventmanagement; Verarbeitung und Vertiefung des Lehrstoffes in theoretischer und praktischer Anwendung Praxis-Projekt: anhand konkreter Fälle wird eine Aufgabenstellung aus dem Bereich Fair-

Stand: 16.01.2026

trade-Events erarbeitet und gelöst; die Lösung wird dokumentiert und präsentiert.

Studienleistung
Prüfungsleistung

Projektarbeit (20-30 Seiten) in Verbindung mit einer Präsentation (20-30 Minuten)

Medienformen

Beamer, Internet, Tafel, Pinnwand, Smartboard

Literatur

Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Hinweis

5. Semester

Modul 211023

Prüfungsnummern 211023-1

Konzernrechnungslegung

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	
Modulbezeichnung	Konzernrechnungslegung
Englische	Group financial statements
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Konzernrechnungslegung
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hanno Kirsch
Dozent*in	Prof. Dr. Hanno Kirsch
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung (ca. 40% Vorlesung, 20% interaktives Lehrgespräch und 40% Übung)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Bilanzierung nach Handelsrecht
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben zum einen vertieftes Fachwissen hinsichtlich der wesentlichen Schritte zur Erstellung eines Konzernabschlusses (insbesondere nach HGB). Die Studierenden erlangen die Fähigkeit einzelne Konsolidierungsvorgänge zur Aufstellung eines Konzernabschlusses selbständig durchführen zu können. Darüber hinaus können die Studierenden die wesentlichen Unterschiede zwischen der handelsrechtlichen Konzernabschlusserstellung und derjenigen nach IFRS aufzeigen.
Inhalt	1. Grundlagen der Konzernrechnungslegung, 2. Konzernrechnungslegungspflicht nach deutschem Recht, 3. Abgrenzung des Konsolidierungskreises, 4. Ausgewählte Grundsätze der Konzernrechnungslegung, 5. Vorbereitungsmaßnahmen zur Aufstellung des

Konzernabschlusses, 6. Kapitalkonsolidierung, 7. Schuldenkonsolidierung, 8. Zwischenergebniskonsolidierung, 9. Aufwands- und Ertragskonsolidierung, 10. Einbeziehung von Gemeinschaftsunternehmen nach der Quotenkonsolidierung, 11. Einbeziehung von assoziierten Unternehmen nach der Equity-Methode, 12. Wesentliche Unterschiede zur Konzernrechnungslegung nach IFRS, 13. Fallstudie zur Aufstellung eines Konzernabschlusses.

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Klausur (120 Minuten)
Interaktives Lehrgespräch/Tafelarbeit und PowerPoint-Präsentation/Gruppenarbeit/Fallstudien

Literatur

Küting/Weber: Der Konzernabschluss, 14. Aufl., Stuttgart 2018;

Gräfer/Scheld: Grundzüge der Konzernrechnungslegung, 13. Aufl., Berlin 2016;

Baetge/Kirsch/Thiele: Konzernbilanzen, 13. Aufl., Düsseldorf 2019

Hinweis

5. Semester

Modul 211046

Prüfungsnummern 211046-1

Strategisches und operatives Marketing

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Strategisches und operatives Marketing
Englische	Strategic and operative Marketing
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Strategisches und operatives Marketing
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Dozent*in	Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erlangen vertiefte Fachkenntnisse im strategischen und operativen Marketingbereich zur Lösung spezifischer Marketingmanagement-Probleme. Sie sind mit den Grundlagen der Marketingforschung vertraut und kennen den Zusammenhang von Marketingzielen, der Marketingstrategie und dem Marketing-Mix. Sie können die Strategieebenen (Marktfeld-, Marktstimulierungs-, Marktparzellierungs- sowie Marktarealstrategie) und die dazu gehörigen Strategiealternativen erläutern sowie voneinander abgrenzen und praktische Beispiele dahingehen analysieren. Auf dieser Basis sind sie zudem in der Lage, selbstständig ein schlüssiges marketingstrategisches Gesamtkonzept zu erstellen und zu begründen.

Die Studierenden sind mit den klassischen Bereichen des Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) vertraut und können unterschiedliche Instrumente erläutern. Zudem kennen Sie die Grundlagen der Produktgestaltung und des -designs sowie des Sensory Brandings.

Durch den Einsatz von Fallstudien werden soziale Kompetenzen, wie ganzheitliches Denken, Teamarbeit und Kommunikationsfähigkeit, geschult.

Inhalt

- Marketingforschung
- Marketingziele
- Marketingstrategien (Marktfeldstrategien, Marktstimulierung, Marktparzellierung, Marktarealstrategie, Marketing-strategisches Gesamtkonzept)
- Marketinginstrumente (Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik)
- Design
- Sensory Branding

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Klausur (120 Minuten)

Tafelbild / Video / Beamer

Becker. Marketingkonzeption. München: Vahlen. In der jeweils aktuellen Auflage.

Haas, Neumair, 2006. Internationale Wirtschaft. München: Oldenbourg.

Meffert, Burmann, Kirchgeorg. Marketing. Wiesbaden: Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Raab, Unger, Unger. Marketing-Forschung. Wiesbaden: Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Steiner. Sensory Branding. Wiesbaden: Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.

Scharf, Schubert, Hehn. Marketing. Einführung in Theorie und Praxis. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. In der jeweils aktuellen Auflage.

Walsh, G., 2009. Marketing. Heidelberg: Springer.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

Modul 211047

Prüfungsnummern 211047-1

Hauptseminar Dienstleistungsmanagement

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht Schwerpunkt
Modulbezeichnung Hauptseminar Dienstleistungsmanagement
Englische Advanced Seminar on Service Management
Modulbezeichnung
Kurztitel Hauptseminar Dienstleistungsmanagement
Semesterinfo 5. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.

Das Modul wird ab WiSe 2026/2027 nicht mehr angeboten.

Modulverantwortung Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Dozent*in Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Sprache deutsch
Lehrform Seminar: davon ca. 30% interaktives Lehrgespräch; 30% betreutes Arbeiten; 40% studentische Präsentationen
SWS 2 SWS
Arbeitsaufwand 150
 Präsenzstudium 30
 Eigenstudium 120
Kreditpunkte 5
Empfohlene Grundlagen des Dienstleistungsmanagements
Vorkenntnisse
Voraussetzungen Keine
Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden wenden ihre erworbenen Dienstleistungsmanagementkenntnisse unter Bezugnahme auf aktuelle, konkrete Problemstellungen an und verfassen hierzu eine wissenschaftliche Arbeit.

Sie sind in der Lage, innerhalb eines vorgegebenen zeitlichen, thematischen und formalen Rahmens selbstständig eine spezifische Problemstellung zu formulieren, diese unter Beachtung wissenschaftlicher Kriterien zu bearbeiten und vor Publikum zu präsentieren sowie zu verteidigen.

Inhalt

- Thematischer Rahmen:
- Trends im Dienstleistungsmanagement

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur
Hinweis

- Dienstleistung 4.0
- Kundenzufriedenheit und -bindung
- Qualitätsmanagement
- Analyse von Unternehmen im Dienstleistungssektor

Hausarbeit (20 Seiten +/- 10%) + Präsentation (15 Minuten)

Tafelbild / Video / Beamer

Wird in der Veranstaltung entwickelt.

5. Semester

Modul 211051

Prüfungsnummern 211051-1

Grundlagen Spanisch

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen Spanisch
Englische	Spanish basics
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Grundlagen Spanisch
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Der Kurs findet im Wintersemester statt.
Modulverantwortung	Paula Molina de Rohde
Dozent*in	Paula Molina de Rohde
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erreichen die erste Stufe der elementare Sprachverwendung (A1 Niveau des Europäischen Referenzrahmen). Sie verwenden vertraute alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze, die auf die Befriedigung ganz konkreter beruflich-persönlicher Bedürfnisse zielen. Sie verstehen ganz kurze Texte in Form von Dialogen, Graphiken, Broschüren, Blogs, Anzeigetafeln, Mails persönlicher Natur oder Texte unterstützt durch Diagramme oder Bilder. Sie schreiben oder ergänzen Broschüre, Blogs, Formulare, kurze Mails, wenn diese mit den behandelten Themen zusammenhängen. Sie lernen die neue Kultur zu verstehen und vergleichen diese mit der eigenen. Somit üben sie eine reflektierende Autokritik der Kul-

turen und deren Unterschiede um die Unterschiede und Ähnlichkeiten daraus auszulesen und diese als Ausgangspunkt zu nehmen um die gelungene Kommunikation und das harmonische Zusammenleben zu ermöglichen.

Sie bearbeiten die behandelten Themen weitaus selbstständig. Durch die Benutzung vom LMS und die darin enthaltene Übungen und Raster zur Selbstbeurteilung erkennen sie durch Selbstreflexion, welche Fertigkeiten und Fähigkeiten sie beherrschen und welche mehr Übung benötigen.

Inhalt

Mögliche Inhalte sind: „Sich kennenlernen“, „Sprachen lernen“, „hispanoamerikanische Länder“, „Familienunternehmen“, „Lebensstyle“, „Essen“ oder „Einkaufen“

Studienleistung

Prüfungsleistung

Portfolioprüfung (60 min. klausurähnliche Computeranwendung 50%, weitere Leistungen)

Medienformen

Tafel/ Internet/Lehrbücher/Audios/Videos

Literatur

Emprendedores 1 - Kursbuch Hueber Verlag (SGEL) ISBN: 978-3-19-604507-9 in der jeweils aktuellen Auflage

Hinweis

5. Semester

Modul 211052

Prüfungsnummern 211052-1

Einführung in Wirtschaftsspanisch

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Einführung in Wirtschaftsspanisch
Englische	Business Spanish
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Einführung in Wirtschaftsspanisch
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Paula Molina de Rohde
Dozent*in	Paula Molina de Rohde
Sprache	deutsch
Lehrform	Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Grundlagen Spanisch
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erreichen die zweite Stufe der elementare Sprachverwendung (A2 Niveau des Europäischen Referenzrahmens). Sie verwenden vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze, die auf die Befriedigung konkreter beruflicher-persönlicher Bedürfnisse zielen. Sie verstehen kurze einfache Texte über Wirtschaft, in Form von Broschüren, Diagrammen, Blogs, Anzeigetafeln, Mails oder Briefen persönlicher und geschäftlicher Natur, Stellenanzeigen, Formulare, wenn diese mit den behandelten Themen zusammenhängen. Sie schreiben oder ergänzen einfache Broschüren, Blogs, Formulare und persönliche Briefe in Zusammenhang mit den behandelten Themen. Sie präsentieren ein Wirtschaftsunternehmen.

Stand: 16.01.2026

Sie lernen die neue Kultur zu verstehen und vergleiche diese mit der eigenen. Somit üben sie eine reflektierende Autokritik der Kulturen und deren Unterschiede und Ähnlichkeiten daraus auszulesen und diese als Ausgangspunkt zu nehmen um die gelungene Kommunikation und das harmonische Zusammenleben und - arbeiten zu ermöglichen.

Sie bearbeiten die behandelten Themen weitaus selbstständig. Durch die Benutzung vom LMS und die darin enthaltene Übungen und Raster zur Selbstbeurteilung erkennen sie durch Selbstreflektion, welche Fertigkeiten und Fähigkeiten sie beherrschen und welche mehr Übung benötigen.

Inhalt

Mögliche Inhalte sind: „Arbeit-berufliche und persönliche Beziehungen“, „Arbeitspläne“, „Erfahrungen in der Vergangenheit“, „Innovationen“.

Studienleistung

Prüfungsleistung

Portfolioprüfung (60 min. klausurähnliche Computeranwendung 50%, weitere Leistungen)

Medienformen

Literatur

Tafel / Internet / Lehrbücher / Audios / Videos

Emprendedores 1 - Kursbuch Hueber Verlag (SGEL) ISBN: 978-3-19-604507-9 in der jeweils aktuellen Auflage

Hinweis

5. Semester

Modul 211053

Prüfungsnummern 211053-1

Advanced Business English I

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht Schwerpunkt
Modulbezeichnung Advanced Business English I
Englische Advanced Business English I
Modulbezeichnung
Kurztitel Advanced Business English I
Semesterinfo 5. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.

Das Modul wird nicht mehr angeboten PO 2024!

Modulverantwortung Ciara Colgan
Dozent*in David Carolan, Ciara Colgan-Buchenau, Elisabeth Petersen
Sprache englisch
Lehrform Vorlesung / Übung - max 20 Studierende
SWS 4 SWS
Arbeitsaufwand 150
 Präsenzstudium 60
 Eigenstudium 90
Kreditpunkte 5
Empfohlene
Vorkenntnisse
Voraussetzungen Successful completion of Business English I and II.
Lernziele / Kompetenzen

Inhalt In this course students learn to perfect their written and oral communication skills. This course will consolidate and perfect presentation skills at an individual level. Students will apply the knowledge and skills learnt in the previous semester to produce and hold an individual presentation on a business topic.
This course is designed to meet the needs of students who have passed the mandatory courses in English and who intend to actively use English in their business career. The material offered covers a range of business topics at an upper-intermediate to advanced level. Possible topics are: strategies in international marketing developments in human resources, communication, the challenges of digitalisation, success, risk management, the globalisation of business

and effects on various sectors, current business issues and business correspondence. The course will also comprise presentation and communication skills.

Studienleistung
Prüfungsleistung

Written exam 60 minutes (50%) Individual presentation 20 minutes (50%)

Medienformen
Literatur

Use of various media

Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. : Market Leader Upper-Intermediate (in der jeweils aktuellen Auflage) ISBN: 978-1-408-23709-0

Recommended reference literature:

Murphy, R. (2012) English Grammar in use. Cambridge: Cambridge University Press.

Mascull, B. (2002) Business Vocabulary in Use. Cambridge: Cambridge University Press.

Hinweis

Modul 211049

Prüfungsnummern 211049-1

Supply Chain Management

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Supply Chain Management
Englische Modulbezeichnung	Supply Chain Management
Kurztitel	Supply Chain Management
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Dozent*in	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Voraussetzungen	<p>Keine
Lernziele / Kompetenzen	Innerhalb des Moduls Supply Chain Management wird den Studierenden die strategische Bedeutung einer angemessenen Gestaltung, Planung sowie Aufrechterhaltung des Beschaffungsmanagements im Rahmen des Supply Chain Managements vermittelt. Es ermöglicht den Studierenden zu verstehen, welche essentielle Bedeutung ein effizientes und resilientes Beschaffungswesen für das Supply Chain Management hat, bzw. wie Schwächen der Leistung eines Unternehmens schaden können. Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: • das Beschaffungswesen in das Supply Chain Managements einordnen sowie Verfahren zum Kosten-, Risiko- und Qualitätsmanagement in der Beschaffung bestimmen,

Inhalt

- Lieferantenketten in ihrer Komplexität analysieren, verbessern und Handlungsempfehlungen aussprechen,
- Elemente der Beschaffungsmanagements und deren Auswirkung auf die Supply Chain argumentationsgeleitet diskutieren.
- Beschaffungsmärkte, -objekte und -strategien
- Lieferantenauswahl, -management und -entwicklung
- Kosten-, Risiko- und Qualitätsmanagement in der Beschaffung
- Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Beschaffung

Studienleistung**Prüfungsleistung****Medienformen****Literatur**

Klausur (120 Minuten)

Folien, Fallstudien, Tafel, Videobeiträge, Planspiel

Chopra/ Meindl: Supply Chain Management - Strategie, Planung und Umsetzung. 5., aktualisierte Auflage, Pearson Studium.

Hinweis

5. Semester

Modul 211050

Prüfungsnummern 211050-1

Ausgewählte Probleme in der Logistik

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Ausgewählte Probleme in der Logistik
Englische	Selected problems in logistics
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Ausgewählte Probleme in der Logistik
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Dozent*in	Prof. Dr. Ing. Andrea Wenholt
Sprache	deutsch
Lehrform	Seminar
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	<p>Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden bearbeiten ausgewählte Problemfelder individuell definierter Themen in Form von Hausarbeiten und daraus abgeleiteten Präsentationen. Die Studierenden entwickeln hierbei eigenständig Lösungsansätze für Fragestellungen des Supply Chain Managements durch Recherche innerhalb der Fachliteratur und/oder das Erheben empirischer Daten. Am Ende der Veranstaltung können die Studierenden ausgewählte Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens anwenden, z.B. Veröffentlichungen zu logistikrelevanten Problemfeldern auswählen, und die Eignung der beschriebenen Techniken zur Lösung des Problems einschätzen.
Inhalt	Alles Themen des Supply Chain Management, u.a. Produktions-Beschaffungs-, Bestandsmanagement oder Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Verkehrs- und Entsorgungslogistik
Studienleistung	

Stand: 16.01.2026

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Hinweis

Hausarbeit (15 Seiten) und Präsentation (15 Minuten)

Folien, Fallstudien, Tafel, Videobeiträge

Kummer, S. (2010): Einführung in die Verkehrswirtschaft. 2. überarb. Aufl., Verlag:facultas. (ISBN: 9783825283360)

Modul 211032

Prüfungsnummern 211032-1

Datenbanken

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Datenbanken
Englische	Databases
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Datenbanken
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Christoph Blaue
Dozent*in	Prof. Dr. Christoph Blaue
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Programmierkenntnisse
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden können folgende Tätigkeiten selbständig ausführen: • Relationale Datenbanken entwerfen • Relationale Datenbanken anlegen, ändern löschen • Daten anlegen, ändern und löschen • Anfragen an Datenbanken stellen mit Unterabfragen, Aggregation und Gruppierung • Die Sicherheit statistischer Datenbanken beurteilen Sie kennen das Prinzip der Anbindung einer prozeduralen Sprache an eine relationale Datenbank
Inhalt	• Einführung in die Welt der Datenbanken und mathematische Grundlagen • Anwendungsarchitektur von Datenbank Anwendungen • SQL

- Funktionale Abhängigkeiten und Normalisierung
- Prozeduren und Trigger
- Sicherheitsaspekte in statistischen Datenbanken Zugriffe aus prozeduralen Sprachen auf relationale Datenbanken (odbc, jdbc, php-connect)

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Klausur (120 Minuten)
 Tafel, Beamer, Medienkoffer für Kleingruppen (UseCase-Analyse),
 PC-Labor

Literatur
Hinweis

Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

5. Semester

Modul 211037

Prüfungsnummern 211037-1

Diversity Management

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Diversity Management
Englische	Diversity Management
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Diversity Management
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Daniela Aidley
Dozent*in	Prof. Dr. Daniela Aidley
Sprache	englisch
Lehrform	
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sollen die psychologischen Hintergründe von der Wahrnehmung, und den Umgang mit Minderheiten verstehen und die Implikationen dieser Wahrnehmungsprozesse für den Arbeitsplatz. Die Studierenden sollen einen Einblick gewinnen, wie Vielfalt und Barrierefreiheit im internationalen Vergleich erreicht und unterstützt werden, und in der Lage sein, konkrete Verbesserungsvorschläge für einen fairen und barrierefreien Arbeitsplatz zu erarbeiten und zu evaluieren.
Inhalt	Im Rahmen dieses Moduls wird insbesondere auf Diversität hinsichtlich geschützter Charakteristika fokussiert, d.h. Geschlecht, ethnische Herkunft, sexuelle Orientierung, Alter, Mutterschaft und

Schwangerschaft, Transgender, Glaube und Religion, und Behinderung. Zusätzlich wird auf kulturelle Diversität eingegangen.

1. Psychologische Erklärungsansätze zu Vorurteilen und Diskriminierung
2. Demographische Entwicklungen und Implikationen für Vielfalt im Arbeitsleben
3. Rechtliche Rahmenbedingungen zur Chancengleichheit und Barrierefreiheit
4. Diskussion und Evaluation von konkreten Lösungsansätzen in der beruflichen Praxis

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur
Hinweis

Hausarbeit (15-25 Seiten)
Tafel / Beamer
kript; Individuelle Artikel für Veranstaltungen

5. Semester

Modul 211038

Prüfungsnummern 211038-1

Transformation and Future Studies

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	
Modulbezeichnung	Transformation and Future Studies
Englische	Transformation and Future Studies
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Transformation and Future Studies
Semesterinfo	5. Semester
Modulverantwortung	
Dozent*in	
Sprache	
Lehrform	
SWS	SWS
Arbeitsaufwand	
Präsenzstudium	
Eigenstudium	
Kreditpunkte	5
Empfohlene	
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	
Lernziele / Kompetenzen	
Inhalt	
Studienleistung	
Prüfungsleistung	
Medienformen	
Literatur	
Hinweis	

5. Semester

Modul 211039

Prüfungsnummern 211039-1

**From Good Idea to Venture - Systemativ
Approach to Building Your Own StartUp**

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024

Teilnahmepflicht Wahlpflichtfach

Modulbezeichnung From Good Idea to Venture - Systemativ Approach to Building Your Own StartUp

**Englische
Modulbezeichnung** From Good Idea to Venture - Systematic Approach to Building Your Own StartUp

Kurztitel From Good Idea to Venture - Systemativ Approach to Building Your Own StartUp

Semesterinfo 5. Semester
This course is based on the duration of the respective semester and starts with the announced beginning of the lectures and ends respectively. The course is offered in the winter semester

Modulverantwortung Prof. Dr. Thomas Wiemers

Dozent*in David Bregler

Sprache englisch

Lehrform 2 SWS Vorlesung
2 SWS Übung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 210

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 150

Kreditpunkte 5

**Empfohlene
Vorkenntnisse** Keine

Voraussetzungen Keine

Lernziele / Kompetenzen

Lernziele / Kompetenzen

In diesem Kurs lernen die Studierenden Methoden und Strategien aus der Start-up Welt kennen und anzuwenden. Mit diesen Fähigkeiten sind die Studierenden in der Lage ihr eigenes Start-up zu gründen oder die gelernten Fähigkeiten in anderem Kontext, wie zum Beispiel etablierten Unternehmen, anzuwenden.

Der Kurs wird in Englisch unterrichtet.

Wissen

Die Studierenden verfügen über theoretisches und praktisches Wissen ein Startup zu gründen und zu entwickeln. Sie verstehen

Stand: 16.01.2026

die Konzepte der Lean Startup Methodology und des Design Thinkings und sie verstehen die praktischen Schritte in der Gründung: Produktvalidierung, Grundlagen des Gesellschaftsrechts, Finanzierung, datengetriebenes Management, operatives Geschäft, Marketing, Pitching und Teaming. Die Studierenden verstehen das Start-up Mindset und wissen, dass die Konzepte und Strategien auch bei großen Organisationen (als Intrapreneur) relevant sind.

Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage die gelernten Konzepte in der Praxis umzusetzen und den Prozess von der Ideenfindung bis zum wachsenden Startup eigenständig durchzuführen. Sie können strategische Entscheidungen treffen, die eine Unternehmung erfolgreich macht, und sie können die operativen Tätigkeiten, die zur Gründung und Führung eines Unternehmens nötig sind, erledigen und anleiten. Sie können außerdem ihre Idee effektiv kommunizieren und ihre Unternehmung als ein gutes Investment zu präsentieren. Die Studierenden können Fallstudien analysieren und entscheidende Faktoren, Strategien und Learnings identifizieren.

Personale Kompetenz

Die Studierenden kennen die persönlichen Herausforderungen, denen jeder Gründer gegenübersteht. Mit diesem Bewusstsein können die Studierenden Ängste und Unsicherheiten überkommen und bewusst Risiken eingehen. Sie wissen, wie wichtig Teamarbeit ist und können die persönlichen Beziehungen innerhalb des Teams und nach außen hin zum Mehrwert der gesamten Unternehmung aufbauen, pflegen und nutzen. Die Studierenden verstehen es außerdem, die eigenen Annahmen kontinuierlich zu hinterfragen.

Inhalt

Bootcamp

- What is a start-up?
- How to find and evaluate your idea
- Product Market fit and how to talk to your customers
- Lean Startup Methodology
- Design thinking
- Pivots
- Running a start-up (and differences to established companies)
- Intrapreneurship
- Corporate/Start-up law
- KPIs and Data-driven Management
- Seed-Financing

Bi-weekly Office hours

- Trouble-Shooting
- Progress reporting
- Step by step support

Pitch-week

- How to pitch

- Fundraising
- Growing and scaling a start-up
- Pitch

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Präsentation (20 Minuten) und Hausarbeit (10 Seiten)
 VL.: Beamer / Tafel / Whiteboard / .Active Panel, Video#Clips,
 Online Tools zur Kommunikation Übung: Gruppenübungen (Whiteboard, Metaplanwände, FlipChart u.ä.) Virtuelle Vorlesungen und Kollaborationen via MS Teams, Zoom oder WebEx

Literatur

Design Thinking: Das Handbuch (Deutsch) Gebundene Ausgabe – 13. August 2015 von Falk Uebernickel (Autor), Walter Brenner (Autor), & 3 mehr

The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystems von Michael Lewrick , Patrick Link , et al. | 29. Juni 2018

Digital Innovation Playbook. The essential exercise book for founders, doers and managers (English Edition) von Dark Horse Innovation | 9. September 2017

The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses von Eric Ries | 17. Oktober 2017

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

5. Semester

Modul 211019

Prüfungsnummern 211019-1

Softwareengineering BWL

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Softwareengineering BWL

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel Softwareengineering

Semesterinfo 5. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.

Modulverantwortung Prof. Dr. Christoph Blaue

Dozent*in Prof. Dr. Christoph Blaue

Sprache deutsch; englisch

Lehrform Vorlesung und Übung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 90

Kreditpunkte 5

Empfohlene Programmierkenntnisse

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen

- Qualitätskriterien für Softwareentwicklung
- Kriterien für die Beurteilung von Anforderungen im Allgemeinen und von Softwaresystemen im Besonderen
- aktuelle Softwaretechniken

Die Studierenden können folgende Tätigkeiten selbständig ausführen:

- Planung von Prozessen mit Business Process Model and Notation (BPMN)
- Objektorientierte Planung von Applikationen mit UML.
- Programmieren unter Verwendung objektorientierter Entwurfsmuster
- Aufbereitung und Präsentation eines eigenen Themas

Inhalt	Vergleich verschiedener Vorgehensmodelle, Prozessmodellierung mit BPMN, Einführung in UML mit objektorientierten Vorgehensmodellen, Entwurfsmuster, Stereotypen als Abstraktionshilfsmittel, Bad Smells, moderne Techniken der Softwareentwicklung (z.B. Model Driven Architecture (MDA), Arbeiten mit Anwendungsfamilien). In kleinen Gruppen wird die Kommunikation zwischen Anwendern und Entwicklern simuliert und geübt.
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Medienformen	Tafel, Beamer, Medienkoffer für Kleingruppen (UseCase-Analyse), PC-Labor
Literatur	B. Österreich: Objektorientierte Softwareentwicklung, Object Management Group: Business Process Model and Notation, www.omg.org/spec/BPMN , T. Allweyer: BPMN 2.0 Business Process Model and Notation Programmdokumentation je nach eingesetzter Software, Workshop-Unterlagen in der jeweils aktuellen Auflage
Hinweis	

6. Semester

Modul 210056

Prüfungsnummern 210056-1

Entrepreneurship u. Innovationsmanagement

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Entrepreneurship u. Innovationsmanagement
Englische Modulbezeichnung	Entrepreneurship and innovation management
Kurztitel	Entrepreneurship u. Innovationsmanagement
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommer- und Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Eric Horster
Dozent*in	N.N.
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach dem erfolgreichen Besuch dieser Veranstaltung können Studierende sich in eine*n Unternehmensgründer*in hineinendenken, Probleme und Möglichkeiten in diesem Umfeld erkennen und Lösungsansätze für aktuelle Problemstellungen entwickeln. Sie haben insbesondere gelernt: • Sie kennen die grundlegenden Theorien des Entrepreneurships und Innovationsmanagements und können diese erklären und beurteilen • die Grundzüge unternehmerischer Entscheidungen nachzuvollziehen und sich systematisch mit den Veränderungen im Umfeld national- und internationalagierender Unternehmen auseinanderzusetzen

- im Rahmen von Veränderungs- und Innovationsprozessen können Sie Projektziele definieren, analysieren und priorisieren
- Sie können ausgewählte Methoden und Instrumente der Planung, Steuerung, Überwachung und Kontrolle bei Innovationsprozessen praktisch anwenden
- Sie kennen die Methoden und Tools der integrierten Termin- und Ressourcenplanung
- Sie können Engpasssituationen durch steuernden Eingriff in das Projekt auflösen und aus unterschiedlichen Konzepten und Vorgehensweisen ein realistisches Projektbudget ableiten sowie Risiken in Projektsituationen abwägen
- Sie kennen typische Problembereiche, die sich im Management von Innovationen und bei (Aus-)Gründung ergeben können und sind in der Lage, diese zu identifizieren und zu bewerten
- grundlegende Gestaltungsfaktoren (betrieblicher) Innovationssysteme beurteilen
- Maßnahmen zur Verbesserung von Innovationsprozessen ableiten
- Instrumente der Gründung (z.B. Business Plan) anwenden
- die behandelten Konzepte auf praxisrelevante Fragestellungen anwenden
- Die SDGs auf das Thema des Seminars zu beziehen. Hierzu zählt insbesondere, dass sie erkennen,
 - wie Innovationsmanagement zur Schaffung von Arbeitsplätzen beitragen kann (SDG 1),
 - wie Produkte und Geschäftsmodelle entwickelt werden können, die den Energieverbrauch verringern (SDG 7)
 - wie Produkte und Geschäftsmodelle durch Transparenz der Produktionskette aussehen können, die einen verantwortungsvollen Konsum fördern (SDG 12).

Inhalt

Unternehmensgründung und Unternehmensentwicklung stehen im Fokus der Veranstaltung. Daneben geht es um das Innovationsmanagement sowie die zunehmend wichtige Integration von unternehmerischem Denken und Handeln sowie Innovationsprozessen auch in etablierten Unternehmen. Die Inhalte sind dabei:

- Grundlagen des Innovationsmanagements
- Innovationsmodelle im Zeitverlauf und deren Entwicklung bis zu heute maßgebenden Ansätzen wie Open Innovation
- Unternehmensgründung und -entwicklung mit Fokus auf das Kund*innenerlebnis (Experience)
- die Rolle von Entrepreneur*innen sowie ihre Persönlichkeitsmerkmale, die bei der Unternehmensgründung relevant sind
- Inter- und intra-organisationale Kooperationen
- Das Konzept der beidhändigen Führung
- Change-Management und Unternehmenskultur als übergeordnete Themen, die bei der Etablierung von Innovationsprozessen entscheidend sind
- Analyse von Fallstudien mit aktuellem Bezug werden in den Unterricht mit eingebracht

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

- Marketing, Finanzierung und weitere betriebswirtschaftliche Aspekte, die bei der Unternehmensgründung sowie in Innovationsprozessen berücksichtigt werden sollten

Klausur (120 Minuten)

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Beamer / moodle

Fueglistaller, U., Fust, A., Müller, C., Müller, S., Zellweger, T., 2019. *Entrepreneurship. Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz*. 5. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.

Pott, O., Pott, A., 2015. *Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Bieger, T., Ebner, S., Frehse, J. et al., 2008. *Unternehmertum im Tourismus. Führen mit ErNeuerungen*. 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Stolzenberg, K., Heberle K., 2021. *Change Management*. 4. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.

Olfert, K., 2019. *Projektmanagement*. 17. Aufl. Herne: Kiehl.

Schelle, H., 2018. *Projekte zum Erfolg führen*. 8. Aufl. München: Deutscher Taschenbuchverlag.

Ahlemann, F., 2013. *Strategisches Projektmanagement. Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Faßbender, R.-R., Thanhoffer, M., 2010. *Kreatives Projektmanagement*. Wiesbaden: Gabler.

Horster, E., 2023. *Playbook Innovationsmanagement*, Freiburg: Rudolf Haufe Verlag.

Horster, E., 2023. *Customer Experience Management*, Freiburg: Rudolf Haufe Verlag.

Disselkamp, M., 2012. *Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Fichter, K., 2015. *Grundlagen des Innovationsmanagements*. 7. Aufl. Oldenburg: Carl von Ossietzky Universität.

Vahs, D., Brem, A., 2015. *Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung*. 5. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Osterwalder, A., PigNeur, Y., 2011. *Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer.* Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Osterwalder, A., PigNeur, Y., Bernarda, G., Smith, A., 2015. *Value Proposition Design. Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen.* Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Osterwalder, A., PigNeur, Y., Etienneble, F., Smith, A., 2020. *The Invincible Company. How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the World's Best Business Models.* Weinheim: Wiley.

Hinweis

Modul 211058

Prüfungsnummern 211058-1

Managementorientierte Sozialkompetenzen

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht Pflichtfach
Modulbezeichnung Managementorientierte Sozialkompetenzen
Englische Social skills for management
Modulbezeichnung
Kurztitel Managementorientierte Sozialkompetenzen
Semesterinfo 6. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.

Das Modul wird im 5. Semester als Pflichtmodul für den Stg. WiPsy BSc. geöffnet

Modulverantwortung Sonja Göttel
Dozent*in verschiedene
Sprache deutsch; englisch
Lehrform Seminar
SWS 2 SWS
Arbeitsaufwand 90
 Präsenzstudium 30
 Eigenstudium 60
Kreditpunkte 3
Empfohlene keine
Vorkenntnisse
Voraussetzungen keine
Lernziele / Kompetenzen

Im Kurs „Managementorientierte Sozialkompetenzen I“ werden parallel verschiedene Kurse mit unterschiedlichen Rahmenthemen angeboten. Die Studierenden können eigenständig einen dieser Kurse auswählen.

Innerhalb des gewählten Rahmenthemas erlernen die Studierenden Hintergründe, Einflussfaktoren und Aspekte verstehen und beschreiben. Sie können verschiedene Beispiele und Herangehensweisen vergleichen und Lösungsansätze ableiten. Sie erlernen effiziente und nachhaltige Verhaltensweisen und soziale Kompetenzen

Inhalt

im Umgang mit dem gewählten Themenbereich und können diese selbständig anwenden.

Durch Kleingruppenarbeit erlernen sie darüber hinaus Arbeitsprozesse in Gruppen zu planen und gestalten, Sachverhalte zu analysieren und zu strukturieren und Ergebnisse und Positionen argumentativ zu vertreten und vor Publikum zu präsentieren.

Es werden parallel mehrere Kurse zur Auswahl angeboten und die Studierenden können einen Kurs davon auswählen. Innerhalb des gewählten Rahmenthemas lernen die Studierenden Hintergründe, Einflussfaktoren und Aspekte kennen und erarbeiten anhand von Literaturrecherche, Fallstudien, Rollenspielen etc. nachhaltige Lösungsmöglichkeiten und Verhaltensweisen im Umgang mit dem Themenbereich. Mögliche Rahmenthemen sind u.a.

„Einführung in die Psychologie, Schwerpunkt Sozialpsychologie“

Die Psychologie stellt die Frage nach dem Wesen des Menschen. Sie erforscht das Wie, Was, Wann und Warum menschlichen Verhaltens. Der Kurs gibt einleitend einen Überblick über die Felder der Alltagspsychologie: von Verhalten, Ursachen und kognitiven Prozessen bis hin zu Dispositionen und Einflüssen. Thematisiert wird das Gedächtnis als Grundlage allen Denkens und Fühlens, wie der Prozess von Enkodierung, Speicherung und Abruf funktioniert, was Konditionierung bewirken kann und welche Aufgaben das Gedächtnis hat. Wir erfahren, warum Gefühle häufiger im Spiel sind als wir meinen und warum sie eigentlich jeden Tag um 7:30 Uhr aufstehen, um ab 8:15 Uhr vor dem Laptop zu sitzen. Dabei haben wir grundsätzlich die sozialpsychologische Brille auf und beschäftigen uns damit, wie situative Kontexte menschliches Erleben und Verhalten beeinflussen.

„Intercultural Competence“

Dealing with customers from all over the world, working together in a multi-national team and cooperating with partners worldwide requires cultural sensibility and the reflection and understanding of one's own as well as foreign cultures. The course gives a comprehensive introduction to intercultural management. Based on a holistic understanding of the term culture, it displays and discusses different aspects and dimensions of culture and reflects on their impacts on business practice.

„Kreativitäts- und Moderationstechniken“

Zentrale Elemente der touristischen Arbeit sind die Abstimmung und Interaktion mit anderen und die moderierte Diskussion von Ideen und Ansätzen. Ob im Ideen- und Innovationsmanagement, Produktentwicklung, Change Management oder Teamentwick-

lung: gute Techniken und moderne und spaßbringende Methoden machen einen großen Unterschied. Der Kurs gibt die Möglichkeit unterschiedliche innovative Kreativitäts- und Moderationstechniken kennenzulernen und im Rahmen von Fallbeispielen, Rollenspielen und Übungen selbst zu erproben und durchzuführen.

Das Modul zählt insbesondere auf die SDG´s Nr. 4 Hochwertige Bildung, Nr. 8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum und Nr. 16 Frieden, Gerechtigkeit und starke soziale Institutionen ein.

Studienleistung
Prüfungsleistung

PL: die Prüfungsleistung kann beinhalten: Hausarbeit (10- 15 Seiten p.P.) oder Präsentation (15-20 Min. p.P.) oder mündliche Prüfung (15 Min. p.P.) oder Projektarbeit (10 Seiten p.P.).

Medienformen

Die genaue Prüfungsleistung wird zu Beginn des Semesters durch die/den jeweilige*n Dozent*in bekanntgegeben.

Literatur

Beamer, Laptop, Internet, Video, Literaturstudien, Fallstudien, Pinnwand, Moderationsbox

Hinweis

Abhängig vom gewählten Fokusthema; wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

6. Semester

Modul 9997

Prüfungsnummern 9997

Bachelorarbeit

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Bachelorarbeit
Englische Modulbezeichnung	
Kurztitel	Bachelorarbeit
Semesterinfo	6. Semester Modulverantwortlicher: Alle Professor(inn)en, Honorarprofessor(inn)en und hauptberuflich Lehrende des FB Wirtschaft mit abgeschlossener Promotion. Dozent: Alle Professor(inn)en und promovierten Dozenten des FB Wirtschaft Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	
Dozent*in	N.N.
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	Seminar (ca. 20% Vorlesung, 30% interaktives Lehrgespräch, 50% studentische Präsentation)
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand	360
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	330
Kreditpunkte	12
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Voraussetzungen	Zulassung zu Bachelorarbeit
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, aus bereits vorhandenem Fachwissen, eigenständig eine Fragestellung für die Abschlussarbeit zu entwickeln. Sie können eine (theoriegeleitete) Fragestellung eigenständig und nach wissenschaftlichen Standards und Methoden sowie unter Berücksichtigung aktueller Literatur innerhalb einer vorgegebenen Frist bearbeiten. Sie zeigen, dass sie mit disziplin-

	spezifischen Begriffen und Terminologien angemessen umgehen und ein Thema objektiv, vollumfänglich, differenziert und kritisch erschließen und fundiert ausarbeiten können. Ergebnisse können sie mittels einer wissenschaftlichen Präsentation erläutern und gegenüber Kritik sachlich argumentativ verteidigen.
Inhalt	Eigenständige Bearbeitung einer Fragestellung im Rahmen der Anfertigung der Bachelorarbeit
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Bachelorarbeit + Präsentation
Medienformen	Tafel, Beamer, Pinnwand, OHP, Video, T-Fis
Literatur	Themenabhängig
Hinweis	

6. Semester

Modul 110011

Prüfungsnummern 110011-1

**Operatives Controlling (inklusive
TOPSIM-Unternehmensplanspiel)**

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
B.Eng Green Technolgy GT PO2024
B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Operatives Controlling (inklusive TOPSIM-Unternehmensplanspiel)

**Englische
Modulbezeichnung** Managerial Accounting and Financial Planning (incl. TOPSIM-Business Simulation Game)

Kurztitel Operatives Controlling (inklusive TOPSIM-Unternehmensplanspiel)

Semesterinfo 6. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.

Modulverantwortung Prof. Dr. Ralf Kesten

Dozent*in Prof. Dr. Ralf Kesten

Sprache deutsch; englisch

Lehrform Vorlesung und Übung durch Integration eines IT-gestützten Unternehmensplanspiels und MS-Excel mit Kleingruppenarbeit

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 90

Kreditpunkte 5

**Empfohlene
Vorkenntnisse** Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Einführung in das Controlling (inkl. Excel-Anwendungen)

Voraussetzungen Keine

Lernziele / Kompetenzen Nach der Modulteilnahme sind die Studierenden in der Lage, die unter "Inhalt" zu behandelnden Methoden zu kennen, zu verstehen und in Fallbeispielen anzuwenden. Die Studierenden können die im Unternehmensplanspiel enthaltenen Problemstellungen analysieren, die zur Problemlösung einzusetzenden Methoden auswählen, situationsgerecht anpassen und unter Einsatz einer Tabellenkal-

Stand: 16.01.2026

kulationssoftware bearbeiten. Durch den Planspieleinsatz und der damit verbundenen Arbeit in Kleingruppen lernen die Studierenden sich im jeweiligen Team unter Zeitdruck auf unternehmerische Entscheidungen zu verständigen und ihre Ergebnisse im Plenum zu präsentieren. Niveaustufen: 1 bis 5.

Inhalt

Operative Budgetplanung sowie integrierte Jahresabschlussplanung (in Form geplanter Gewinn- und Verlustrechnungen, Bilanzen und Cashflow-Statements), Abweichungsanalyse zur Jahresabschlussplanung, Kosten- und Erlösmanagement (insb. Deckungsbeitrags- und Break Even-Analysen, Activity Based sowie Life Cycle Costing), Prognose und Kontrolle der Wirtschaftlichkeit von Investitionsprojekten auf der Grundlage dynamischer Investitionsrechnungen und Auswirkungen auf den Unternehmenswert, Kennzahlen im Rahmen der operativen Berichterstattung.

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen

Klausur (120 Minuten)

Lehrgespräch/Beamer/Tafelarbeit/Rechnerpräsentation/Gruppenarbeit

Literatur

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse; Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement;
- Kesten, R.: Investitionsrechnung in Fällen und Lösungen;
- Schmidt, A.: Kostenrechnung; Wiltinger, K./Heupel, T./Deimel, K.: Controlling (alle in der jeweils aktuellen Auflage).

Hinweis

6. Semester

Modul 110006

Prüfungsnummern 110006-1

Grundlagen des Online-Marketings

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen des Online-Marketings
Englische	Fundamentals of Online Marketing
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Grundlagen des Online-Marketings
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Arnd Zschiesche
Dozent*in	Rena Ackermann, Lena Fabian
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150h
Präsenzstudium	60h
Eigenstudium	90h
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Einführung Marketing / Tourismusmarketing
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage die wesentlichen Aufgabenfelder des Online-Marketings sowie deren Entwicklung zu benennen und zu erläutern (Dies beinhaltet u.a. Wissen über Nutzungsmöglichkeiten des Internets als Kommunikationsplattform sowie als Vertriebskanal). Sie können beurteilen, ob und warum Internetseiten und Online Shops nutzerfreundlich gestaltet sind. Sie kennen die Funktionsweise gängiger Content-Managementsysteme. Sie beherrschen das Vorgehen bei einer Suchmaschinenoptimierung (z.B. SEO-Analyse, Planung, Keywords, On-Page, Off-Page, Controlling und Anpassung). Sie können Maßnahmen und Instrumente des

Stand: 16.01.2026

Inhalt

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Suchmaschinenmarketing (z.B. Google AdWords) und deren Effizienz einschätzen. Sie kennen die bekanntesten sozialen Netzwerke sowie ihre Kommunikationsinstrumente und sind in der Lage, die Zweckmäßigkeit des Einsatzes dieser Instrumente aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu beurteilen und diese zielorientiert einzusetzen. Sie können Strategien im Bereich des Online-Marketing und des E-Commerce entwickeln, anwenden und ihren Erfolg messen. Gestaltungskriterien und Erfolgsfaktoren von Websites und Online-Shops, SEO, SEM, Online-Advertising, Content Marketing, Social-Media, E-Commerce

Klausur (120 Minuten)

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Projektarbeit

In der jeweils aktuellen Auflage:

- Keßler, E., Rabsch, S., Mandic, M., Erfolgreiche Websites: SEO, SEM, Online-Marketing, Usability, Rheinwerk Computing.
- Erlhofer, S., Suchmaschinen-Optimierung: Das umfassende Handbuch, Galileo Computing.
- Weinberg, T., Social Media Marketing - Strategien für Twitter, Facebook & Co, O'Reilly.
- Kreutzer, R. T., Praxisorientiertes Online-Marketing, Springer Gabler.
- Weinand, K., Top-Rankings bei Google und Co.: Erfolgreiche Suchmaschinen-Optimierung, Galileo Computing.

Hinweis

6. Semester

Modul 110007

Prüfungsnummern 110007-1

Grundlagen SAP ERP

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Grundlagen SAP ERP

Englische Basics of SAP ERP

Modulbezeichnung

Kurztitel Grundlagen SAP ERP

Semesterinfo 6. Semester

Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten. Studierende des 6. Semesters werden vorrangig in der Veranstaltung berücksichtigt. Freie Plätze können auch von Studierenden des 2. Semesters belegt werden (Gruppengröße max. 25).

Das Modul wird ab WiSe 2025/2026 nicht mehr angeboten.

Modulverantwortung

Dozent*in Staatl. Geprf. Techniker Lars Hell

Sprache deutsch; englisch

Lehrform 4 SWS

- 20% Vorlesung
- 20% interaktives Lehrgespräch
- 60% betreutes Arbeiten im PC-Labor

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150h

Präsenzstudium 60h

Eigenstudium 90h

Kreditpunkte 5

Empfohlene Kenntnisse in allgemeiner Betriebswirtschaftslehre, Kostenrechnung und Logistik

Vorkenntnisse Keine

Voraussetzungen

Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden erhalten einen systemweiten Überblick über die Geschäftsprozesse in SAP ERP sowie Grundkenntnisse der Strukturierung von international operierenden Unternehmen. Die Stu-

dierenden erwerben vertiefende Kenntnisse in softwaregestützter Modellierung verschiedener Geschäftsprozesse innerhalb der Personalwirtschaft, Logistik und des Rechnungswesens und können diese für ausgewählte Sachverhalte anwenden.

Inhalt

Einführung in die Grundlagen betriebswirtschaftlicher Abläufe mittels der SAP Software ERP. Als Modellunternehmen dient das international aufgestellte GBI – Global Bike Incorporated. Vermittlung von allgemeinen Kenntnissen des SAP-Konzeptes mit Schwerpunkten in folgenden Modulen:

- Materialwirtschaft
- Produktionsplanung
- Finanzwesen
- Controlling
- Vertrieb
- Personalwesen

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Hinweis

Klausur (120 Minuten)

PC-Arbeit / Beamerpräsentation / Tafelarbeit

SAP Skript mit Fallstudien

6. Semester

Modul 211035

Prüfungsnummern 211035-1

Psychologie der Führung

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Psychologie der Führung
Englische Modulbezeichnung	Management Psychology
Kurztitel	PsychFührg
Semesterinfo	6. Semester Pflichtmodul WiPsy
	Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Tim Warszta
Dozent*in	B.A. Jan Westensee
Sprache	deutsch
Lehrform	50% Vorlesung und 50% Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	6
Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach der Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage Instrumente zur zielorientierten Leitung von Gruppen und wirkungsvollen Führung von Sitzungen in Theorie und Praxis zu differenzieren. Sie können Theorien und Methoden der Führung beurteilen und der gemäß der Fragestellung anwenden.
Inhalt	Grundlagen der Führung; Führungstheorien; Motivationspsychologie; Grundlagen der Gruppendynamik; Leistungsfähigkeit; Steuern durch Fragen; Moderation planen; Moderationssequenzen für Teamarbeitsphasen: Informieren; Planen, gemeinsames Erarbei-

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

ten, Bewerten; Mitarbeitergespräche; Moderieren in internationalen Teams

Klausur (120 Minuten)

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Skript

Barlin, J. The Science of Leadership: Lessons from Research for Organizational Leaders. Oxford: Oxford University Press. in der jeweils aktuellen Auflage

Berthel, J./ Becker, F.G. Personalmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage

Criesand, E. Psychologische Grundlagen im Führungsprozess. Mannheim: Sauer. in der jeweils aktuellen Auflage

Northhouse, P. G. Leadership: Theory and Practice. 6. Auflage. Los Angeles: Sage. in der jeweils aktuellen Auflage

Gührs, M./ Nowak, C. Das konstruktive Gespräch: Ein Leitfaden für Beratung, Unterricht und Mitarbeiterführung mit Konzepten der Transaktionsanalyse. Meezen: Limmer. in der jeweils aktuellen Auflage

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

6. Semester

Modul 110001

Prüfungsnummern 110001-1

Business Analytics und maschinelles Lernen

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B. Sc. Angewandte AKI (2025) B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Business Analytics und maschinelles Lernen
Englische	Business Analytics and Machine Learning
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Business Analytics und maschinelles Lernen
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Das Modul wird ab WiSe 2025/2026 nicht mehr angeboten.
Dozent*in	Prof. Dr. Michael von Thaden
Sprache	deutsch
Lehrform	50% Vorlesung und 50% Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Kenntnisse in beschreibender und schließender Statistik; Grund-
Vorkenntnisse	kenntnisse in linearer Algebra; Kenntnisse der höheren Schulmathematik
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sind nach erfolgreicher Teilnahme in der Lage ausgewählte Methoden des maschinellen Lernens im Hinblick auf ihre Eignung zur Lösung bestimmter Problemfelder aus dem Themenbereich Business Analytics einzuschätzen und die Methoden dann auch zur Lösung ebendieser Probleme einzusetzen und anzuwenden. Darüber hinaus werden die Studierenden befähigt die von

Stand: 16.01.2026

Ihnen erzielten Ergebnisse einzuordnen und weitergehender zu analysieren. Hierbei erlernen Sie zudem die Programmiersprache R, welche die Studierenden nutzen, um die von Ihnen zu lösenden Probleme auf Basis der in R vorimplementierten Pakete aus dem Bereich des Maschinellen Lernens zu formalisieren und anschließend zu bearbeiten sowie zu lösen.

Inhalt

Es werden Methoden aus dem Bereich des maschinellen Lernens vermittelt, wie z.B.: Clusteranalysen, Entscheidungsbäume, Nächste-Nachbarn-Klassifikation, Künstliche Neuronale Netze. Die freie Programmiersprache R wird hierbei genutzt, um die Methoden des maschinellen Lernens zu illustrieren. Die Studierenden nutzen R auch eigenständig, um spezifische Fragestellungen zu lösen und die Ergebnisse eingehender zu analysieren.

Studienleistung

Aktive Teilnahme an Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltung
Klausur (120 Minuten)

Prüfungsleistung

Medienformen

Beamer, Tafel und andere Präsentationstechniken

Literatur

- Lantz, B., Machine Learning with R, 3rd edition, Packt Publishing (2019)
- Chapple, M., Nwanganga, F., Practical Machine Learning in R, 1st edition, Wiley (2020)
- Grundkurs Künstliche Intelligenz, Eine praxisorientierte Einführung, 4.Auflage, Springer Vieweg (2016)
- Boobier, T., Advanced Analytics and AI, 1st edition, Wiley (2018)

Hinweis

6. Semester

Modul 110008

Prüfungsnummern 110008-1

Grüne Markenführung

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
B.A International Tourism Management ITM PO 2024
B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
B.Eng Green Technolgy GT PO2024
B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Grüne Markenführung

Englische Green Branding – Basics, Success Factors and Instruments for

Modulbezeichnung social and sustainable Brand Management

Kurztitel GrünMark

Semesterinfo 6. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.

Das Modul wird im SoSe 2026 letztmalig im SP Marketing angeboten. Nach der neuen PO 2024 wird das Modul als freies Wahlmodul angeboten.

Modulverantwortung Prof. Dr. Arnd Zschiesche

Dozent*in Prof. Dr. Arnd Zschiesche

Sprache deutsch; englisch

Lehrform Vorlesung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150h

Präsenzstudium 60h

Eigenstudium 90h

Kreditpunkte 5

Empfohlene Einführung Marketing / Tourismusmarketing, Markenführung I/

Vorkenntnisse Markenführung II

Voraussetzungen Keine

Lernziele / Kompetenzen

Was bedeutet „Grün“ in Bezug auf Marke? Die Studierenden lernen, generelle Grundlagen und individuelle Erfolgsfaktoren ökologischer und sozialer Markenführung verstehen und einsetzen können. Was sind die geteilten bzw. wiederkehrenden Erfolgsfaktoren innovativer Konzerne, agiler mittelständischer (Familien-) Unternehmen oder Start-Ups? Anhand von Praxisbeispielen wird einer-

seits die Dynamik der Entwicklung des „Grünen Marktes“, wie auch die ihr zugrundeliegenden, unveränderlichen soziologischen Gesetze vom Aufbau attraktiver Markensysteme deutlich gemacht. Der Kurs verdeutlicht die Ur-Methodik des Markenaufbaus und befähigt diese Strukturen zu bestimmen, einzuordnen und im Rahmen des Moduls angemessen zu analysieren und operativ einzusetzen)

Seit dem „European Green Deal“, der „UN-Umweltagenda 21“ sowie jüngsten gesellschaftspolitischen Bewegungen, wird es schwieriger für Wirtschaftsunternehmen ihre Geschäftsmodelle nicht den steigenden ökologischen wie sozialen Anforderungen anzupassen bzw. eine interne Transformation anzustoßen, welche den Erfordernissen entgegenkommt. „Grün“ ist vom Trendthema oder dem sog. „Hygienefaktor“ im Konzernbericht zum Marktfaktor der Zukunft geworden, welcher schwerlich ignoriert werden kann, weil nicht allein die Politik mit Gesetzen Druck ausübt, sondern auch die Kundschaft vermehrt Fragen stellt. Die Digitalisierung ist in diesem Zusammenhang ein zusätzlicher Beschleunigungsfaktor, weil sie Unternehmen zu mehr öffentlicher Transparenz zwingt. Ähnlichkeiten in der Kommunikation zwischen z.B. Luxusmarken und „grünen Marken“ werden demonstriert und begründet.

Daneben wird Verständnis für den „Grünen Markt“ und seine aktuell (medial) hervorgehobene Rolle sowie treibende Akteure - unternehmerisch wie gesellschaftspolitisch - vermittelt. Aktive Mitarbeit in Form von eigenständiger Recherche, Untersuchung und (anschließender) Präsentation ist gefordert.

Inhalt

- Geschichte/Evolution des Grünen Marktes, der „Ökobranchen“/wirtschaftliche Bedeutung
- Aktionsfelder grüner Markenstrategien verstehen, analysieren und steuern
- Management und Entwicklung authentischer Marken (Erfolgsprofil/Genetischer Code der Marke)
- Grundsätze grüner Markenführung in Tagesgeschäft/Gesamtstrategie und ihre generelle Anwendbarkeit

Studienleistung

Prüfungsleistung

Klausur und Präsentation.

Klausur: 90 Minuten

Präsentation: 15 Minuten

Beamer, Tafelarbeit

Medienformen

Literatur

- Deichsel A., Errichiello, O., Zschiesche, A. (2017): Grundlagen der Markensoziologie. Die sozialen Prinzipien von Markenbildung- und -führung in Theorie und Praxis. Springer Gabler, Wiesbaden
- Domizlaff, H. (2005, 7. Aufl.): Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik. Marketing Journal, Hamburg

- Errichiello, O./Zschiesche, A (2021, 2. Aufl.): Grüne Markenführung. Grundlagen, Erfolgsfaktoren und Instrumente für ein nachhaltiges Brand- und Innovationsmanagement, Springer Gabler, Wiesbaden
- Felber, Christian (2019): This is not Economy. Aufruf zur Revolution der Wirtschaftswissenschaft. Deuticke, Wien
- Raworth, Kate (2018, 4. Aufl.): Die Donut -Ökonomie: Endlich ein Wirtschaftsmodell, das den Planeten nicht zerstört, Hanser, München • Für das „Gefühl“ oder den „Spirit“ der Branche (zum „Eingrooven“):
- Chouinard, Yvon (2017): Lass die Mitarbeiter surfen gehen: Die Erfolgsgeschichte eines eigenwilligen Unternehmers. Redline, München (Gründungsgeschichte von Patagonia)

Hinweis

6. Semester

Modul 110010

Prüfungsnummern 110010-1

New Work

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	New Work
Englische Modulbezeichnung	New Work
Kurztitel	NewWork
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Susanne Liebermann
Dozent*in	N.N.
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150h
Präsenzstudium	60h
Eigenstudium	90h
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Module Human Resource Management, Grundlagen und Arbeitsrecht (10050), Modul Arbeitsrecht (10096)
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach dem erfolgreichen Besuch dieser Veranstaltung... • ... können die Studierenden aktuelle Trends der Personalarbeit und neue Arbeitskonzepte, -formen und -modelle, welche unter dem Begriff New Work etabliert werden, beschreiben. • ... können die Studierenden die betriebswirtschaftlichen, juristischen und psychologischen Konsequenzen einer Umsetzung ausgewählter neuer Arbeitskonzepte, -formen und -modelle systematisch darlegen.

Inhalt

- ... sind die Studierenden in der Lage, ausgewählte Herausforderungen im Zuge der Umgestaltung der Arbeitswelt aus interdisziplinärer Sicht umfassend zu analysieren.
- ... können die Studierenden Lösungsansätze für die Implementierung ausgewählter New Work Konzepte erarbeiten.

New Work Anwendungsbereiche

- Flexibilisierung von Arbeitszeit und Arbeitsort
- Gestaltung moderner Arbeitsumgebungen
- Agiles Projektmanagement
- Interorganisationale Kooperationen
- Automatisierung und Algorithmisches Management: Einsatz von Big Data, Künstlicher Intelligenz und Legal Tech im Arbeitsprozess und im HRM
- Herausforderungen der Plattformökonomie

Die Anwendungsbereiche werden aus den folgenden Perspektiven beleuchtet:

Rechtliche Perspektive

Betriebsverfassungsrechtliche und individualarbeitsvertragliche Fragestellungen, Datenschutz, Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz, Arbeitsschutz und Fürsorgepflicht, Haftung, insbesondere im Rahmen der DSGVO, Verteilte Führungsverantwortung, Compliance

Organisationale Perspektive

Unternehmenskultur und -struktur, Führungs- und Teamkonzepte, Verantwortung und Machtverteilung, Diversität, Entlohnungssysteme, Entwicklung neuer Kompetenzen, Organisationale Resilienz und Change- Management

Psychologische Perspektive

Menschengerechte und gesundheitsförderliche Arbeitsgestaltung, Voraussetzungen für Motivation, Kreativität und Leistungsfähigkeit, Erwartungen der Mitarbeitenden, Stressempfinden und Gesundheit, Veränderungen von Anforderungen und Ressourcen.

Studienleistung Prüfungsleistung

Portfolioprüfung: Kombinierte wissenschaftliche Arbeit, bestehend aus einem schriftl. Prüfungselement (5-10 Seiten; 60%, individuell) kombiniert mit einem mündlichen oder praktischen Prüfungselement (Gruppenarbeit: 15-25 min. pro Studierende; 40%,)

Medienformen Literatur

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Beamer / moodle

- Jochmann, W., Böckenholt, I., & Diestel, S. (Hrsg.). HR-Exzellenz. Innovative Ansätze in Leadership und Transformation. SpringerGabler.
- Petry, T., & Jäger, W. (Hrsg.). Digital HR. Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement. Haufe.

Weitere aktuelle Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

6. Semester

Modul 211022

Prüfungsnummern 211022-1

International Human Resource Management

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	International Human Resource Management
Englische Modulbezeichnung	International Human Resource Management
Kurztitel	Int HRM
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Susanne Liebermann
Dozent*in	Prof. Dr. Susanne Liebermann
Sprache	englisch
Lehrform	Lecture (incl. Tutorial)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Modul Human Resource Management
Voraussetzungen	Modul Human Resource Management
Lernziele / Kompetenzen	• Students are able to discuss the consequences of internationalization for Human Resource Management. • They acquire a broad knowledge about different strategies for a successful internationalization of Human Resource Management. • They can name relevant variables that are relevant for strategic decisions in International Human Resource Management. • The students gain awareness of possible challenges, which arise in the course of internationalization from the perspective of Human Resource managers, leaders and employees.

	• They become capable of adapting instruments of Human Resource Management to different international and intercultural work settings. • Students learn to discuss about intercultural challenges in work settings. • They reflect their own behavior, adapt their communication style in intercultural encounters and ameliorate their own intercultural competency.
Inhalt	• Internationalization of Economic Relations • Consequences for HRM • Organization and Conditions of HRM in International Settings • Culture Theories • International HR-Planning • International Recruitment • International Talent Management • International Leadership Trainings • International Benefits and Compensation Policies • Expatriation • Intercultural Tea • Leadership International Teamsmwork
Studienleistung Prüfungsleistung	Portfolio: Präsentation von wissenschaftlichen Studien (30 min. pro Studierende; 50%) Mini-Fallstudienarbeit: schriftliche Ausarbeitung (5 Seiten pro Studierende: 25%,) Präsentation (15 min. pro Studierende: 25%)
Medienformen Literatur	Script / Beamer / Overhead / Board / moodle / Zoom • Dowling, P.J., Festing, M. and Engle, A. D. Sr. (2017). International Human Resource Management. Boston: Cengage Learning. • Hofstede, G.; Hofstede, J. G. and Minkov, M. (2011). Cultures and Organizations. Software of the Mind. New York: McGraw-Hill Education. • House, R.J., Dorfman, P.W. and Javidan, M. (2013). Strategic Leadership Across Cultures: Globe Study of CEO Leadership Behavior and Effectiveness in 24 Countries. Thousand Oaks: Sage. • Mendenhall, M. E., Osland, J. S., Bird, A., Oddou, G. R, Stevens, M. J., Maznevski, M.L. and Stahl, G. K. (Eds.) (2017). Global Leadership. Research, Practice and Development. London: Routledge. • Morschett, D., Schramm-Klein, H., & Zentes, J. (2015). Strategic International Management (3rd Ed.). Berlin: SpringerGabler • Scullion, H. and Collings, D. (Eds.) (2011). Global Talent Management. London: Routledge. • Stahl, G. K, Björkman, I. and Morris, S. (Eds.) (2012). Handbook of Research in International Human Resource Management. Cheltenham: Edward Elgar. • Current scientific papers provided in the course of the lecture.
Hinweis	

6. Semester

Modul 211057

Prüfungsnummern 211057-1

Nachhaltiges Eventmanagement

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Nachhaltiges Eventmanagement
Englische	Sustainable Event Management
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Nachhaltiges Eventmanagement
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Sonja Göttel
Dozent*in	MBA / M.A. Sonja Göttel
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	50% Vorlesung und 50% Seminar
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Grundlagen des Eventmanagements
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Aufbauend auf den bisherigen Schwerpunktkursen erlernen die Studierenden ein tieferes Verständnis für Planungs- und Umsetzungsprozesse im nachhaltigen Eventmanagement. Anhand ausgewählter Literaturstudien und konkreter Praxisbeispiele lernen die Studierenden die relevanten Prozesse von nachhaltigem Eventmanagement zu identifizieren und für die Anwendung zu konkretisieren. In Gruppenarbeiten werden die erlernten Kenntnisse vertieft, analysiert, praktisch angewendet und reflektiert. Durch die Arbeit in Kleingruppen lernen die Studierenden in Gruppen selbstverantwortlich zu arbeiten, Lösungen gemeinsam zu erarbeiten und komplexe fachbezogene Probleme und Lösungsansätze zu präsentieren und argumentativ zu vertreten.

Inhalt

Am Beispiel von unterschiedlichen Events und Meetings werden die konkreten Anforderungen für nachhaltiges Eventmanagements vermittelt, u.a.:

- Grundlagen des nachhaltigen Veranstaltungs- und Eventmanagements
- Umweltmanagement für nachhaltige Veranstaltungen
- Nachhaltige Planung und Projektmanagement von Events
- Vertiefende Fallbetrachtung von Sportgroßveranstaltungen, Festivals und Tagungen/Kongressen
- Evaluation und Qualitätsentwicklung von Events

Studienleistung

Prüfungsleistung

Projektarbeit (20-30 Seiten) in Verbindung mit einer Präsentation (20-30 Minuten)

Medienformen

Beamer/ Tafel/ Smartboard/ Literaturstudium/ Internet/ Fallstudien

Literatur

- Ali-Knight, J.; Robertson, M.; Fyall, A.; Ladkin, A. International perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis. Elsevier. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) / Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB) (Hrsg.). Leitfaden für umweltfreundliche Sportgroßveranstaltungen. Green Champions für Sport und Umwelt. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Deutscher Sportbund. Umweltpolitische Grundsätze des Deutschen Sportbundes. Frankfurt. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Große Ophoff, M. (Hrsg.). Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement. Green Meetings als Zukunftsprojekt der Veranstaltungsbranche. oekom. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Holzbaur, U.; Jettinger, E.; Knauss, B.; Moser, R.; Zeller, M. Eventmanagement - Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. Springer. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Kästle, T. Kompendium Event-Organisation. Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Klein, C. Eventmanagement in der Praxis. interna. In der jeweils aktuellen Auflage.
- International Olympic Committee (IOC). IOC Guide to Sport, Environment and Sustainable Development. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Richter, C. Zur Übertragbarkeit von Strukturen des Projektmanagements auf Events: Eine literaturbasierte Analyse zentraler Erfolgsfaktoren, AV Akademikerverlag. In der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

6. Semester

Modul 211055

Prüfungsnummern

Event-Marketing

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A International Tourism Management ITM PO 2024 B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Event-Marketing
Englische Modulbezeichnung	Event Marketing
Kurztitel	Eventmark
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Sonja Göttel
Dozent*in	MBA / M.A. Sonja Göttel
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung mit interaktiven Elementen; Vermittlung des Lehrstoffes mit Diskussion und Gruppenarbeiten; seminaristischer Unterricht
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Grundlagen des Eventmanagement
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Aufbauend auf den bisherigen Schwerpunktkursen erlernen die Studierenden ein tieferes Verständnis für Planungs- und Umsetzungsprozesse im Event-Marketing und Kompetenzen für die kritische Analyse und Reflektion unterschiedlicher Kommunikations- und Vermarktungsstrategien. Die wichtigsten Theorien und Methoden werden hierzu vermittelt. Anhand ausgewählter Literaturstudien und konkreter Praxisbeispiele lernen die Studierenden die relevanten Vermarktungsprozesse von Events zu identifizieren und für die Anwendung zu kon-

ketisieren. In Gruppenarbeiten werden die erlernten Kenntnisse vertieft, praktisch angewendet, analysiert und reflektiert. Die ausgearbeiteten Ergebnisse werden in einem Konzept verschriftlicht, welches Lösungsstrategien für die Praxispartner aufzeigt.

Darüber hinaus werden unterschiedliche Lern- und Arbeitsmethoden angewendet, um den Studierenden einen Einblick zu geben, wie Expertenteams heutzutage arbeiten.

Inhalt

Folgende Themen werden in der Lehrveranstaltung u.a. behandelt:

- Strategisches Event-Marketing und Kommunikationsstrategien
- Konzeption und Umsetzung von Event-Marketing
- Dramaturgie, Storytelling und Inszenierung
- Social Media und Digitalisierung im Event-Marketing
- Events als Mittel im Corporate Branding
- Events als Mittel im Regional- und Destinationsmarketing

Studienleistung

Prüfungsleistung

Hausarbeit (20-30 Seiten) in Verbindung mit einer Präsentation (20-30 Minuten)

Medienformen

Beamer/ Internet/ Tafel/ Skript/ Fallstudien/ Smartboard

Literatur

- Betz, G.; Hitzler, R.; Niederbacher, A.; Schäfer, L. [Hrsg.] Hybride Events: Zur Diskussion zeitgeistiger Veranstaltungen. Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Doppler, S. B2B-Eventmarketing. UVK. Konstanz/München. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Knoll, T. [Hrsg.] Veranstaltungen 4.0: Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel. Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Knoll, T. [Hrsg.] Neue Konzepte für einprägsame Events: Partizipation statt Langeweile - vom Teilnehmer zum Akteur. Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Nickel, O. Event-Marketing: Grundlagen und Erfolgsbeispiele. Vahlen. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Nörpel, C.; Wagner, J.W. Destination Branding durch Public Events. Wissenschaft und Praxis. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Nufer, G. Event-Marketing und -Management: Grundlagen, Planung, Wirkungen, Weiterentwicklungen. Springer Gabler. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Schäfer-Mehdi, S. Event-Marketing: Kommunikationsstrategie, Konzeption und Umsetzung, Dramaturgie und Inszenierung. Cornelsen. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Scholz, U.; Pastoors, S.; Becker, J.H. Einführung in nachhaltiges Innovationsmanagement und die Grundlagen des Green Marketing. Tectum. In der jeweils aktuellen Auflage.
- Schröer, C.; Thalmeier, R. [Hrsg.] Region, Stadt und Marke: wie man über Veranstaltungen Markenprofile generiert. Duale Hochschule Baden-Württemberg. Mannheim. In der jeweils aktuellen Auflage.

- Wünsch, U. [Hrsg.] Handbuch Erlebnis-Kommunikation: Grundlagen und Best Practice für erfolgreiche Veranstaltungen. Erich Schmidt. In der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

6. Semester

Modul 211027

Prüfungsnummern 211027-1

Abschlussinstrumente der Externen Rechnungslegung

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Abschlussinstrumente der Externen Rechnungslegung

Englische Financial Statements of Accounting

Modulbezeichnung

Kurztitel Abschlussinstrumente der Externen Rechnungslegung

Semesterinfo 6. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.

Das Modul wird nicht mehr angeboten PO 2024

Modulverantwortung Prof. Dr. Hanno Kirsch

Dozent*in Prof. Dr. Hanno Kirsch

Sprache deutsch

Lehrform Seminar (fallstudienbasiert)

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 90

Kreditpunkte 5

Empfohlene Bilanzierung nach Handelsrecht

Vorkenntnisse

Voraussetzungen Keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die wesentlichen Abschlussinstrumente der Externen Rechnungslegung und deren Inhalt. Die Studierenden sind in der Lage einzelne Abschlussinstrumente anhand von Beispielfällen selbständig aufzustellen. Die Studierenden können die Möglichkeiten und Grenzen einzelner Abschlussinstrumente hinsichtlich ihres Informationsgehalts für die Abschlussanalyse einschätzen und bewerten.

Inhalt

1. Ziele der Rechnungslegung und Stellung des „True and Fair View“
2. Determinanten für die Ausgestaltung der Rechnungslegung
3. Anhang

4. Kapitalflussrechnung
5. Eigenkapitalveränderungsrechnung und Eigenkapitalveränderungen
6. Segmentberichterstattung
7. Lagebericht (einschl. nichtfinanzielle Berichterstattung, Erklärung zur Unternehmensführung)
8. Besonderheiten der Abschlussinstrumente in der IFRS-Rechnungslegung

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Hausarbeit (Umfang: 15 - 20 Seiten)
Interaktives Lehrgespräch/Fallstudien/ZOOM- bzw. Overhead-Präsentation

Literatur

Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 25. Aufl., Stuttgart 2018;

Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, 15. Aufl., Düsseldorf 2019;

Kirsch: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, 12. Aufl. 2019

Weitere Literatur zu den einzelnen Abschnitten wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Hinweis

Modul 211048

Prüfungsnummern 211048-1

Handelsmanagement

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Handelsmanagement
Englische	Retail management
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Handelsmanagement
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Dozent*in	Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erlangen vertieftes Fachwissen im Handelsmanagement und sind mit dem gesamten Umsatzprozess von Handelsbetrieben vertraut. Sie kennen typische Fragestellungen im Management z.B. Marketing oder Personal von Handelsbetrieben. Sie verstehen die Funktionen und die Position des Handels in der Wertschöpfungskette und kennen die historische Entwicklung des Handels. Sie sind in der Lage zwischen unterschiedlichen Geschäftsmodellen und Charakteristika von Handelsbetrieben zu unterscheiden. Ausgehend von den gesamtwirtschaftlichen Handelsfunktionen werden wesentliche Erscheinungsformen des Handels, insbesondere im Einzelhandel, aufgezeigt. Hierbei wird auf Themen wie

Sortiments- und Preisbildung sowie Handelskooperationen eingegangen.

Die Studierenden können Trends wie die Digitalisierung und den daraus wachsenden Online-Handel einordnen und verstehen die Bedeutung der neuen Multi-Channel-Systeme und deren spezifischen Anforderungen.

Inhalt

- Grundlagen und Historie
- Betriebsformen
- Beschaffung, Logistik, Warenwirtschaftssystem
- Standort
- Online Handel
- Produkt- und Sortimentspolitik
- Preispolitik
- Kommunikationspolitik
- Kaufverhalten
- Ladengestaltung
- Marktforschung
- Customer Relationship Management (CRM)
- Service
- Internationalisierung
- Trends im Handel

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Klausur (120 Minuten)

Tafelbild / Video / Beamer

Hansen, U., 1976. Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels (1 & 2). Göttingen: UTB Vandenhoeck.

Heinemann, G., 2017. Die Neuerfindung des stationären Einzelhandels. Wiesbaden: Springer Fachmedien. Knoppe, M., Wild, M. (Hrsg.), 2018. Digitalisierung im Handel. Geschäftsmodelle, Trends und Best Practice. Springer Gabler.

Müller-Hagendorn, L., Toporowski, W., Zielke, S., 2012. Der Handel – Grundlagen – Management – Strategien. Stuttgart: Kohlhammer GmbH.

Reinhardt, U., 2019. Zukunft des Konsums. Leipzig: Thomas Verlag und Druckerei GmbH.

Knoblich, 1987. Handel. Arbeitsbuch zur Vorlesung Handelsbetriebslehre.

Hinweis

6. Semester

Modul 211054

Prüfungsnummern 211054-1

Advanced Business English II

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Advanced Business English II
Englische	Advanced Business English II
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Advanced Business English II
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten. Das Modul wird nicht mehr angeboten PO 2024!
Modulverantwortung	Ciara Colgan
Dozent*in	David Carolan, Ciara Colgan#Buchenau, Elisabeth Petersen
Sprache	englisch
Lehrform	Vorlesung und Übung (max. 20 Studierende)
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Successful completion of Business English I and II.
Lernziele / Kompetenzen	In this course students learn to perfect their written and oral communication skills. The methods and persuasive skills of negotiating will be practised and applied in speaking activities. Students will apply the knowledge and skills learnt in the previous semester to further develop their teamworking and communication skills both orally and in written form. On completion of this course, students should reach level C1.
Inhalt	This course is designed to meet the needs of students who have passed the mandatory courses in English and who intend to actively use English in their business career. The material offered covers a range of business topics at an upperintermediate to advanced level. Possible topics are: risk, management styles, the role of business

Stand: 16.01.2026

ethics today, mergers and acquisitions, raising finance, corporate strategies and corporate culture in international enterprises, current business issues and business correspondence.

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur (120 Minuten)

Use of various media

Cotton, D., Falvey, D., Kent, S.: Market Leader Upper-Intermediate (in der jeweils aktuellen Auflage) ISBN: 978-1-408-23709-0

Recommended reference literature:

Murphy, R. (2012) English Grammar in use. Cambridge: Cambridge University Press.

Mascul, B. (2002) Business Vocabulary in Use. Cambridge: Cambridge University Press.

Hinweis

6. Semester

Modul 110005

Prüfungsnummern 110005-1

Grundlagen der Logistik

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen der Logistik
Englische Modulbezeichnung	Logistics Basics
Kurztitel	Grundlagen der Logistik
Semesterinfo	6. Semester 3.Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Dozent*in	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150h
Präsenzstudium	60h
Eigenstudium	90h
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	<p>keine
Lernziele / Kompetenzen	Das Modul führt die Studierenden in der Materialwirtschaft und Logistik ein, die sowohl aus institutioneller als auch aus prozessorientierter Sichtweise behandelt werden. Es werden aktuelle Konzepte und Werkzeuge aus der Praxis vorgestellt, die für das effiziente Management aller Logistikaktivitäten vom Rohstofflieferanten, über den Endkunden bis hin zur Entsorgung notwendig sind. Zu den Themenfeldern gehören u.a. Logistikarten, Kennzahlen der Logistik, logistische Netzwerke und Strukturen, Material- und Informationsfluss, Lagerhaltung und -systeme sowie Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Logistik.

Nach Abschluss des Modules verstehen die Studierenden nicht nur die Verbindung einzelner betrieblicher Funktionen zu Prozessketten und darüber hinaus innerhalb unternehmensübergreifende Wertschöpfungsketten, sondern können Lager-, Logistik- und Transportprozesse anwendungsbezogen wiedergeben.

Inhalt

- Logistikarten
- Kennzahlen der Logistik
- logistische Netzwerke und Strukturen
- Material- und Informationsfluss
- Lagerhaltung und -systeme
- Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Logistik

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Klausur (120 Minuten)

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Beamer / moodle

- Sebastian Kummer / Werner Jammerneegg / Oskar Grün: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3., aktualisierte Auflage
- Kummer, S. (2010): Einführung in die Verkehrswirtschaft. 2. überarb. Aufl., Verlag: facultas. (ISBN: 9783825283360)

Hinweis

6. Semester

Modul 110013

Prüfungsnummern 110013-1

Produktions- und Bestandsmanagement

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Produktions- und Bestandsmanagement
Englische Modulbezeichnung	Operations Management
Kurztitel	Produktions- und Bestandsmanagement
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Dozent*in	Prof. Dr. Ing. Andreas Wenholt
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	Vorlesung, Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150h
Präsenzstudium	60h
Eigenstudium	90h
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Modul Grundlagen der Logistik
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Innerhalb des Moduls Produktions- und Bestandsmanagement lernen die Studierenden Konzepte und Methoden des Operations Managements kennen. Es wird gezeigt, wie Produktions- und Dienstleistungsprozesse so gemanagt werden, dass sie effizient arbeiten und auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtet sind. Alle Konzepte und Methoden werden anhand vielfältiger Beispiele erklärt und zeigen auf, wie sie von erfolgreichen Unternehmen umgesetzt wurden. Die Studierenden besitzen nach Abschluss des Moduls insbesondere: • die Zusammenhänge der Produktionslogistik herausstellen und Methoden bzw. Verfahren zur Optimierung der innerbetrieblichen Logistik bestimmen,

- im Bereich der Intralogistik Prozesse wiedergeben und Handlungsempfehlungen aussprechen,
- Vorschläge zur Implementierung neuer Technologien im intralogistischen Bereich formulieren,
- ausgewählte Verfahren der Produktionsplanung und -steuerung anwenden,
- die Potenziale von Optimierungsmöglichkeiten, Standardisierungen und Prozessverbesserungen im Rahmen gängiger PPS und ERP-Systemen beurteilen.

Inhalt

Nachfrageprognose, Bestandmanagement, Prozessdesign, Produktionsplanung und -steuerung (PPS), Qualitäts- und Lean Management

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Klausur (120 Minuten)

Folien, Fallstudien, Tafel, Videobeiträge

- Ulrich Thonemann: Operations Management - Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3., aktualisierte Auflage.

Hinweis

6. Semester

Modul 211033

Prüfungsnummern 211033-1

Ausgewählte Themen der Informatik

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Ausgewählte Themen der Informatik
Englische	Selected Topics in Computer Science
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Ausgewählte Themen der Informatik
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Christoph Blaue
Dozent*in	Prof. Dr. Christoph Blaue
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	50% Seminar, 50% PC-Labor
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Programmierkenntnisse
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	Keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden können selbständig ein komplexes Problem aus einem aktuellen Themenbereich der Informatik analysieren und eine Lösung planen und umsetzen.
Inhalt	Fragen zu aktuellen Forschungsgebieten der Informatik behandelt. Mögliche Themengebiete: • App-Programmierung • neuen Ansätzen zu klassischen Themen wie Algorithmen und Datenstrukturen • IT-Sicherheit • Trojaner, Viren und anderes IT-Gewürm • Fragen zur Sicherheit im Social Media-Bereich
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Präsentation (15 Minuten) Hausarbeit (15 Seiten)
Medienformen	Tafel, Beamer, PC-Labor, Modi-Koffer

Literatur

Wird dem Thema entsprechend in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Hinweis

6. Semester

Modul 211040

Prüfungsnummern 211040-1

Menschen mit Behinderung als Zielgruppe

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
Teilnahmepflicht	Wahlpflichtfach
Modulbezeichnung	Menschen mit Behinderung als Zielgruppe
Englische	Disabled Persons as a Target Group
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Menschen mit Behinderung als Zielgruppe
Semesterinfo	6. Semester
Modulverantwortung	
Dozent*in	
Sprache	
Lehrform	
SWS	SWS
Arbeitsaufwand	
Präsenzstudium	
Eigenstudium	
Kreditpunkte	
Empfohlene	
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	
Lernziele / Kompetenzen	
Inhalt	
Studienleistung	
Prüfungsleistung	
Medienformen	
Literatur	
Hinweis	

6. Semester

Modul 211041

Prüfungsnummern 211041-1

Customer Experience Management

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Customer Experience Management

Englische Customer Experience Management

Modulbezeichnung

Kurztitel Customer Experience Management

Semesterinfo 6. Semester
Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Sommersemester angeboten.

Modulverantwortung Prof. Dr. Eric Horster

Dozent*in Prof. Dr. Eric Horster

Sprache deutsch

Lehrform Vorlesung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 90

Kreditpunkte 5

Empfohlene

Vorkenntnisse

Voraussetzungen Motivation und Begeisterungsfähigkeit

Lernziele / Kompetenzen

Lernergebnis 1:
Die Studierenden können die Komplexität von Angeboten in der „Experience Economy“ nachvollziehen und diese in einem wirtschaftlichen Kontext einordnen.

Lernergebnis 2:
Auf Basis des Verständnisses aus Kapitel 1 können die Studierenden komplexe Angebote in Geschäftsmodelle überführen und deren Potenzial analysieren sowie eine Optimierung verschiedener Geschäftsmodelle vorschlagen.

Lernergebnis 3:
Die Studierenden verstehen die unterschiedlichen Arten von Innovation und können auf deren Basis entscheiden, welche Form der

Geschäftsmodellierung sinnvoll ist. Sie können damit die Themenbereiche 1 und 2 kombinieren und in einem Innovationsportfolio aus unterschiedlichen Angeboten und Geschäftsmodellen entwickeln.

Lernergebnis 4:

Die Studierenden verstehen die Herausforderungen, die sich für Unternehmen aus der Entwicklung unterschiedlicher und immer wieder neuer Angebote ergeben und können einschätzen, welche Veränderungen in der Organisationsstruktur sowie in der Unternehmenskultur notwendig sind, um sowohl das Entwickeln von neuen Angeboten als auch deren Umsetzung innerhalb eines oder mehrerer Geschäftsmodelle umzusetzen (sogenannte ambidextrische Unternehmen).

Inhalt

Produkte und Dienstleistungen werden zunehmend komplexer. Der Kern des Angebotes wird für Kunden schwerer greifbar – die Wahrnehmung richtet sich stärker auf das Gesamterlebnis, welches Kunden mit einem Angebot haben. Pine und Gilmore (1998) sprechen daher auch von der „Experience Economy“. Diese ökonomisch relevanten Erlebnisse sollten gesteuert, bzw. gemanaget werden. In diesem Seminar erfahren Sie die Gründe und lernen die Mechanismen, die hinter diesen komplexen Angeboten stecken. Ziel ist es über dieses Verständnis Wege aufzuzeigen, wie komplexe Angebote – im Sinne eines Management-Ansatzes – gesteuert werden können.

Eine Vorschau in den parallel stattfindenden Video-Kurs finden Sie hier:

https://www.oncampus.de/Customer_Experience_Management

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Präsentation + Kurzhausarbeit + ggf. Exkursionsbericht

Online und Präsenzvorträge; Gruppenarbeiten, ggf. Exkursion

Pine, J. und Gilmore, J., 2014. A leader's guide to innovation in the experience economy, [online], Strategy & Leadership, 42(1), S.24–29.

Pine, J. und Gilmore, J., 1998. Welcome to the Experience Economy, [online], Harvard Business Review, (Juli-August), S.97–105.

Schmitt, B. und Mangold, M. (2004): Kundenerlebnis als Wettbewerbsvorteil. Mit Customer Experience Management Marken und Märkte gestalten, Wiesbaden.

Schrader, M., 2017. Transformationale Produkte: Der Code von digitalen Produkten, die unseren Alltag erobern und die Wirtschaft revolutionieren, Hamburg.

Schüller, A. (2016): Touch. Point. Sieg. Kommunikation in Zeiten der digitalen Transformation, Offenbach.

Vargo, S.L. and Lusch, R.F., 2004. Evolving to a New Dominant Logic for Marketing, [online], Journal of Marketing, 68(1), S.1–17.

Hinweis

7. Semester

Modul 110012

Prüfungsnummern 110012-1

Organizational Behaviour

Studiengang B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024
Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024
B.A International Tourism Management ITM PO 2024
B.A Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024
B.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen Wing PO 2024

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Organizational Behaviour

Englische Organizational Behavior

Modulbezeichnung

Kurztitel Organizational Behaviour

Semesterinfo 7. Semester

Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.

Das Modul wird ab WiSe 2024_2025 nicht mehr angeboten.

Modulverantwortung Prof. Dr. Susanne Liebermann

Dozent*in Prof. Dr. Susanne Liebermann

Sprache deutsch; englisch

Lehrform Vorlesung und Übung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150h

Präsenzstudium 60h

Eigenstudium 90h

Kreditpunkte 5

Empfohlene Human Resource Management

Vorkenntnisse

Voraussetzungen Human Resource Management

Lernziele / Kompetenzen

Nach dem erfolgreichen Besuch dieser Veranstaltung...

- ... sind die Studierenden in der Lage, grundlegende Konzepte und Theorien der Forschungsrichtung Organizational Behavior auf Individual-, Gruppen- und Organisationsebene zu beschreiben.
- ... verstehen die Studierenden, wie die im Modul vorgestellten Methoden (z.B. zur Analyse individueller Leistungsvoraussetzungen, Entscheidungsfindung, Team- und Organisationsent-

wicklung, zum Umgang mit Konflikten), empirischen Befunde und Konzepte eingesetzt werden können, um Verhalten in und von Organisation zu erklären, zu prognostizieren und zu steuern.

- ...können die Studierenden die Stärken und Grenzen der Konzepte und Theorien des Organizational Behavior Ansatzes diskutieren.
- ...können Studierende ausgewählte Verhaltensweisen und Strategien auf Individual-, Gruppen- und Organisationsebene anhand der Konzepte und Theorien systematisch einordnen.
- ...können die Studierenden die Wirksamkeit individueller und organisationaler Strategien mit Hilfe der im Modul vorgestellten Methoden in unterschiedlichen Settings im Hinblick auf unterschiedliche Zielkriterien analysieren.
- ...erweitern die Studierenden ihre Kompetenzen, im Organisationskontext selbstreflektiert und effektiv zu agieren.

Inhalt

Individuelle Bedingungen für Leistungsfähigkeit, Kreativität und Gesundheit

- Diversität in Organisationen
- Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung über verschiedene Lebensphasen
- Sozialisation, Persönlichkeit und Werte im organisationalen Kontext
- Bewertungsprozesse und Entscheidungsfindung
- Emotionen und Motivation im Organisationskontext
- Stress und Gesundheit

Soziale Bedingungen für Leistungsfähigkeit, Kreativität und Gesundheit

- Interpersonelle Beziehungen, soziale Netzwerke und Vertrauen
- Gruppenphänomene und empirisch identifizierte Erfolgskriterien der Gruppenarbeit
- Macht und Mikropolitik
- Kommunikation, Verhandlungsführung
- Organisationale Konflikte, Konfliktmanagement

Organisationale Bedingungen für Leistungsfähigkeit, Kreativität und Gesundheit

- Unternehmensführung und Organisationsstruktur
- Modelle der Organisationskultur und Kulturtypen
- Anlässe, Ziele, Instrumente und Strategien der Organisationsentwicklung

Rolle(n) der Führungskraft

- Verantwortung
- Führungstheorien und Führungstechniken
- Führung in Veränderungsprozessen

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Portfolioprüfung
Skript / Beamer / Board

Literatur

- Colquitt, J. A., LePine, J. A., Wesson, M. J. Organizational Behavior. McGraw-Hill Education.
- Griffin, R. W., Phillips, J. M. Organizational Behavior: Managing People and Organizations.
- Robbins, S. P., Judge, T. A. Organizational Behavior. Pearson Education.
- Schermerhorn, J. R., Osborn, R.N., Uhl-Bien, M., & Hunt, J. G. Organizational Behavior

Hinweis

7. Semester

Modul 211030

Prüfungsnummern 211030-1

Quantitative Methoden des Risk- und Compliancemanagement

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaftslehre BWL PO 2024 Bachelor of Laws Wirtschaftsrecht WiR 2024 B.A. Triales Modell Betriebswirtschaftslehre BWL-TM PO 2024 B. Sc. Angewandte AKI (2025)
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Quantitative Methoden des Risk- und Compliancemanagement
Englische Modulbezeichnung	Quantitative Methods in Risk- and Compliance Management
Kurztitel	Quantitative Methoden des Risk- und Compliancemanagement
Semesterinfo	7. Semester 7.Semester Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Michael von Thaden
Dozent*in	Prof. Dr. Michael von Thaden
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung und Übung
	4 SWS
	• 2 SWS Vorlesung • 2 SWS Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	Grundkenntnisse in beschreibender und schließender Statistik; Kenntnisse der höheren Schulmathematik
Voraussetzungen	
Lernziele / Kompetenzen	Fachkompetenz Die Studierenden erlangen ein tiefgehendes Verständnis für die mathematischen und statistischen Methoden im Risiko- und Compliancemanagement. Sie lernen, verschiedene Risikoarten wie Markt-, Kredit-, Liquiditäts- und operationelle Risiken systematisch zu klassifizieren und zu analysieren. Zudem lernen Sie Risi-

ken mathematisch zu modellieren und spezifische Risikomaße zu errechnen (u.a. Value at Risk (VaR)). Darüber hinaus erwerben Sie auch Kompetenzen bezüglich der effizienten Implementierung solcher Risikomaße (z.B. auf Basis von MC-Simulationen oder historischen Simulationen). Die Studierenden verstehen, wie quantitative Methoden zur Risikoquantifizierung und -steuerung genutzt werden.

Methodenkompetenz

Im Bereich der Methodenkompetenz erlernen die Studierenden die Anwendung stochastischer Prozesse und statistischer Verfahren zur Modellierung und Analyse von Risiken. Sie sind in der Lage, quantitative Methoden gezielt für die Bewertung und Steuerung von Risiken einzusetzen. Darüber hinaus entwickeln sie die Fähigkeit, verschiedene Modellvalidierungsmethoden anzuwenden, um die Qualität und Zuverlässigkeit von Risikomodellen zu bewerten. Sie erlangen Kenntnisse in der Simulation von Risikoszenarien, der Risikoaggregation und der Backtesting-Methodik zur Überprüfung der Genauigkeit von Risikomodellen.

Selbstkompetenz

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, komplexe Risikoentscheidungen unter Unsicherheit eigenständig zu treffen. Dabei reflektieren sie die Grenzen und Annahmen quantitativer Modelle und entwickeln ein Verständnis für potenzielle Fehlerquellen in der Risikoanalyse.

Sozialkompetenz

Die Studierenden lernen, Risiken und deren Auswirkungen verständlich zu kommunizieren und komplexe Analyseergebnisse präzise und nachvollziehbar zu präsentieren. Dabei setzen sie sich mit den ethischen und gesellschaftlichen Herausforderungen des Risikomanagements auseinander und reflektieren, welche Konsequenzen fehlerhafte Modellannahmen für Unternehmen und Gesellschaft haben können.

Inhalt

Vorlesung

Einführung in Risiko- und Compliancemanagement

- Begriffsdefinitionen: Risiko, Unsicherheit, Erwartungswert und Volatilität
- Relevanz des Risikomanagements
- Überblick über diverse Risikoarten

Statistik und Wahrscheinlichkeitsrechnung für das Risikomanagement

- Grundlagen der beschreibenden Statistik und der Stochastik
- Zufallsvariablen
- Verteilungen in der Risikoanalyse

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Hinweis

Quantitative Risikoanalyse

- Modellierung von Schadensverteilungen
- Modellierung von Schadenshöhen
- Definition und Anwendung von Risikomaßen
- Sensitivitätskennzahlen

Risikoidentifikation und -bewertung in der Praxis

- Methoden der Risikoquantifizierung und -aggregation (Monte-Carlo Simulationen und historische Simulationen)
- Praxisbeispiele für gescheiterte Risikomodelle (z. B. Long-Term Capital Management, Finanzkrise 2007/08)

Modellvalidierung im Risikomanagement

- Anforderungen an Risikomodelle
- Statistische Testverfahren zur Modellvalidierung
- Backtesting von Risikomodellen
- Kritische Diskussion von Modellannahmen und deren Grenzen

Übungen

- s.o.

Werkzeuge

- Excel

Teilnahme an Übungen

Klausur

Beamer, Smartboard, Tafel, Skript

- Cottin, C., Döhler, S., Risikoanalyse: Modellierung, Beurteilung und Management von Risiken mit Praxisbeispielen, 2.Auflage., Springer Spektrum (2013).
- Devore, J.L., Berk, K.N., Modern Mathematical Statistics with Applications, 2nd ed., Springer (2012).
- McNeil, A.J., Frey, R., Embrechts, P., Quantitative Risk Management: Concepts, Techniques and Tools, Rev. ed., Princeton Series in Finance (2015).
- Romeike, F., Risikomanagement, Springer Gabler (2018).