

Modulhandbuch
Bachelor of Science
Wirtschaftspsychologie

im Fachbereich
der FH Westküste

Inhaltsverzeichnis

Modulübersicht	4
1. Semester.....	
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.....	6
Wissenschaftliches Arbeiten und Denken / Präsentationstechniken.....	9
Einführung in die Allgemeine Psychologie und die Wirtschaftspsychologie.....	11
English for Business Psychology I.....	13
Methodenlehre I.....	15
2. Semester.....	
Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik.....	17
Sozialpsychologie.....	19
Einführung in die Marktpsychologie.....	21
Einführung in die Personal- und Organisationspsychologie.....	23
Methodenlehre II.....	25
Rechnungswes+Controlling.....	27
3. Semester.....	
Wirtschaftsinformatik II.....	29
Personalstrategie -Contr.....	31
Progr.i.Umfeld BWL Sw.....	33
Softwareengineering.....	35
Grundlagen und Arbeitsrecht.....	37
Konsumentenforschung.....	42
Datenbanken.....	44
Psychologie der Führung.....	46
Web-Anwendungen.....	48
Hauptseminar Personalwirtschaft.....	50
Markenführung I.....	52
Volkswirtschaftslehre.....	55
Human Resource Management.....	57
Konsumentenpsych.....	58
Grundlagen und Gewerblicher Rechtsschutz.....	60
Kognitions-, Lern- und Neuropsychologie.....	63
Methodenlehre III.....	65
Human-Computer Interaction.....	67
Grundlagen der Informatik (P).....	69
Volkswirtschaftslehre.....	70
KI in der Psychologie.....	72
4. Semester.....	
Praxissemester.....	73
5. Semester.....	
Markenführung II.....	76
Werbepsychologie.....	79
Handelsmanagement.....	81
Personalentwicklung.....	84
Softwareengineering.....	86
Strategisches Management.....	88
Datenbanken.....	90
Diversity Management.....	92
Betriebliches Gesundheitsmanagment.....	94

Personalmarke. u.-auswahl.....	96
Diversity Management (E).....	98
Strat.u.operativMarketing.....	100
Hauptseminar Personalwirtschaft.....	103
Volkswirtschaftslehre.....	105
Arbeits- u. Orgapsy.....	107
Praxisbezogenes Fallstudienseminar I.....	109
English for Business Psychology II.....	111
Praxbez.Fstudsemi I P&O.....	113
Entwicklungspsychologie.....	115
Data Science Wipsy.....	117
Praxbez.Fstudsemi I D&D.....	119
6. Semester.....	
Intern Mark Man.....	120
Suchmaschinenmarketing.....	121
International Human Resource Management.....	124
New Work.....	128
Ausgew.Themen Inform.....	131
Objektor. Progr. VS.Net.....	133
Arbeitsplatz u Prozess.....	134
Strategisches Management.....	135
Change Management und agile Personalarbeit.....	137
Psychologie der Führung.....	138
Grdl Online-Marketing.....	140
Objektor. Progr. VS.Net.....	142
Arbeitsrechtliche Compliance.....	144
Praxbez.FSS II P&O.....	147
Praxisbezogenes Fallstudienseminar II.....	148
Bachelorarbeit.....	150
Praxbez.FSS II D&D.....	152
Psychologie der Führung.....	153

Modulübersicht

Modulnr.	Modulname	Sem.
215000	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	1
215003	Wissenschaftliches Arbeiten und Denken / Präsentationstechniken	1
215002	Einführung in die Allgemeine Psychologie und die Wirtschaftspsychologie	1
215001	English for Business Psychology I	1
215004	Methodenlehre I	1
215007	Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik	2
215008	Sozialpsychologie	2
215005	Einführung in die Marktpsychologie	2
215006	Einführung in die Personal- und Organisationspsychologie	2
215009	Methodenlehre II	2
210028	Rechnungswes+Controlling	2
10062-2104	Wirtschaftsinformatik II	3
10084-3055	Personalstrategie -Contr.	3
10075-3071	Progr.i.Umfeld BWL Sw	3
10146-5074	Softwareengineering	3
10050-3043	Grundlagen und Arbeitsrecht	3
10069-3041	Konsumentenforschung	3
10141-5073	Datenbanken	3
10160-6053	Psychologie der Führung	3
10072-3072	Web-Anwendungen	3
10134-5033	Hauptseminar Personalwirtschaft	3
10562-3044	Markenführung I	3
10044-3002	Volkswirtschaftslehre	3
10598-3052	Human Resource Management	3
10045-3911	Konsumentenpsych.	3
10051-3912	Grundlagen und Gewerblicher Rechtsschutz	3
215011	Kognitions-, Lern- und Neuropsychologie	3
215010	Methodenlehre III	3
3913	Human-Computer Interaction	3
10545-3914	Grundlagen der Informatik (P)	3
210017	Volkswirtschaftslehre	3
10628	KI in der Psychologie	3
10052-9996	Praxissemester	4
10563-5045	Markenführung II	5
10053-5911	Werbepsychologie	5
10543-5526	Handelsmanagement	5
10059-5923	Personalentwicklung	5
10146-5074	Softwareengineering	5

Modulnr.	Modulname	Sem.
10469-5036	Strategisches Management	5
10141-5073	Datenbanken	5
10369-5035	Diversity Management	5
10342-3922	Betriebliches Gesundheitsmanagement	5
10049-5034	Personalmarke. u.-auswahl	5
5335	Diversity Management (E)	5
10057-5031	Strat.u.operativMarketing	5
10134-5033	Hauptseminar Personalwirtschaft	5
10044-3002	Volkswirtschaftslehre	5
10626-5921	Arbeits- u. Orgapsy	5
10055-5901	Praxisbezogenes Fallstudienseminar I	5
10054-5900	English for Business Psychology II	5
10060-5902	Praxbez.Fstudsemi I P&O	5
215012	Entwicklungspsychologie	5
10576-5930	Data Science Wipsy	5
5903	Praxbez.Fstudsemi I D&D	5
6041	Intern Mark Man	6
10229-6045	Suchmaschinenmarketing	6
10083-6051	International Human Resource Management	6
10601-6056	New Work	6
10166-6171	Ausgew.Themen Inform	6
10167-6541	Objektor. Progr. VS.Net	6
6055	Arbeitsplatz u Prozess	6
10469-5036	Strategisches Management	6
6054	Change Management und agile Personalarbeit	6
10160-6053	Psychologie der Führung	6
10158-6044	Grdl Online-Marketing	6
10167-6541	Objektor. Progr. VS.Net	6
10080-6153	Arbeitsrechtliche Compliance	6
10161-6902	Praxbez.FSS II P&O	6
10263-6901	Praxisbezogenes Fallstudienseminar II	6
9997	Bachelorarbeit	6
6903	Praxbez.FSS II D&D	6
211035	Psychologie der Führung	6

1. Semester

Modul 215000

Prüfungsnummern 215000-1

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Immobilienwirtschaft Immo PO-Version 18
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik/China PO-Version 18
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19

Teilnahmepflicht Pflichtfach

Modulbezeichnung Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Englische ABWL BWL u. Wipsy

Modulbezeichnung

Kurztitel ABWL

Semesterinfo 1. Semester

Triales Modell: nur "Einführung Marketing"

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

Prof. Dr. Arnd Zschiesche

Prof. Dr. Wenholt

Sprache deutsch

Lehrform Triales Modell: nur "Einführung Marketing"

SWS 6 SWS

Arbeitsaufwand 240

Präsenzstudium 90

Eigenstudium 150

Kreditpunkte 8

Empfohlene keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden sollen die wesentliche Bereiche / Aspekte der Betriebswirtschaftslehre einschließlich Marketing kennen lernen und verstehen. Auf der Grundlage dieses Gesamtüberblicks sollen

Inhalt

sie betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Abläufe in Unternehmen und im Umfeld der Unternehmen beherrschen und beurteilen können. Dazu soll ein Einblick in aktuelle Instrumente und Ansätze der BWL gegeben werden.

Einführung mit historischem Abriss, Einordnung der BWL als Wissenschaftsdisziplin inkl. Methoden, Rechtsformen, Unternehmensführung, Produktions- und Kostentheorie, Grundlagen der Aufbauorganisation, Grundlagen des Personalmanagements aus betriebswirtschaftlicher Perspektive, Grundlagen des Personalmanagements aus wirtschaftspsychologischer Perspektive, Grundlagen des Arbeitsrechts.

Grundlegendes zum Marketing und zur Markenführung (Begriffe und Abgrenzungen, Grundlagen selbstähnlicher Markenbildung, Denken in Zielgruppen, Grundbegriffe des Konsumentenverhaltens, Entwicklung eines Marketingkonzepts); die absatzpolitischen Instrumente.

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Klausur

Overhead / Tafelbild / Video / Beamer

In der jeweils aktuellen Auflage*:

Bea, F. X., Helm, R., Schweitzer, M., [*]. BWL-Lexikon. Stuttgart: Lucius & Lucius.

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

Berthel, J, Becker, F., [*]. Personalmanagement: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

Brockhoff, K., [*]. Betriebswirtschaftslehre in Wissenschaft und Geschichte – Eine Skizze. Wiesbaden: Schäfer-Poeschel.

Bröckermann, R., [*]. Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für Human Resources Management. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

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.

Nieschlag, R., Dichtl, E., Hörschgen, H., [*]. Marketing. Berlin: Duncker & Humblot.

Schierenbeck, H., Wöhle, C., [*]. Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. München: Oldenbourg.

Thommen, J.-P., Achleitner, A., Ulrich, D., Hachmeister, D., Jarchow, S., Kaiser, G., [*]. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. Wiesbaden: Springer Gabler.

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

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

1. Semester

Modul 215003

Prüfungsnummern 215003-1

Wissenschaftliches Arbeiten und Denken / Präsentationstechniken

Studiengang	B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Wissenschaftliches Arbeiten und Denken / Präsentationstechniken
Englische Modulbezeichnung	Wiss. Arb. / Präsentation
Kurztitel	wissArbDen
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. Thomas Jendrosch Dipl.-Kfm. (FH) Reinhard Hansjosten Olaf Rüsing B.A. Jan Westensee Prof. Dr. Dirk Johannßen
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung / Übung
SWS	6 SWS
Arbeitsaufwand	210
Präsenzstudium	90
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	7
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sind nach dem erfolgreichen Bestehen dieses Moduls in der Lage wissenschaftliches Arbeiten und Denken anzuwenden. Sie können Fachliteratur und Internetquellen vergleichen und bewerten sowie eine eigenständige wissenschaftliche Arbeit erstellen. Sie sind in der Lage eine Präsentation zu entwickeln und vorzutragen. Die Studierenden können nach Bestehen dieses Moduls Word und Power Point sowie vertiefende Kenntnisse im Bereich Excel anwenden.

Inhalt

- Methoden und Techniken wissenschaftlichen Arbeitens
 - o Präsentationstechniken
 - o Kommunikation
 - o Moderation
- Grundlagen Word, z.B.: Erstellen von automatischen Verzeichnissen
- Grundlagen Power Point
- Grundlagen und vertiefende Kenntnisse Excel, z.B. Pivot Tabellen

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen

Hausarbeit + Präsentation
Beamer / Overhead / Tafelarbeit /
Metaplan / Flipchart, Skript

Literatur

Hussy, W./ Schreier, M./ Echterhoff, G.. *Forschungsmethoden*.
Berlin: Springer-Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Skript zur Veranstaltung

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

1. Semester

Modul 215002

Prüfungsnummern 215002-1

Einführung in die Allgemeine Psychologie und die Wirtschaftspsychologie

Studiengang B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht Pflichtfach

Modulbezeichnung Einführung in die Allgemeine Psychologie und die Wirtschaftspsychologie

Englische Modulbezeichnung Wirtschaftspsychologie I

Kurztitel Einführung in die Allgemeine Psychologie und die Wirtschaftspsychologie

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 Jendrosch

Dozent*in Prof. Dr. Thomas Jendrosch

Sprache deutsch

Lehrform Vorlesung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 90

Kreditpunkte 5

Empfohlene Vorkenntnisse keine

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Inhalt Nach Teilnahme an der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die Grundlagen der allgemeinen Psychologie sowie die Grundlagen der Wirtschaftspsychologie darzustellen. Die Studierenden sind der Lage grundlegende psychologische Phänomene zu erkennen, zu beschreiben und zu erklären sowie methodisches Denken anzuwenden

Allgemeine Psychologie:
Menschliche Wahrnehmung, Lernen & Gedächtnis, Denken und Probleme lösen, Motivation und Emotion.

Einführung in die Wirtschaftspsychologie:
Einführung in die allgemeinen Grundlagen der Wirtschaftspsychologie, psychologisch-makroökonomische Prozesse, wie z.B. Psy-

Stand: 16.01.2026

chologie wirtschaftlicher Entwicklung, - der entwickelten Gesellschaften oder - des Geldes.

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur

Skript / Beamer / Overhead / Tafelarbeit

Anderson, J.R.. *Kognitive Psychologie*. Wiesbaden: Spektrum Akademischer Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Goldstein, E.B.. *Wahrnehmungspsychologie*. Wiesbaden: Spektrum Akademischer Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Müssler, J. (Hrsg.). *Allgemeine Psychologie*. Wiesbaden: Spektrum Akademischer Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

1. Semester

Modul 215001

Prüfungsnummern 215001-1

English for Business Psychology I

Studiengang	B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	English for Business Psychology I
Englische	English Business Psy. I
Modulbezeichnung	
Kurztitel	EnglPsy 1
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	Ciara Colgan
Dozent*in	David Carolan Ms Ciara Colgan-Buchenau Elisabeth Petersen
Sprache	englisch
Lehrform	Vorlesung / Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	<table border="0" style="font-size:0.8em; width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> </td> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Level B1 of CEFR (equivalent to English after Realschule graduation) Regular attendance is expected. For more information refer to www.cambridgeesol.org/exams/exams-info/cefr.html </td> </tr> </tbody> </table>
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	This course is designed to introduce students to Business English and provide them with a range of specialized business vocabulary, as well as improving their communication skills for the business environment. It particularly prepares students to work in an international environment by teaching them how to behave in international meetings and negotiations.

Inhalt

Possible topics include: human resources, new technologies, branding and marketing, the psychology of change, organization, cultures and ethics as well as business correspondence.

**Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur**

Klausur

Use of various media

Textbook: Market Leader Intermediate latest edition ISBN:
978-1-4082-3695-6

As well as an English/English or English/German German/English dictionary.

Hinweis

1. Semester

Modul 215004

Prüfungsnummern 215004-1

Methodenlehre I

Studiengang B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht Pflichtfach

Modulbezeichnung Methodenlehre I

Englische Methodenlehre I

Modulbezeichnung

Kurztitel Meth1

Semesterinfo 1. Semester

Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitsrechnung

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 6 SWS, 4 SWS Vorlesung, 2 SWS Übung

SWS 6 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 90

Kreditpunkte 5

Empfohlene Kenntnisse der höheren Schulmathematik

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden sind nach der Belegung des Moduls in der Lage die für betriebswirtschaftliche und psychologischen Entscheidungen relevanten statistischen Sachverhalte und deren Auswirkungen zu verstehen und hinsichtlich der Anwendbarkeit zu diskutieren.

Inhalt Die Studierenden erwerben die folgenden Kenntnisse:

- Deskriptive Statistik
- Wahrscheinlichkeitsrechnung

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

- Zufallsvariablen

Klausur

Tafel und andere Präsentationstechniken

Literatur

- Bortz, J.; Statistik - Springer-Verlag
- Fahrmeir, L. u.a.; Statistik - Springer-Verlag
- Skript zur Veranstaltung

Hinweis

2. Semester

Modul 215007

Prüfungsnummern 215007-1

Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik

Studiengang B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht Pflichtfach
Modulbezeichnung Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik
Englische PersPsy u. Diagnostik
Modulbezeichnung
Kurztitel PersDiag
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. Tim Warszta
Dozent*in

Prof. Dr. Tim Warszta
B.A. Jan Westensee

Sprache deutsch
Lehrform 4 SWS: 2 SWS Diagnostik, 2 SWS Persönlichkeitspsychologie
SWS 4 SWS
Arbeitsaufwand 150
 Präsenzstudium 60
 Eigenstudium 90
Kreditpunkte 5
Empfohlene keine
Vorkenntnisse
Voraussetzungen keine
Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden können Personenunterschiede in der Psychologie erklären und Forschungsergebnisse reproduzieren.

Sie sind in der Lage Kompetenzen im Bereich Diagnostik zu transferieren und können auf Basis psychologischer Methodik Personenunterschiede diagnostizieren. Sie lernen die richtigen Testverfahren auszuwählen und diese anzuwenden.

Inhalt - Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie

Stand: 16.01.2026

- Methoden der Persönlichkeitspsychologie
- Klassifikationsansätze der Persönlichkeit
- Fähigkeits- und Leistungsunterschiede
- Geschlechterunterschiede
- Einführung in die Diagnostik: Testmodelle, Testkonstruktionen, Testtheorien
- Anwendung und Auswertung psychologischer Testverfahren
- Aspekte Klinischer Psychologie in der Wirtschaftspsychologie

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur

Beamer / Overhead / Tafelarbeit

Asendorpf, J.B./ Neyer, F. J.
Psychologie der Persönlichkeit.
 Berlin: Springer Verlag. in der
 jeweils aktuellen Auflage.

Schmidt-Atzert, L./ Amelang,
 M. *Psychologische Diagnostik.*
 Berlin: Springer Verlag. in der
 jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

2. Semester

Modul 215008

Prüfungsnummern 215008-1

Sozialpsychologie

Studiengang B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht Pflichtfach

Modulbezeichnung Sozialpsychologie

Englische Sozialpsychologie

Modulbezeichnung

Kurztitel SozPsy

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. Daniela Aidley

Dozent*in Prof. Dr. Thomas Jendrosch

Sprache deutsch

Lehrform Vorlesung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 90

Kreditpunkte 5

Empfohlene keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich Sozialpsychologie zu erklären und zu präsentieren. Sie können sozialpsychologische Kenntnisse als Grundlage zum Verständnis von betrieblichen Prozessen zwischen Menschen und Gruppen darstellen und diskutieren. Die Studierenden sind in der Lage, aus den erworbenen Kenntnissen Handlungsempfehlungen für die Praxis ableiten.

Inhalt

Sozialpsychologische Grundlagen:

- Einstellung und Verhalten
- Soziales Handeln
- Interaktion und Kommunikation
- Soziale Rollen

Stand: 16.01.2026

- Konflikte
- Gruppenprozesse

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Klausur

Beamer / Overhead / Tafelarbeit /
 Skript

Literatur

Aronson, E./ Wilson, T./ Akert, R. Sozialpsychologie, London:
 Pearson Studium. in der jeweils aktuellen Auflage.

Jonas, K./ Stroebe, W./ Hewstone, M. (Hrsg.). Sozialpsychologie,
 Berlin; Springer Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Werth, L./ Mayer, J./ Sozialpsychologie, Wiesbaden: Spektrum
 Akademischer Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Gollwitzer, M./ Schmitt, M. Sozialpsychologie kompakt, Wein-
 heim: Beltz Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Weiter Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

2. Semester

Modul 215005

Prüfungsnummern 215005-1

Einführung in die Marktpsychologie

Studiengang B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht Pflichtfach
Modulbezeichnung Englische
Modulbezeichnung Einführung in die Marktpsychologie
Kurztitel Marktpsych
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. Thomas Jendrosch
Dozent*in Prof. Dr. Thomas Jendrosch
Sprache deutsch
Lehrform Vorlesung
SWS 4 SWS
Arbeitsaufwand 150
 Präsenzstudium 60
 Eigenstudium 90
Kreditpunkte 5
Empfohlene Vorkenntnisse Teilnahme an dem Modul Einführung in die Allgemeine Psychologie und Wirtschaftspsychologie
Voraussetzungen keine
Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden können nach Bestehen des Moduls ausgewählte wirtschaftspsychologische Fragestellungen, etwa zum Kundenverhalten, darstellen und begründen sowie entsprechende Handlungsempfehlungen für die Marketingpraxis entwickeln.

Inhalt

- Einführung in spezielle wirtschaftspsychologische Kernkompetenzen und Arbeitsfelder
- Ausgewählte Tätigkeitsbereiche und Forschungsfelder, wie z.B.: Kundenorientierte Unternehmensführung, Konsumentenpsychologie, Verkaufspsychologie, Werbung, Marktpsychologie

Studienleistung

Stand: 16.01.2026

**Prüfungsleistung
Medienformen**

Klausur

Beamer / Overhead / Tafelarbeit /
Skript

Literatur

Bruhn, M., *Kundenorientierung*, München: dtv in der jeweils aktuellen Auflage.

Felser, G. *Werbe- und Konsumentenpsychologie*. Wiesbaden: Spektrum Akademischer Verlag.. in der jeweils aktuellen Auflage

Nerdinger, W./ Blickle, G./ Schaper, N./ *Arbeits- und Organisationspsychologie*. Berlin: Springer Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

2. Semester

Modul 215006

Prüfungsnummern 215006-1

Einführung in die Personal- und Organisationspsychologie

Studiengang

B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17

B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht

Pflichtfach

Modulbezeichnung

Einführung in die Personal- und Organisationspsychologie

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

Einführung in die Personal- und Organisationspsychologie

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. Tim Warszta

Dozent*in

Prof. Dr. Tim Warszta

Sprache

deutsch

Lehrform

Vorlesung inkl. Übungsanteilen

SWS

4 SWS

Arbeitsaufwand

150

Präsenzstudium

60

Eigenstudium

90

Kreditpunkte

5

Empfohlene

Teilnahme an dem Modul Einführung in die Allgemeine Psychologie und Wirtschaftspsychologie

Vorkenntnisse

keine

Voraussetzungen

keine

Lernziele / Kompetenzen

Nach Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage über personalpsychologische Fragestellungen zu diskutieren. Sie kennen relevante Berufsbilder aus dem Bereich Personalpsychologie und können diese beschreiben und erklären. Sie sind in der Lage wissenschaftliche Studien zu analysieren und die Ergebnisse auf betriebspraktische Fragestellungen anzuwenden.

Inhalt

- Einführung in spezielle wirtschaftspsychologische Kernkompetenzen und Arbeitsfelder

- Vorstellung personal- und organisationspsychologischer Tätigkeitsbereiche, wie z.B.: Personalauswahl, Personalentwicklung, Training, Mitarbei-

Stand: 16.01.2026

terbindung, Führung, Organisations-
entwicklung

- Evidenzbasiertes Management

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Skript

Nerdinger, W./ Blickle, G./ Schaper,
N.. *Arbeits- und Organisationspsy-
chologie*. Berlin: Springer Verlag. in
der jeweils aktuellen Auflage.

Schuler, H./ Kanning, U.P. *Lehrbuch
der Personalpsychologie*. Göttingen:
Hogrefe. in der jeweils aktuellen Auf-
lage.

Weitere Literatur wird in der Veran-
staltung bekannt gegeben.

Hinweis

2. Semester

Modul 215009

Prüfungsnummern 215009-1

Methodenlehre II

Studiengang B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht Pflichtfach
Modulbezeichnung Methodenlehre II
Englische Methodenlehre II
Modulbezeichnung
Kurztitel Meth2
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. Michael von Thaden

Dozent*in

Prof. Dr. Michael von Thaden

Sprache

deutsch

Lehrform

4 SWS: 2 SWS Vorlesung, 2 SWS Übung (Gruppengröße max. 25)

SWS

4 SWS

Arbeitsaufwand

150

Präsenzstudium

60

Eigenstudium

90

Kreditpunkte

5

Empfohlene

Vorkenntnisse

```
<table border="0" style="font-size:0.8em; width:700px"> <tbody>
<tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> </td> <td
align="left" style="vertical-align:top"> <p>Methodenlehre 1 </td>
</tr> </tbody> </table>
```

Voraussetzungen

keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden sind nach der Teilnahme am Modul in der Lage Testhypothesen mithilfe statistischer Methodik zu überprüfen. Sie können zur Fragestellung passende Methoden auswählen und diese anwenden.

Inhalt

Die Studierenden erwerben die folgenden Kenntnisse:

- Schätzverfahren und Hypothesentests
- T-Test
- Korrelationsanalyse
- Regressionsanalyse

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Klausur

Tafel und andere Präsentationstechniken

Literatur

- Bortz, J.; Statistik - Springer-Verlag
- Fahrmeir, L. u.a.; Statistik - Springer-Verlag
- Skript zur Veranstaltung

Hinweis

Modul 210028

Prüfungsnummern 210028-1

Rechnungswes+Controlling

Studiengang	Bachelor of Science Immobilienwirtschaft 2024 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Rechnungswes+Controlling
Englische Modulbezeichnung	management and controlling basics
Kurztitel	ReWesCtrl
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
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hanno Drews
Dozent*in	Prof. Dr. Hanno Drews
Sprache	deutsch
Lehrform	4 SWS: 2 SWS Vorlesung, 2 SWS Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach erfolgreichem Bestehen dieses Moduls kennen und verstehen die Studierenden die unten genannten Inhalte inkl. der dazugehörigen Terminologie. Sie können diese Inhalte außerdem auf einfache Problemstellungen praktisch anwenden (teilweise mithilfe eines Tabellenkalkulationsprogramms) bzw. die praktische Anwendung nachvollziehen. Die Studierenden sollen befähigt werden, mit Spezialisten aus der Abteilung Controlling / Finanz- und Rechnungswesen zusammen zu arbeiten.
Inhalt	• Externes Rechnungswesen als Grundlage: Doppelte Buchführung, Bilanz, GuV, Kapitalflussrechnung • Controlling-Aufgaben und -Instrumente im Überblick • Internes Rechnungswesen: Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung • Kennzahlen(systeme) und Berichtswesen

- Budgetierung
- Investitions- / Projektcontrolling
- Berücksichtigung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Hinweis

Klausur (60 bis 120 Minuten)

Skript/Beamer/PC-Arbeit(Excel)/Tafelarbeit

Probst, Hans-Jürgen: Controlling (aktuelle Auflage)

Britzelmaier, Bernd: Controlling (aktuelle Auflage)

3. Semester

Modul 10062-2104

Prüfungsnummern 2104

Wirtschaftsinformatik II

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Wirtschaftsinformatik II
Englische Modulbezeichnung	Wirtschaftsinformatik II
Kurztitel	WiInf_II
Semesterinfo	3. Semester für BWL im normalen Curriculum, für das Triale Modell eine Sonderveranstaltung im WS/ Pflichtmodul im Schwerpunkt Digitales Interaktionsdesign und Data Sciens im Studiengang Wipsy (BSc)/im 3. Semester 2 SWS geblockt, 2 SWS im lau- fenden Semester
Modulverantwortung	Prof. Dr. Christoph Blaue
Dozent*in	Prof. Dr. Christoph Blaue Dipl.-Kfm. (FH) Reinhard Hansjosten
Sprache	deutsch
Lehrform	4 SWS: 2 SWS Vorlesung (Gruppengröße max. 23), 2 SWS Übung (PC-Labor) Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orien- tiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende. Das Modul wird im Wintersemester angeboten.
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden können Programme mit grafischer Benut- zerschnittstelle erstellen. Sie kennen die Entwicklungsum- gebung und können Programmbibliotheken in ihren eigenen Programmen nutzen. Derzeit wird die .Net-Umgebung mit C# eingesetzt.

Inhalt

- Struktur von objektorientierten Anwendungen
- Verwendung externer Bibliotheken
- Datentypen
- Anweisungen (Wertzuweisung, bedingte Anweisungen, Schleifen, Funktionen und Funktionsprozeduren)
- Anbindung von Office Standardsoftware

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur

Tafel, Beamer, PC-Labor

Skript zur Veranstaltung;

Aktuelle Ausgabe der Microsoft Referenzhandbücher

Hinweis

3. Semester

Modul 10084-3055

Prüfungsnummern 3055

Personalstrategie -Contr.

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Personalstrategie -Contr.

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel PersStrat

Semesterinfo 3. Semester

Aktive Teilnahme an Gruppenarbeit und Diskussionen.

Ab WS 21/22 ist das Modul für **ITM-Studierende nicht mehr geöffnet.**

Ab WS 21/22 ist das Modul für die **Wipsy-Studierenden** im Schwerpunkt Personal und Organisation **geöffnet.**

Im WS 21_22 ausnahmsweise **geöffnet für den SP DLM**

Das Modul wird ab WS 25/26 nicht mehr angeboten.

Modulverantwortung 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.

Dozent*in Prof. Dr. Susanne Liebermann

Sprache Prof. Dr. Susanne Liebermann

Lehrform deutsch

SWS Vorlesung (inkl. Übung)

Arbeitsaufwand 4 SWS

180

Präsenzstudium	60
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	6
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	
Lernziele / Kompetenzen	

Im Modul Personalstrategie und -controlling erwerben die Studierenden praktische Handlungskompetenz für das Entwickeln von Unternehmens- und Personalstrategien. Das Modul fördert das Wissen über Human-Capital-Ansätze, Scorecard-Modelle und das Controlling von Personal und sorgt dafür, dass dieses auf betriebspraktische Fragestellungen angewendet werden kann. Die Veranstaltung besteht aus einer Vorlesung und einer Übung, in der die Inhalte der Vorlesung praktische Anwendung finden.

Inhalt

Unternehmensführung, Unternehmens- und Personalstrategien, Strategisches Personalmanagement, Kennzahlen und Verfahren des Personalcontrollings, Mitarbeiterbefragung, Strategische Personalplanung, Diagnostik in der Personalarbeit, Kompetenzmanagement, Personalführung, -einsatz und Personalfreisetzung.

Studienleistung Prüfungsleistung

Prüfungsleistung wird zu Beginn des Semesters in der Veranstaltung bekanntgegeben

Medienformen

Beamer / Overhead/ Tafelarbeit/ Skript

Literatur

- Bartscher, T., Stöckl, J. & Träger, T. Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. München: Pearson.
- Wunderer, R., & Jaritz, A. Unternehmerisches Personalcontrolling. Evaluation der Wertschöpfung im Personalmanagement. Köln: Woltes Kluver.
- Bröckermann, R. Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Scholz, C. Grundzüge des Personalmanagements, München: Vahlen.
- Becker, M. Personalentwicklung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Weitere Artikel werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

3. Semester

Modul 10075-3071

Prüfungsnummern 3071

Progr.i.Umfeld BWL Sw

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik/China PO-Version 18 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Progr.i.Umfeld BWL Sw
Englische	Progr.i.Umfeld BWL Sw
Modulbezeichnung	
Kurztitel	ProgrBWLsw
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	
Dozent*in	Prof. Dr. Christoph Blaue
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung / Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	6
Empfohlene	<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Inhalte der Pflichtveranstaltungen Wirtschaftsinformatik </td> </tr> </tbody> </table>
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sollen die Klassenbibliotheken zentraler Office-Anwendungen kennen und bei der Software-Entwicklung anwenden können. 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 Softwa-

relösungen, Excel als Applikationsserver); Datenbanken und ADO.Net (Access, SQL-Server); Datenaustausch zwischen Office-Anwendungen

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

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

Hinweis

3. Semester

Modul 10146-5074

Prüfungsnummern 5074

Softwareengineering

Studiengang

B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.Sc. Management und Technik/China PO-Version 18
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht

Schwerpunkt

Modulbezeichnung

Softwareengineering

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

SWEngin.

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; englisch

Lehrform

Vorlesung / Übung

SWS

4 SWS

Arbeitsaufwand

150

Präsenzstudium

60

Eigenstudium

90

Kreditpunkte

6

Empfohlene

Vorkenntnisse

<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Programmierkenntnisse </td> </tr> </tbody> </table>

Voraussetzungen

<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>keine </td> </tr> </tbody> </table>

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen

- Qualitätskriterien für Software
- 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

Inhalt

• Aufbereitung und Präsentation eines eigenen Themas
 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 Medienformen

Klausur

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

3. Semester

Modul 10050-3043

Prüfungsnummern 211021-1

Grundlagen und Arbeitsrecht

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Grundlagen und Arbeitsrecht

Englische Grdl. u. Arbeitsrecht

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

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 180

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 120

Kreditpunkte 6

Empfohlene <p>keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Vorlesung/Übung

Die Studierenden erweitern ihr in der Vorlesung ABWL erworbenes Grund- und Strukturwissen des Arbeitsrechts und sind für die wichtigsten Fragestellungen, mit denen Wirtschaftsjuristen im beruflichen Alltag in Berührung kommen können, sensibilisiert. Sie erwerben einen Überblick über die Zusammen-

Stand: 16.01.2026

Inhalt

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen

Literatur

Klausur

hänge des Arbeitsrechts, erkennen die Unterschiede gegenüber dem allgemeinen Zivilrecht und können die arbeitsrechtlichen Regelungen mit anderen Rechtsgebieten verknüpfen. Sie können die relevanten Rechtsvorschriften mit strukturierter, methodisch korrekter Vorgehensweise auf typische betriebliche Fragestellungen anwenden und sind in der Lage, bei auftretenden arbeitsrechtlichen Problemen kompetent zu agieren.

Ferner erkennen die Studierenden die eigenen Grenzen ihres Wissens bei der Lösung arbeitsrechtlicher Fragestellungen und sind in der Lage, bei Bedarf Spezialisten hinzuziehen.

A. Wiederholung und Vertiefung Rechtsquellen und Funktion des Arbeitsrechts

B. Überblick über das Individualarbeitsrecht

1. Arbeitnehmerbegriff

2. Zustandekommen von Arbeitsverhältnissen

3. Arten von Arbeitsverhältnissen

4. Rechte und Pflichten der Vertragsparteien

5. Leistungsstörungen

6. Beendigungsmöglichkeiten von Arbeitsverhältnissen

C. Arbeitsgerichtsbarkeit

D. Überblick über das kollektive Arbeitsrecht (insbesondere Tarif- und Betriebsverfassungsrecht) Überblick über das kollektive Arbeitsrecht (insbesondere Tarif- und Betriebsverfassungsrecht)

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overheadprojektion / Beamer

Dütz, Wilhelm; Thüsing, Gregor (2012): Arbeitsrecht. 17. neu bearb. Aufl. München: in der jeweils aktuellen Auflage.

Stand: 16.01.2026

Beck (Grundrisse des Rechts). in der jeweils aktuellen Auflage.

Hirdina, Ralph : Grundzüge des Arbeitsrechts. s.l.: Verlag Franz Vahlen in der jeweils aktuellen Auflage.

(Lernbücher für Wirtschaft und Recht). Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.15358/9783800644247>.

Hoffmann, Uwe . Technik der Fallbearbeitung im Wirtschaftsprivatrecht. München: in der jeweils aktuellen Auflage.

Franz Vahlen. Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.15358/9783800649372>.

Hromadka, W./ Maschmann, F.. Arbeitsrecht. Berlin [u.a.]: Springer (Springer-Lehrbuch). in der jeweils aktuellen Auflage.

Jünger, J.-M.. Arbeitsrecht. [mit Online-Wissens- Check]. in der jeweils aktuellen Auflage.

Heidelberg, München, Landsberg, Frechen, Hamburg: Müller (Jura auf den Punkt gebracht). in der jeweils aktuellen Auflage.

Junker, A.. Fälle zum Arbeitsrecht. München: Beck (Juristische Fall-Lösungen). in der jeweils aktuellen Auflage.

Junker, A.. Grundkurs Arbeitsrecht. München: Beck. in der jeweils aktuellen Auflage.

Larenz, K./ Canaris, C.. Methodenlehre der Rechtswissenschaft. Dritte, neu bearbeitete Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer (Springer-Lehrbuch). Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-662-08709-1>.

Löwisch, M./ Caspers, G./ Klumpp, S.. Arbeitsrecht. Ein Studienbuch. 10., neubearb. Aufl. München: Vahlen (Academia iuris).

Preis, U. Arbeitsrecht, Individualarbeitsrecht. Lehrbuch für Studium und Praxis. Köln: Schmidt. in der jeweils aktuellen Auflage.

Puppe, I. Kleine Schule des juristischen Denkens. in der jeweils aktuellen Auflage.

Göttingen, Stuttgart: Vandenhoeck & Ruprecht; UTB (UTB Jura, 3053). Online verfügbar unter <http://www.utb-studi-e-book.de/9783838540702>.

Reichold, H. Arbeitsrecht. Lernbuch nach Anspruchsgrundlagen : [Mit vielen Übersichten, Beispielen und Fällen]. München: C.H.Beck (Lernbücher Jura). in der jeweils aktuellen Auflage.

Senne, P. Arbeitsrecht. Das Arbeitsverhältnis in der betrieblichen Praxis. München: Vahlen (Vahlens Lernbücher). in der jeweils aktuellen Auflage.

Waltermann, R./Söllner, A. Arbeitsrecht. München: Vahlen (Vahlen Jura Lehrbuch). Online verfügbar unter https://ebibliothek.beck.de/Default.aspx?vpath=bibdata/komm/SoWaHdbArbR_17/cont/SoWaHdbArbR%2Ehtm.

Wörten, R./ Kokemoor, A. Arbeitsrecht. [Lernbuch, Strukturen, Übersichten]. München: Vahlen (Lernen im Dialog Juristische Lernbücher) in der jeweils aktuellen Auflage.

Hinweis

3. Semester

Modul 10069-3041

Prüfungsnummern 3041

Konsumentenforschung

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik/China PO-Version 18
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Konsumentenforschung

Englische Konsumentenforschung

Modulbezeichnung

Kurztitel Konsum

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.

Das Modul wird ab WiSe 25_26 nicht mehr angeboten. Folgemodul 211042 Insights Driven Marketing / Marketingforschung

Modulverantwortung Prof. Dr. Arnd Zschiesche

Dozent*in

Sprache deutsch

Lehrform

Dipl. -Kfm. (FH) Oliver Franz

Vertiefungsvorlesung mit ca. 50 % Übungsanteil, Vermittlung anhand von fiktivem oder realem Fall (Auftrag)

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 180

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 120

Kreditpunkte 6

Empfohlene Einführung Marketing / Tourismusmarketing

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Stand: 16.01.2026

Vertiefte Kenntnis des Entscheidungsverhaltens der Konsumenten sowie wesentlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden der Marktforschung. Die Studierenden sollen in der Lage sein, das Kaufverhalten der Konsumenten nachzuvollziehen, zu erklären und zu steuern sowie mit geeigneten Methoden selbstständig Konsumentenforschung zu betreiben.

Zudem werden u.a. Fähigkeiten wie ganzheitliches und vernetztes Denken geschult.

Inhalt

Konsumentenverhalten: Der Kaufentscheidungsprozess; Normative und deskriptive Entscheidungstheorie; Produktbeurteilung; Das Involvement-Konzept; Entscheidung und Produktwahl.

Marketingforschung: Gegenstand; Management der betrieblichen Marktforschung; Grundbegriffe der empirischen Sozialforschung; Datenerhebung; Datenauswertung (mit SPSS) und Interpretation; Berichterstellung und Ergebnispräsentation.

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen

Klausur

Beamer / Overhead / Tafelarbeit /
Projektarbeit in Gruppen

Literatur

Skript zur Veranstaltung.

Forschungsgruppe Konsum und Verhalten (Hg.) (1994), Konsumenten-forschung, Vahlen.

In der jeweils aktuellen Auflage:

Hammann, P., Erichson, B., Marktforschung, UTB, Fischer.

Kroeber-Riel, W., Weinberg, P., Gröppel-Klein, A., Konsumenten-verhalten, Vahlen.

Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Gabler.

Hinweis

3. Semester

Modul 10141-5073

Prüfungsnummern 5073

Datenbanken

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik/China PO-Version 18 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Datenbanken
Englische Modulbezeichnung	Data Bases
Kurztitel	Datenbanken
Semesterinfo	3. Semester Ab WS 22/23 im Stg. ITM BA nicht mehr für den SP Digitalisierung im Tourismus geöffnet 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. <i>Bis SS 2022 Wahlmodul im SP E-Commerce im Stg. WiR</i>
Modulverantwortung	Prof. Dr. Christoph Blaue
Dozent*in	Prof. Dr. Christoph Blaue
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	Vorlesung / Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	6
Empfohlene Vorkenntnisse	Programmierkenntnisse
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden können folgende Tätigkeiten selbständig ausführen:

Stand: 16.01.2026

- 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

1. Einführung in die Welt der Datenbanken und mathematische Grundlagen
2. Anwendungsarchitektur von Datenbank Anwendungen
3. SQL
4. Funktionale Abhängigkeiten und Normalisierung
5. Prozeduren und Trigger
6. 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

Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Hinweis

3. Semester

Modul 10160-6053

Prüfungsnummern 211035-1

Psychologie der Führung

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Psychologie der Führung

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel PsychFührg

Semesterinfo 3. 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 4 SWS: 2 SWS Vorlesung / 2 SWS Übung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 180

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 120

Kreditpunkte 6

Empfohlene keine

Vorkenntnisse

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.

Stand: 16.01.2026

Inhalt

Grundlagen der Führung; Führungstheorien; Motivationspsychologie; Grundlagen der Gruppendynamik; Leistungsfähigkeit; Steuern durch Fragen; Moderation planen; Moderationssequenzen für Teamarbeitsphasen: Informieren; Planen, gemeinsames Erarbeiten, Bewerten; Mitarbeitergespräche; Moderieren in internationalen Teams

**Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur**

Klausur

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

3. Semester

Modul 10072-3072

Prüfungsnummern 214049-1

Web-Anwendungen

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Web-Anwendungen

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

Semesterinfo

WebAnwend

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.

Bis SS 2022 Wahlmodul im SP E-Commerce im Stg. WiR

Modulverantwortung

Dozent*in

Sprache

Lehrform

SWS

Arbeitsaufwand

Präsenzstudium

Eigenstudium

Kreditpunkte

Empfohlene

Vorkenntnisse

Voraussetzungen

Lernziele / Kompetenzen

Prof. Dr. Christoph Blaue

Prof. Dr. Christoph Blaue

deutsch; englisch

4 SWS: 2 SWS Seminar, 2 SWS PC-Labor

4 SWS

180

60

120

6

Grundvorlesungen Informatik, Programmierkenntnisse

keine

Die Studierenden können folgende Tätigkeiten selbständig ausführen:

- Klientenseitige Erstellung von Webseiten mit Formularen und zentralen Layoutinformationen

Stand: 16.01.2026

- Programmierung klientenseitiger Interaktions- und Prüfungsmöglichkeiten (z.B. mit JavaScript)
- Serverseitige Programmierung dynamischer Webseiten, z.B. mit PHP
- Zugriffe auf eine relationale Datenbank zur Erstellung dynamischer Webseiten.

Ferner können die Studierenden

die sog. Usability von Webseiten beurteilen

Inhalt

In kleinen Teams wird unter Projektbedingungen eine interaktive Website erstellt. Das Thema ist von den Studierenden frei wählbar, in der Umsetzung müssen sowohl klients- wie auch serverseitig die zum Beginn der Veranstaltung genannten Mindestvoraussetzungen erfüllt werden.

Client-Server-Applikationen, Architektur von Web-Applikationen,

Einführungen in Syntax und Semantik der formalen Sprachen HTML, JavaScript, CSS, PHP, sowie eine sehr rudimentäre Einführung in die Datenbankabfragesprache SQL und die Anbindung einer Datenbank an eine Web-Anwendung.

Weitere Themen: Mensch/Maschine-Schnittstelle, Usability

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Hinweis

Hausarbeit + Präsentation

Tafel, Beamer, PC-Labor

Vorlesungsskript, SelfHTML, Online-Referenzdokumente zu HTML, JavaScript, PHP.

3. Semester

Modul 10134-5033

Prüfungsnummern 5033

Hauptseminar Personalwirtschaft

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Hauptseminar Personalwirtschaft
Englische Modulbezeichnung	
Kurztitel	HS Persw.
Semesterinfo	3. Semester Letztmalig im WS 20/21 für den SP Dienstleistungsmanagement geöffnet. 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. Im WS 23_24 letztmalig geöffnet für SP Personalmanagement. Ab WS 24_25 nicht mehr geöffnet für den SP Personalmanagement
Modulverantwortung	Prof. Dr. Susanne Liebermann
Dozent*in	
Sprache	deutsch
Lehrform	Seminar: davon ca. 30% interaktives Lehrgespräch; 30% betreutes Arbeiten; 40% studentische Präsentationen
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	150
Kreditpunkte	6
Empfohlene Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	

Stand: 16.01.2026

Die Studierenden wenden ihre erworbenen Personalmanagementkenntnisse 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 und aktuelle Entwicklungen im Personalmanagement

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Hausarbeit + Präsentation

Overhead / Tafelbild / Video / Beamer

Literatur

Themenspezifisch Literaturhinweise werden themenspezifisch in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

3. Semester

Modul 10562-3044

Prüfungsnummern 211043-1

Markenführung I

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Markenführung I

Englische

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.

wird nicht mehr angeboten! Neues Modul: 211043 Markenführung I mit 5 ECTS

Modulverantwortung Prof. Dr. Arnd Zschiesche

Dozent*in Prof. Dr. Arnd Zschiesche

Sprache deutsch

Lehrform Vertiefungsvorlesung mit Fallstudien

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 180

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 120

Kreditpunkte 6

Empfohlene Vorkenntnisse Einführung Marketing / Tourismusmarketing, Konsumentenforschung / 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

Stand: 16.01.2026

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 (Markensteuer-
rad etc.), Positionierungsstrategien, Marke als Gestalt- und Bündnissystem, Selbstähnlichkeit, Grundlagen Markentechnik/Markensoziologie, Rolle von Vertrauen/Management positiver Vorurteile/Imagewerte, Ganzheitliche Werbe- und Kommunikationsstrategien (digital/analog).

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Klausur
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.

Hinweis

3. Semester

Modul 10044-3002

Prüfungsnummern 3002

Volkswirtschaftslehre

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Immobilienwirtschaft Immo PO-Version 18 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Management und Technik/China PO-Version 18 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Volkswirtschaftslehre
Englische	
Modulbezeichnung	
Kurztitel	VWL
Semesterinfo	3. Semester nur Triales Modell Bank + Steuern 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	keine
Vorkenntnisse	
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 Standpunkte 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

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

3. Semester

Modul 10598-3052

Prüfungsnummern 3052

Human Resource Management

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17

Teilnahmepflicht Schwerpunkt
Modulbezeichnung Human Resource Management
Englische Human Resource Manag (E)
Modulbezeichnung
Kurztitel HRM
Semesterinfo 3. Semester
Wird nicht mehr angeboten! neues Modul: 210029 Human Resource Management mit 5 ECTS

Modulverantwortung
Dozent*in
Sprache deutsch; englisch
Lehrform
SWS 4 SWS
Arbeitsaufwand
 Präsenzstudium
 Eigenstudium
Kreditpunkte 6
Empfohlene
Vorkenntnisse
Voraussetzungen
Lernziele / Kompetenzen
Inhalt
Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur
Hinweis

3. Semester

Modul 10045-3911

Prüfungsnummern 3911

Konsumentenpsych.

Studiengang	B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Konsumentenpsych.
Englische	Konsumentenpsych.
Modulbezeichnung	
Kurztitel	KonPsy
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 Jendrosch
Dozent*in	Prof. Dr. Thomas Jendrosch
Sprache	deutsch
Lehrform	
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	6
Empfohlene	keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	

Vorlesung inkl. Übungsteil

Die Studierenden erhalten die Fähigkeit, psychologisches Basiswissen auf das Medien-, Konsumenten- und Marktverhalten anzuwenden. Sie können alltägliche Phänomene des Wirtschaftslebens (z.B. Medieneinflüsse, Werbung, Kaufentscheidungen und Käuferverhalten) analysieren und fachlich erklären. Die Studierenden können wissenschaftlich begründete und kritische Analysen vornehmen sowie konkrete Handlungsempfehlungen für die Praxis entwickeln.

Inhalt

Anwendung verschiedener psychologischer Theorien auf das Medien- und Konsumentenverhalten, z.B.: Kommunikationstheorien, Diffusionstheorie, Reaktanztheorie; Theorie der kognitiven Dissonanzen; Theorie der Einstellungsänderung; Strategie der Beeinflussung durch Konsens und Sympathie; Phänomene des impliziten Erinnerns; Konditionierung; Entscheidung; Entscheidungsheuristiken; Entscheidungsfehler.

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen

Hausarbeit + Präsentation

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Skript

Literatur

Felse, G. Werbe- und Konsumentenpsychologie. Wiesbaden: Spektrum Akademischer Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Koeber-Riehl, W./ Grüppel-Klein, A. Konsumentenforschung. München: Vahlen. in der jeweils aktuellen Auflage,

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

3. Semester

Modul 10051-3912

Prüfungsnummern 3912

Grundlagen und Gewerblicher Rechtsschutz

Studiengang B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht Schwerpunkt
Modulbezeichnung Grundlagen und Gewerblicher Rechtsschutz
Englische Basics and Protection of Industrial Property
Modulbezeichnung
Kurztitel G+gewRS
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. Christian Buchmüller

Dozent*in

Prof. Dr. Iur. Christian Buchmüller

Sprache deutsch

Lehrform

Vorlesung inkl. Übungsanteil

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 180

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 120

Kreditpunkte 6

Empfohlene <p>keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden erwerben Grund- und Strukturwissen des gewerblichen Rechtsschutzes und des Urheberrechts im internationalen Kontext und sind für die wichtigsten Rechtsfragen, mit denen Wirtschaftsjuristen im Marketing in Berührung kommen können, sensibilisiert. Insbesondere kennen sie die Schutzmöglichkeiten der entsprechenden Entwicklungen und können die jeweiligen Schutzmöglichkeiten beurteilen. Ferner kennen sie die Möglichkeiten des Rechtsschutzes gegen Konkurrenten, wenn

Inhalt

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

eigene Schutzrechte verletzt worden sind.

Auch können sie die relevanten Rechtsvorschriften mit strukturierter, methodisch korrekter Vorgehensweise auf konkrete betriebliche Fragestellungen anwenden und sind in der Lage, bei auftretenden Problemen kompetent zu agieren. Ferner erkennen die Studierenden die eigenen Grenzen ihres Wissens bei der Lösung immaterialgüterrechtlicher Fragestellungen und wissen, wann Spezialisten hinzuzuziehen sind.

A. Überblick über die verschiedenen Immaterialgüterrechte

B. Patent-, Gebrauchs- und Geschmacksmusterrecht (insbesondere Begriff, Funktion, Schutzgegenstand, Voraussetzungen für die Patentfähigkeit, Patentanmeldung, Rechte des Patenterfinders, Rechtsfolgen bei Verletzung des entsprechenden Immaterialgüterrechts, Durchsetzung des entsprechenden Immaterialgüterrechts, Arbeitnehmerfinderrecht)

C. Markenrecht (insbesondere Begriff, Funktion, Schutzgegenstand, Schutzvoraussetzungen, Markenschutz, Rechtsfolgen bei Verletzung des Markenrechts, Durchsetzung des Markenrechts)

D. Urheberrecht (insbesondere Werkbegriff, Urheberschaft, Schutzdauer, Rechte des Urhebers, Schranken des Urheberrechts, verwandte Schutzrechte, Rechtsfolgen bei Verletzung des Urheberrechts, Durchsetzung des Urheberrechts)

Klausur

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overheadprojektion / Beamer

Ahrens: Gewerblicher Rechtsschutz, in der jeweils aktuellen Auflage

Lieber / Zimmermann: Die einstweilige Verfügung im Gewerblichen Rechtsschutz, in der jeweils aktuellen Auflage

Eisenmann: Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht: Mit Fällen und Lösungen, in der jeweils aktuellen Auflage

Groß: Mediation im Gewerblichen Rechtsschutz, in der jeweils aktuellen Auflage

Mächtel / Urich / Förster: Geistiges Eigentum: Vorschriftensammlung zum gewerblichen Rechtsschutz, Urheberrecht und Wettbewerbsrecht, in der jeweils aktuellen Auflage

Rademacher: Urheberrecht und Gewerblicher Rechtsschutz im Internet, in der jeweils aktuellen Auflage

Hinweis

Modul 215011

Prüfungsnummern 215011-1

Kognitions-, Lern- und Neuropsychologie

Studiengang	B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Kognitions-, Lern- und Neuropsychologie
Englische	
Modulbezeichnung	
Kurztitel	KLNpsychol
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. Daniela Aidley
Dozent*in	Prof. Dr. Daniela Aidley
Sprache	englisch
Lehrform	Vorlesung und Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	5
Empfohlene	Modul 10006: Einführung in die Allgemeine Psychologie
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich Kognitiven Psychologie zu erklären und zu präsentieren, und bereits vorhandenes Wissen aus dem Bereich der Sozial- und Persönlichkeitspsychologie zu ergänzen. Sie können kognitionspsychologische Kenntnisse als Grundlage zum Verständnis von Prozessen der Informationsaufnahme und -verarbeitung darstellen und diskutieren. Die Studierenden sind in der Lage, aus den erworbenen Kenntnissen Handlungsempfehlungen für die Praxis ableiten.
Inhalt	Grundlagen der Kognitionspsychologie: • Aufmerksamkeit und Wahrnehmung • Lernen, Gedächtnis und Vergessen

- Sprache: Verständnis und Produktion
- Problemlösung und Urteilen
- Bewusstsein
- Kognition und Emotion

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur
Hinweis

Klausur

Beamer, Tafelarbeit, Skript
Skript, begleitende Artikel

3. Semester

Modul 215010

Prüfungsnummern 215010-1

Methodenlehre III

Studiengang B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht Pflichtfach
Modulbezeichnung Methodenlehre III
Englische Modulbezeichnung
Kurztitel MethodIII
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. Michael von Thaden
Dozent*in
Sprache deutsch
Lehrform

Prof. Dr. Michael von Thaden

6 SWS, 2 SWS Vorlesung, 4 SWS Übung

SWS 6 SWS
Arbeitsaufwand 210
Präsenzstudium 90
Eigenstudium 120
Kreditpunkte 7

Empfohlene Vorkenntnisse

	Methodenlehre I und II
--	-------------------------------

Voraussetzungen keine
Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden sind nach Bestehen der Veranstaltung in der Lage multivariate Analyseverfahren und verschiedene Methoden des maschinellen Lernens mittels der Software R anzuwenden

Inhalt

Es werden multivariate Analyseverfahren und spezielle Methoden des maschinellen Lernens vermittelt. Die freie Programmiersprache R wird hierbei genutzt, um die verschiedenen

Stand: 16.01.2026

Methoden zu illustrieren. Die Studierenden nutzen R auch eigenständig, um spezifische Fragestellungen zu lösen

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur

Tafel und andere Präsentationstechniken PC-Labor

- Bortz, J., Schuster, C., Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler, 7.Auflage, Springer-Verlag (2010).
- Devore, J.L., Berk, K.N., Modern Mathematical Statistics with Applications, 2nd ed., Springer (2012).
- Lantz, B., Machine Learning with R, 3rd edition, Packt Publishing (2019)
- Chapple, M., Nwanganga, F., Practical Machine Learning in R, 1st edition, Wiley (2020)
- Skript zur Veranstaltung

Hinweis

Modul 3913

Prüfungsnummern 3913

Human-Computer Interaction

Studiengang B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht Schwerpunkt
Modulbezeichnung Human-Computer Interaction
Englische Human-Computer Intera
Modulbezeichnung
Kurztitel Human-Computer Interaction
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.

Prüfungsleistung ist entweder eine Hausarbeit im Umfang von 10 bis 40 Seiten und ggf. in Verbindung mit einer Präsentation oder eine Klausur im Umfang von 60 bis 120 Minuten

Modulverantwortung Prof. Dr. Daniela Aidley
Dozent*in Prof. Dr. Dirk Johannßen
Sprache deutsch

Lehrform Vorlesung, Übung / 4 SWS

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 180

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 120

Kreditpunkte 6

Empfohlene keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden erhalten einen Einblick in den Entwicklungs-, Gestaltungs- und Beurteilungsprozess der Mensch-Computer-Schnittstellen. Sie entwickeln ein Verständnis dafür, welche Anforderungen an HCI unter Berücksichtigung technologischer Prinzipien (z.B. Datenstrukturen und Algorithmen), Usability (z.B. Barrierefreiheit und Design) sowie menschlicher Wahrnehmung, Motorik und Kognition (z.B. Emotionen, Informationsverarbeitung) abgeleitet werden.

Studenten erwerben erste Kenntnisse, wie diese Anforderungen in Technologie, Design und Entwicklung umgesetzt, und auf ihre Zweckmäßigkeit und Benutzerfreundlichkeit evaluiert werden können.

Inhalt

- Methodische Grundlagen des HCI-Designs
- Usability und Interface Testing
- Grundlagen Barrierefreiheit und Universal Design
- UX-Design-Prinzipien
- Motorik und Wahrnehmung
- Mentale Modelle, Fehlerbehandlung und Feedbackprozesse

Studienleistung

Prüfungsleistung

Klausur
Hausarbeit
Präsentation

Medienformen

Literatur

Beamer / Overhead/ Tafelarbeit/ Skript/DV-Labor

- Rodgers, Y., Sharp, H., & Preece, J. (2019). Interaction design: Beyond human-computer interaction.
- Butz, A., & Krüger, A. (2017). *Mensch-Maschine-Interaktion*. De Gruyter Oldenbourg.
- Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

3. Semester

Modul 10545-3914

Prüfungsnummern 3914

Grundlagen der Informatik (P)

Studiengang	B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Grundlagen der Informatik (P)
Englische	
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Grundlagen der Informatik (P)
Semesterinfo	3. Semester Bachelorstudiengang MuT, Pflichtmodul, PO 2019 (Technische Grundlagen 1)
	Bachelorstudiengang UGS, Pflichtmodul, PO 2018
Modulverantwortung	
Dozent*in	
Sprache	deutsch
Lehrform	
SWS	6 SWS
Arbeitsaufwand	
Präsenzstudium	
Eigenstudium	
Kreditpunkte	7
Empfohlene	
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	
Lernziele / Kompetenzen	
Inhalt	
Studienleistung	
Prüfungsleistung	
Medienformen	
Literatur	
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 10628

Prüfungsnummern 10628-1

KI in der Psychologie

Studiengang	B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	KI in der Psychologie
Englische	AI in Psychology
Modulbezeichnung	
Kurztitel	KIP
Semesterinfo	3. Semester
Modulverantwortung	
Dozent*in	
Sprache	
Lehrform	
SWS	SWS
Arbeitsaufwand	
Präsenzstudium	
Eigenstudium	
Kreditpunkte	6
Empfohlene	
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	
Lernziele / Kompetenzen	
Inhalt	
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Klausur
Medienformen	
Literatur	
Hinweis	

4. Semester

Modul 10052-9996

Prüfungsnummern

9994
9995
9996

Praxissemester

Studiengang

B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht

Pflichtfach

Modulbezeichnung

Praxissemester

Englische

Praxissemester

Modulbezeichnung

Kurztitel

PraxSemWip

Semesterinfo

4. Semester

Pfungsleistung: 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 im Sommersemester statt.

Prof. Dr. Ralf Kesten

Modulverantwortung

Dozent*in

Sprache

deutsch

Lehrform

Praktikum (20 Wochen); 4 Std. Präsenzzeit

SWS

0 SWS

Arbeitsaufwand

Präsenzstudium

Eigenstudium

Kreditpunkte

30

Empfohlene

keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen

<p>1. Teilnahme an der Veranstaltung „Vorbereitung des Praxissemesters“, § 9 PO <p>2. 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, § 9 PO </td></tr></tbody></table>

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, 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 „Praxissemesternachbereitung“)

B. 20 Wochen praktische Tätigkeit in einem Praktikumsbetrieb

C. Praxissemesternachbereitung

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 „Praxissemesternachbereitung“ 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 10563-5045

Prüfungsnummern 211044-1

Markenführung II

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht Schwerpunkt
Modulbezeichnung Markenführung II

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

Semesterinfo

Marke II

5. Semester

Im WS 21_22 ausnahmsweise geöffnet für den SP DLM.

Im WS 23_24 geöffnet für den SP E&F.

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 180

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 120

Kreditpunkte 6

Empfohlene <table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Einführung Marketing / Tourismusmarketing, Konsumentenforschung / empirische Sozialforschung/Markenführung I </td> </tr> </tbody> </table>

Vorkenntnisse

Voraussetzungen

keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, das individuelle Erfolgsmuster einer Marke zu identifizieren und es 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).

Inhalt

Identitätsorientierte Markenanalyse, Markentechnik, Einsatz markensoziologischer Methodik, Erfolgsfaktoren der Markenführung, Selbstähnliche Kommunikationsstrategien, Grundlagen digitale Markenführung

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Literatur

Klausur

Beamer, Tafelarbeit

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., Armbrecht, 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 selbstständlichen-*
Markenführung. Pfäffikon.

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

Zernisch, Peter. *Markenglauben managen.* Viley.

Hinweis

5. Semester

Modul 10053-5911

Prüfungsnummern 5911

Werbepsychologie

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Werbepsychologie

Englische Werbepsych.

Modulbezeichnung

Kurztitel WerbePsy

Semesterinfo 5. Semester
Pflichtmodul im SP M&V

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 deutsch

Lehrform Vorlesung inkl. Übungsanteil

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 180

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 120

Kreditpunkte 6

Empfohlene keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, verschiedene Methoden im Bereich der Werbepsychologie anzuwenden. Sie können psychologisches Theoriewissen nutzen, um werbepsychologische Phänomene (z. B. virale Effekte, Humor in der Werbung) zu erklären und Handlungsempfehlungen für die Praxis abzuleiten.

Inhalt

- Konsumentenreaktion auf Produkte und Marken
- Interaktion zwischen Verkäufer und Kunde
- Werbegestaltung

Stand: 16.01.2026

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Präsentation

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Skript

Felser, G. *Werbe- und Konsumentenpsychologie*. Wiesbaden: Spektrum Akademischer Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Mayer, H.O. *Einführung in die Wahrnehmungs-, Lern- und Werbepsychologie*, München: Oldenbourg Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

5. Semester

Modul 10543-5526

Prüfungsnummern 5526

Handelsmanagement

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17

Teilnahmepflicht Schwerpunkt
Modulbezeichnung Handelsmanagement

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

Semesterinfo

HaMa

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.

Bis SS 2022 Wahlmodul im SP E-Commerce im Stg. WiR

Das Modul ist im SoSe 2024 für den SP E&F geöffnet.

Modulverantwortung

Dozent*in

Prof. Dr. Stefano Di Pietro

Prof. Dr. Stefano Di Pietro

Sprache

deutsch

Lehrform

Vorlesung mit interaktiven Elementen, Bearbeitung von Fallbeispielen

SWS

4 SWS

Arbeitsaufwand

180

Präsenzstudium

60

Eigenstudium

120

Kreditpunkte

6

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

Stand: 16.01.2026

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

Handelsketten

Umsatzprozess (Beschaffung, Lagerung, Absatz)

Produktionsfaktoren

Standort

Online Handel

Produktpolitik

Handelsmarken

Preisbildung

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Klausur

Overhead / 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.

Knoblich, 1987. Handel. Arbeitsbuch zur Vorlesung Handelsbetriebslehre.

Hinweis

5. Semester

Modul 10059-5923

Prüfungsnummern 5923

Personalentwicklung

Studiengang

B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht

Schwerpunkt

Modulbezeichnung

Personalentwicklung

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

Persentw

Semesterinfo

5. Semester

Entwicklung und Durchführung von Trainingsbausteinen

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. Tim Warszta

Dozent*in

Prof. Dr. Tim Warszta

Sprache

deutsch

Lehrform

Vorlesung /Übung

SWS

4 SWS

Arbeitsaufwand

180

Präsenzstudium

60

Eigenstudium

120

Kreditpunkte

6

Empfohlene

Vorkenntnisse

<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Die Teilnahme an den Veranstaltungen Einführung in die Personal- und Organisationspsychologie sowie Arbeits- und Organisationspsychologie. </td> </tr> </tbody> </table>

Voraussetzungen

keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden können Konzepte, Untersuchungsergebnisse und praktischen Vorgehensweisen in der Personalentwicklung analysieren. Sie erhalten die Fähigkeit psychologisches Theoriewissen zu bewerten und in der personalpsychologischen Praxis anzuwenden. Die Veranstaltung besteht aus einer Vorlesung und einem Train-the-Trainer-Seminar. In der Vorlesung werden Handlungsfelder der strategischen und operativen Personalentwicklung diskutiert. In

Inhalt

Stand: 16.01.2026

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

dem Train-the-Trainer-Seminar konzipieren die Studierenden Trainingsbausteine und führen diese mit der Gruppe durch.

Klausur

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Skript

Krämer, M. *Grundlagen und Praxis der Personalentwicklung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. in der jeweils aktuellen Auflage.

Wegerich, C. *Strategische Personalentwicklung in der Praxis*. Weinheim: Wiley. in der jeweils aktuellen Auflage.

Noe, R. A. *Employee Training and Development*. New York: McGraw-Hill. in der jeweils aktuellen Auflage.

Cunningham, I./ Dawes, G./ Bennett, B. *The Handbook of Work Bases Learning*. Surrey: Ashgate. in der jeweils aktuellen Auflage.

Domsch, M. E./ Ladwig, D. E. *Fachlaufbahnen: alternative Karrierewege für Spezialisten schaffen*. Köln: Luchterhand. in der jeweils aktuellen Auflage.

Schuler, H./ Kanning, U.P. *Lehrbuch der Personalpsychologie*. Göttingen: Hogrefe. in der jeweils aktuellen Auflage.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

5. Semester

Modul 10146-5074

Prüfungsnummern 5074

Softwareengineering

Studiengang

B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.Sc. Management und Technik/China PO-Version 18
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht

Schwerpunkt

Modulbezeichnung

Softwareengineering

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

SWEngin.

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 / Übung

SWS

4 SWS

Arbeitsaufwand

150

Präsenzstudium

60

Eigenstudium

90

Kreditpunkte

6

Empfohlene

Vorkenntnisse

<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Programmierkenntnisse </td> </tr> </tbody> </table>

Voraussetzungen

<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>keine </td> </tr> </tbody> </table>

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen

- Qualitätskriterien für Software
- 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

Inhalt

• Aufbereitung und Präsentation eines eigenen Themas
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 Medienformen

Klausur

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

5. Semester

Modul 10469-5036

Prüfungsnummern 5036

Strategisches Management

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Elektro-/Inform.technik E/I (Version 17) B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Strategisches Management
Englische	StratMan
Modulbezeichnung	
Kurztitel	StratMan
Semesterinfo	5. Semester Das Modul ist ab WS 2020-21 nicht mehr für den Studiengang BWL geöffnet 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. Sabrina Seeler
Dozent*in	Dr. Sabrina Seeler
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung mit Übungen
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	6
Empfohlene	keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Kompetenzen zur situationsadäquaten Analyse und Beurteilung von Rahmenbedingungen des Unternehmens. Sie erwerben Fähigkeiten, die Problemstellungen des strategischen Managements auf der Grundlage theoretischer Ansätze in ihren einzelnen Aspekten zu analysieren und

einen Strategieentwicklungsprozess zu durchlaufen. Dazu zählt das Kennenlernen der relevanten Literatur einschließlich kritischer Reflexion, Identifikation der Kernprobleme des strategischen Managements und Transfer von Lösungsmöglichkeiten auf ausgewählte Problemstellungen. Darüber hinaus lernen sie geeignete Instrumentarien zur Analyse und Bewertung unternehmensrelevanter Rahmenbedingungen kennen und anwenden (z.B. Markt-, Umfeld-, Unternehmensanalysen, SWOT- und Portfolio-Analysen). Im Bereich der Sozial- und Selbstkompetenz lernen sie Kommunikation, Teamwork, Präsentationsfähigkeiten, Moderation, verbessern ihre Diskursfähigkeit; Aneignung und Verbesserung von Arbeitstechniken.

Inhalt

Die Lehrveranstaltung fokussiert den strategischen Planungsprozess. Im Einzelnen umgreift die Lehrveranstaltung folgende Themenbereiche: Markt, Umfeld-, Unternehmensanalysen, SWOT- und Portfolio-Analysen; Strategieformulierung, -implementierung und -evaluation. Die theoretischen Ansätze werden ergänzend in Form von (Unternehmens-)Fallbeispielen analysiert und reflektiert.

Studienleistung Prüfungsleistung

Klausur
Hausarbeit
Präsentation

Medienformen

Beamer / Tafel / Script / T-Fis

Literatur

Bea/ Haas, Strategisches Management, UTB. in der jeweils aktuellen Auflage Hinterhuber, Strategische Unternehmensführung - Das Gesamtmodell für nachhaltige Wertsteigerung, ESV. in der jeweils aktuellen Auflage Welge/ Al-Laham, Strategisches Management - Grundlagen, Prozess, Implementierung, Springer. in der jeweils aktuellen Auflage Reisinger/ Gattringer/ Strehl, Strategisches Management - Grundlagen für Studium und Praxis, Pearson. in der jeweils aktuellen Auflage Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

5. Semester

Modul 10141-5073

Prüfungsnummern 5073

Datenbanken

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik/China PO-Version 18 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Datenbanken
Englische Modulbezeichnung	Data Bases
Kurztitel	Datenbanken
Semesterinfo	5. Semester Ab WS 22/23 im Stg. ITM BA nicht mehr für den SP Digitalisierung im Tourismus geöffnet 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. <i>Bis SS 2022 Wahlmodul im SP E-Commerce im Stg. WiR</i>
Modulverantwortung	Prof. Dr. Christoph Blaue
Dozent*in	Prof. Dr. Christoph Blaue
Sprache	deutsch; englisch
Lehrform	Vorlesung / Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	6
Empfohlene Vorkenntnisse	Programmierkenntnisse
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden können folgende Tätigkeiten selbständig ausführen:

Stand: 16.01.2026

- 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

1. Einführung in die Welt der Datenbanken und mathematische Grundlagen
2. Anwendungsarchitektur von Datenbank Anwendungen
3. SQL
4. Funktionale Abhängigkeiten und Normalisierung
5. Prozeduren und Trigger
6. 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

Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Hinweis

5. Semester

Modul 10369-5035

Prüfungsnummern 5035

Diversity Management

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Diversity Management

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel DivManagem

Semesterinfo 5. Semester

Gruppengröße max. 20

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.

Im WS 23_24 letztmalig geöffnet für SP Personalmanagement. Ab WS 24_25 nicht mehr geöffnet für den SP Personalmanagement

Modulverantwortung Prof. Dr. Daniela Aidley

Dozent*in

Sprache deutsch

Lehrform

SWS 2 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 30

Eigenstudium 120

Kreditpunkte 6

Empfohlene keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Prof. Dr. Daniela Aidley

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

Hausarbeit (15-25 Seiten)

Tafel / Beamer

Skript; Individuelle Artikel für Veranstaltungen

Hinweis

5. Semester

Modul 10342-3922

Prüfungsnummern 3922

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Studiengang

B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht

Schwerpunkt

Modulbezeichnung

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Englische

BGM

Modulbezeichnung

Kurztitel

BGM

Semesterinfo

5. Semester

Im WS 21_22 ausnahmsweise geöffnet für den SP DLM

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. Susanne Liebermann

Sprache

deutsch

Lehrform

Vorlesung (inkl. Übung)

SWS

4 SWS

Arbeitsaufwand

150

Präsenzstudium

90

Eigenstudium

60

Kreditpunkte

6

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 menschenrechtliche Arbeitsgestaltung, Konfliktmediation am Arbeitsplatz, Implementierung eines ganzheitlichen betrieblichen Gesund-

heitsmanagements, Gefährdungsbeurteilung am Arbeitsplatz, Gesundes Führen.

Studienleistung
Prüfungsleistung

Klausur
Hausarbeit
mündliche Prüfung
klausurähnliche Computeranwendung
Referat
Projektarbeit

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., Blicke, 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

5. Semester

Modul 10049-5034

Prüfungsnummern 5034

Personalmarke. u.-auswahl

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Personalmarke. u.-auswahl
Englische Modulbezeichnung	
Kurztitel	Perso/ausw
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. Tim Warszta
Dozent*in	Prof. Dr. Tim Warszta B.A. Jan Westensee
Sprache	deutsch

Lehrform	Vorlesung / Übung
-----------------	-------------------

SWS	4 SWS
------------	-------

Arbeitsaufwand	180
-----------------------	-----

Präsenzstudium	60
-----------------------	----

Eigenstudium	120
---------------------	-----

Kreditpunkte	6
---------------------	---

Empfohlene	keine
-------------------	-------

Vorkenntnisse	
----------------------	--

Voraussetzungen	keine
------------------------	-------

Lernziele / Kompetenzen	
--------------------------------	--

Die Studierenden sind nach der Belegung des Moduls in der Lage Konzepte, Untersuchungsergebnisse und praktische Vorgehensweisen der Personalpsychologie, insbesondere in den Bereichen Personalauswahl und Personalmarketing anzuwenden. Die Studierenden können verschiedene Methoden im Bereich Personalauswahl

gegenüberstellen und psychologisches Theoriewissen in der Praxis der Personalrekrutierung anwenden.

Inhalt

Vorlesung:

- Personalmarketing
- Personalauswahl

Übung (Personalauswahltraining):

- Interviewertraining
- Assessment Center Beobachter-schulung

Entwicklung, Durchführung und Auswertung von Fragebogen- und Testverfahren

Studienleistung Prüfungsleistung Medienformen Literatur

Klausur

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Skript

Berndt, C./ Wierzchowski, B. *Bewerberinterviews mit der VeSiEr-Methode: Wie Sie systematisch Kompetenzen erkennen und bewerten*. Freiburg: Haufe. in der jeweils aktuellen Auflage.

Schuler, H./ Kanning, U.P. *Lehrbuch der Personalpsychologie*. Göttingen: Hogrefe. in der jeweils aktuellen Auflage.

Schuler, H. *Das Einstellungsinterview*. Göttingen: Hogrefe. in der jeweils aktuellen Auflage.

Felser, G. *Personalmarketing*. Göttingen: Hogrefe in der jeweils aktuellen Auflage.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Hinweis

5. Semester

Modul 5335

Prüfungsnummern 5335

Diversity Management (E)

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Diversity Management (E)
Englische Modulbezeichnung	
Kurztitel	DivMan(E)
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	
Dozent*in	Prof. Dr. Daniela Aidley
Sprache	deutsch
Lehrform	
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	150
Kreditpunkte	6
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
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
Tafel / Beamer
Skript; Individuelle Artikel für Veranstaltungen

5. Semester

Modul 10057-5031

Prüfungsnummern 5031

Strat.u.operativMarketing

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Strat.u.operativMarketing
Englische Modulbezeichnung	
Kurztitel	Strat.opMa
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	Im WS 23_24 geöffnet für den SP E&F
Dozent*in	Prof. Dr. Stefano Di Pietro Prof. Dr. Stefano Di Pietro
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung mit interaktiven Elementen, Bearbeitung von Fallbeispielen
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	6
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	

Die Studierenden erlangen vertiefte Fachkenntnisse im strategischen und operativen Marketingbereich zur Lösung spezifischer Marketingmanagement-Probleme.

Stand: 16.01.2026

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 dahingehend 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

Overhead / 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

5. Semester

Modul 10134-5033

Prüfungsnummern 5033

Hauptseminar Personalwirtschaft

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Hauptseminar Personalwirtschaft
Englische	
Modulbezeichnung	
Kurztitel	HS Persw.
Semesterinfo	5. Semester Letztmalig im WS 20/21 für den SP Dienstleistungsmanagement geöffnet. 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. Im WS 23_24 letztmalig geöffnet für SP Personalmanagement. Ab WS 24_25 nicht mehr geöffnet für den SP Personalmanagement
Modulverantwortung	Prof. Dr. Susanne Liebermann
Dozent*in	
Sprache	deutsch
Lehrform	Seminar: davon ca. 30% interaktives Lehrgespräch; 30% betreutes Arbeiten; 40% studentische Präsentationen
SWS	2 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	30
Eigenstudium	150
Kreditpunkte	6
Empfohlene	
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	

Stand: 16.01.2026

Die Studierenden wenden ihre erworbenen Personalmanagementkenntnisse 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 und aktuelle Entwicklungen im Personalmanagement

Studienleistung

Prüfungsleistung

Medienformen

Hausarbeit + Präsentation

Overhead / Tafelbild / Video / Beamer

Literatur

Themenspezifisch Literaturhinweise werden themenspezifisch in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

5. Semester

Modul 10044-3002

Prüfungsnummern 3002

Volkswirtschaftslehre

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Immobilienwirtschaft Immo PO-Version 18 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Management und Technik/China PO-Version 18 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Volkswirtschaftslehre
Englische Modulbezeichnung	
Kurztitel	VWL
Semesterinfo	5. Semester nur Triales Modell Bank + Steuern 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	keine
Vorkenntnisse	
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 Standpunkte 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

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

5. Semester

Modul 10626-5921

Prüfungsnummern 5921

Arbeits- u. Orgapsy

Studiengang	B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Arbeits- u. Orgapsy
Englische Modulbezeichnung	
Kurztitel	ArbOrgaPsy
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. Tim Warszta
Dozent*in	Prof. Dr. Tim Warszta
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung / Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	6
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden können nach Belegung dieses Moduls Konzepte und Untersuchungsergebnisse aus der Arbeits- und Organisationspsychologie bewerten und für praktische Fragestellungen adaptieren. Sie sind in der Lage wissenschaftliche Studien aus dem Bereich der Arbeits- und Organisationspsychologie zu diskutieren. Das Modul besteht aus einer Vorlesung und einer Übung. In der Vorlesung werden Anwendungsfelder der Wirtschaftspsychologie aus den Bereichen Arbeits- und Organisationspsychologie vorgestellt. Die Inhalte der Vorlesung werden in der Übung in Form von vorgestellten Studien vertieft. Hier erarbeiten die Studierenden selbständig wissenschaftliche Studien und präsentieren sie der Gruppe.
Inhalt	
Studienleistung	

Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Klausur

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Skript

Nerdinger, W./ Blickle, G./ Schaper, N. Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin: Springer Verlag. in der jeweils aktuellen Auflage

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

5. Semester

Modul 10055-5901

Prüfungsnummern 5901

Praxisbezogenes Fallstudienseminar I

Studiengang	B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Praxisbezogenes Fallstudienseminar I
Englische Modulbezeichnung	Praxbez.Fstudsemi I M&V
Kurztitel	FallSe1M+V
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. Tim Warszta
Dozent*in	Prof. Dr. Tim Warszta
Sprache	deutsch
Lehrform	Praxis-Projekt
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	210
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	150
Kreditpunkte	7
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sind nach erfolgreichem Bestehen des Moduls in der Lage Konzepte für die Lösung praktischer Fragestellungen auf Basis vertiefter Erkenntnisse der Konsumentenpsychologie zu entwickeln. Praxisbezogenes Fallstudienseminar Sie können wirtschaftspsychologische Aufgabenstellungen analysieren, Lösungen konzipieren und diese in konkrete Maßnahmen ableiten.
Inhalt	Seminar: Projektspezifische Teilthemen gemäß spezieller Inhalte der Fallstudie.

Fallstudienseminar: Projektspezifisch: Anhand konkreter Fälle wird eine Aufgabenstellung erarbeitet und gelöst. Die Lösung wird dokumentiert und präsentiert.
Vermittlung von spezifischen Kenntnissen im Bereich Marketing & Vertrieb,
Verarbeitung und Vertiefung des Lehrstoffes in theoretischer und praktischer Anwendung.

Studienleistung
Prüfungsleistung

Hausarbeit (Umfang 10 bis 40 Seiten, ggf. in Verbindung mit einer Präsentation)

Medienformen

Beamer / Tafelarbeit / Skript / Pinnwand etc

Literatur

Meyer, H./Reher, H. Projektmanagement, Wiesbaden: Springer.
in der jeweils aktuellen Auflage.
Projektspezifische Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

5. Semester

Modul 10054-5900

Prüfungsnummern 5900

English for Business Psychology II

Studiengang

B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22

Teilnahmepflicht

Pflichtfach

Modulbezeichnung

English for Business Psychology II

Englische

Engl f.BusPsycho II

Modulbezeichnung

Kurztitel

Engl.PsyII

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

Ciara Colgan

Dozent*in

David Carolan

Ms Ciara Colgan-Buchenau

Elisabeth Petersen

Sprache

englisch

Lehrform

Vorlesung / Übung (max. 20 Studierende)

SWS

4 SWS

Arbeitsaufwand

150

Präsenzstudium

60

Eigenstudium

90

Kreditpunkte

6

Empfohlene

Vorkenntnisse

<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Successful completion of Business English for Psychology I and mandatory attendance </p> </td> </tr> </tbody> </table>

Voraussetzungen

keine

Lernziele / Kompetenzen

This course is designed to meet the needs of students who have passed the mandatory course in English and who intend to actively use English in their business career. The material offered covers a range of business topics at an advanced level, which will help students to perfect their written and oral communication skills. The emphasis will be on presentation skills.

Inhalt

Possible topics such as: communication, challenges of digitalisation, new trends and strategies in international marketing, management styles, building relationships, the psychology of

success, remote working as well as current business issues. The course will concentrate particularly on presentation skills and students will give a presentation on a business psychology topic.

Studienleistung
Prüfungsleistung

Klausur
Präsentation

Medienformen

Use of various media

Literatur

Textbook: Market Leader Upper-Intermediate latest edition
ISBN: 978-1-408-23709-0
As well as an English/English or English/German German/English dictionary

Hinweis

5. Semester

Modul 10060-5902

Prüfungsnummern 5902

Praxbez.Fstudsemi I P&O

Studiengang	B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Praxbez.Fstudsemi I P&O
Englische Modulbezeichnung	Praxbez.Fstudsemi I P&O
Kurztitel	FallSe1P&O
Semesterinfo	5. Semester
Modulverantwortung	Prof. Dr. Tim Warszta
Dozent*in	Prof. Dr. Tim Warszta
Sprache	deutsch
Lehrform	Praxis-Projekt
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	210
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	150
Kreditpunkte	7
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erlernen, wie Sie mithilfe wirtschaftspsychologischer Theorien und Methoden Fragestellungen aus der Wirtschaft oder der angewandten Forschung (z. B. in Kooperation mit dem Westküsteninstitut für Personalmanagement) beantworten. Ziel ist das Erlangen von Handlungskompetenz durch Anwendung der wirtschaftspsychologischen Methodik in realen Projekten. Insbesondere werden hierbei Projektmanagementfähigkeiten, Kommunikation und Selbstlernkompetenzen entwickelt. Die Studierenden sind zudem nach erfolgreichem Bestehen des Moduls in der Lage vertiefte, spezifische Kenntnisse im Bereich der Personal- und Organisationspsychologie, analog zum Thema des Fallstudienseminars anzuwenden. Sie wählen dafür adäquate Theorien und Methoden aus, begründen ihre Wahl und sind in der Lage diese auf die Fragestellung anzuwenden.
Inhalt	Es erfolgt eine Einführung ins Projektmanagement. Die weiteren Inhalte sind projektspezifisch. Anhand konkreter Fälle wird eine

Aufgabenstellung erarbeitet und gelöst, die Lösung wird dokumentiert und präsentiert. Vermittelt werden insbesondere spezifische Kenntnisse im Bereich Personal & Organisation. Die Verarbeitung und Vertiefung des Lehrstoffes erfolgt in theoretischer und praktischer Anwendung.

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur

Hausarbeit + Präsentation
Beamer / Tafelarbeit / Skript / Pinnwand etc
Projektspezifische Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

5. Semester

Modul 215012

Prüfungsnummern 215012-1

Entwicklungspsychologie

Studiengang	B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Entwicklungspsychologie
Englische	Entwicklungspsychologie
Modulbezeichnung	
Kurztitel	EntwikPsy
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.

Prüfungsleistung ist entweder eine Hausarbeit im Umfang von 10 bis 40 Seiten und ggf. in Verbindung mit einer Präsentation oder eine Klausur im Umfang von 60 bis 120 Minuten

Modulverantwortung	Prof. Dr. Daniela Aidley
Dozent*in	Prof. Dr. Daniela Aidley
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung, Übung / 4 SWS
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	5
Empfohlene	keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	

Die Studierenden können Fachwissen aus wissenschaftlich fundierten Urteilen zu speziellen Fragestellungen der Entwicklungspsychologie ableiten. Sie entwickeln ein Verständnis dafür, wie entwicklungspsychologische Befunde erklärt und interpretiert werden können und welchen Beitrag verschiedene entwicklungspsychologische Theorien dazu leisten. Sie können Erklärungshypothesen für entwicklungspsychologische Sachverhalte entwickeln und daraus prüfbare Vorhersagen ableiten. Sie erwerben die Fähigkeit, die Aussagekraft einer empirischen

	Untersuchung zu entwicklungspsychologischen Fragestellungen zu beurteilen
Inhalt	• Grundbegriffe, Theorien und Methoden der Entwicklungspsychologie • Körperliche Entwicklung, kognitive Entwicklung, Piaget, Informationsverarbeitung, Bindungstheorien, psychosoziale Entwicklung, Moral • Grundlegende Forschungsansätze und -ergebnisse aus ausgewählten Funktions- und Altersbereichen sowie Entwicklungskontexten • Pränatale Entwicklung • Säuglings- und Kleinkindalter • Frühe und mittlere Kindheit • Jugendalter • Frühes, mittleres und spätes Erwachsenenalter Lebensende
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Klausur Hausarbeit Präsentation
Medienformen	Beamer / Overhead/ Tafelarbeit/ Skript
Literatur	• Laura E. Berk: Entwicklungspsychologie; 2020 • Martin Pinguat, Gudrun Schwarzer, Peter Zimmermann: Entwicklungspsychologie; Kindes- und Jugendalter; 2019 • Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Hinweis	

5. Semester

Modul 10576-5930

Prüfungsnummern 5930

Data Science Wipsy

Studiengang	B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Data Science Wipsy
Englische	Data Science Wipsy
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Data Science Wipsy
Semesterinfo	5. Semester Pflichtmodul im Schwerpunkt: Digitales Interaktionsdesign & Data Science! 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. Prüfungsleistung ist entweder eine Hausarbeit im Umfang von 10 bis 40 Seiten und ggf. in Verbindung mit einer Präsentation oder eine Klausur im Umfang von 60 bis 120 Minuten.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Daniela Aidley
Dozent*in	Prof. Dr. Daniela Aidley
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung, Übung / 4 SWS
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	6
Empfohlene	keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Studierende erwerben ein Verständnis für die Grundlagen von Datenstrukturen und -verarbeitungsprozessen. Sie werden in die Lage versetzt, adäquate Instrumente für die Datenerhebung zu identifizieren, um Daten derart zu erheben, dass psychologische und ökonomische Fragestellungen angemessen beantwortet werden können. Studierende gewinnen dabei Einblicke in Methoden der

Datenanalyse und -bearbeitung sowie Möglichkeiten und Limitationen von Datenmodellierung. Darüber hinaus lernen Studierende, Daten für effektive und verständliche Kommunikation angemessen zu visualisieren

Inhalt

- Datenerhebung und -bereinigung
- Datentypen und -strukturen
- Daten sortieren und gewichten
- Wahrscheinlichkeit und Zufall
- Datenvisualisierung
- Modellierung von Daten
- Programmierung in R und/oder Python

Studienleistung

Prüfungsleistung

Klausur
Hausarbeit
Präsentation

Medienformen

Beamer / Overhead/ Tafelarbeit/ Skript/DV-Labor

Literatur

- Skiena, S. S. (2017). *The data science design manual*. Springer.
- Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

5. Semester

Modul 5903

Prüfungsnummern 5903

Praxbez.Fstudsemi I D&D

Studiengang	B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Praxbez.Fstudsemi I D&D
Englische	Praxbez.Fstudsemi I D&D
Modulbezeichnung	
Kurztitel	FallSe1D&D
Semesterinfo	5. Semester
Modulverantwortung	
Dozent*in	
Sprache	deutsch
Lehrform	
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	
Präsenzstudium	
Eigenstudium	
Kreditpunkte	7
Empfohlene	
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	
Lernziele / Kompetenzen	
Inhalt	
Studienleistung	
Prüfungsleistung	
Medienformen	
Literatur	
Hinweis	

6. Semester

Modul 6041

Prüfungsnummern 6041

Intern Mark Man

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Elektro-/Inform.technik E/I (Version 17) B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Intern Mark Man
Englische	Intern Mark Man
Modulbezeichnung	
Kurztitel	IntMarkMan
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 10229-6045

Prüfungsnummern 6045

Suchmaschinenmarketing

Studiengang

B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17

Teilnahmepflicht

Schwerpunkt

Modulbezeichnung

Suchmaschinenmarketing

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

SuchMaMark

Semesterinfo

6. Semester

Prüfungsleistung: Erstellung eines schriftlichen Reports sowie eine Abschlusspräsentation zum Verlauf und Erfolg der jeweiligen Kampagne

Aktive Mitarbeit bei Gruppenaufgaben; kontinuierliche Optimierung der Google Ads-Kampagnen auch außerhalb der Vorlesungszeiten; kritische und intensive Vor- und Nachbereitung des vermittelten Stoffes sowie die kritische Auseinandersetzung und Reflektion dessen.

Hinweis Stg. BWL TM: Ab SS 2022 nicht mehr geöffnet für den SP Marketing im Stg. BWL

Hinweis für Stg. ITM: Ab SS 2022 nicht mehr geöffnet für den SP Marketing im Stg. ITM.

Nur dann als Wahlmodul BWL wählbar, wenn das Modul noch nicht als Wahlmodul ITM gewählt wurde. Das Modul kann demnach nur einmal gewählt werden!

Das Modul wurde einmalig im WS 20/21 für das 5. Sem. im Stg. ITM geöffnet.

Das Modul ist ausnahmsweise im SoSe 2022 für den Schwerpunkt Dienstleistungsmanagement geöffnet.

Das Modul ist an der Laufzeit des jeweiligen Semesters orientiert und startet mit dem kommunizierten Vorlesungsbeginn und

Stand: 16.01.2026

endet entsprechend mit dem kommunizierten Vorlesungsende.
Das Modul wird im Sommersemester angeboten.

Bis SS 2023 Wahlmodul im SP E-Commerce im Stg. WiR

Modulverantwortung
Dozent*in
Sprache
Lehrform
SWS
Arbeitsaufwand
 Präsenzstudium
 Eigenstudium
Kreditpunkte
Empfohlene
Vorkenntnisse
Voraussetzungen
Lernziele / Kompetenzen

Prof. Dr. Eric Horster

David Schlee

deutsch

Seminar

4 SWS

180

60

120

6

keine

keine

Die Studierenden lernen, zwischen Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenwerbung zu differenzieren. Sie planen eigenständig sowie unter Anleitung Google Ads-Kampagnen und setzen diese im Anschluss um. Im Verlauf des Seminars werden sie lernen, die Kampagnen durch kritische Beurteilung und konstante Überprüfung zu optimieren. Durch das Anfertigen von Reports werden sie dazu befähigt, ihre entwickelten Kampagnen zu beurteilen und können die positiven wie negativen Aspekte während der Kampagnenlaufzeit einschätzen und argumentativ darlegen, welche Verbesserungsoptionen sich ergeben.

Inhalt

Innerhalb der Veranstaltung werden Themen des digitalen Tourismusmarketings behandelt. Schwerpunkt wird das Suchmaschinenmarketing mit Google sein. Die Entwicklungen bei Google sind für die Tourismusbranche von hoher Relevanz. Die Studierenden arbeiten mit Praxispartnern zusammen. Die Praxispartner stellen dabei den Teams ein reales Online-Marketingbudget (Google Ads) zur Verfügung. Die Studierenden entwickeln eine Online-Marketingkampagne für den jeweiligen Kooperationspartner. Am Ende des Semesters kann auf Basis verschiedener Kennzahlen ermittelt werden, wie der Performance der Kampagne war. Die Veranstaltung hat also den Charakter eines Planspiels, bei dem mit echten Unternehmen kooperiert wird, die real daran profitieren können. Damit wird das Thema "Paid-Search" sowohl von einer theoretischen als auch von einer praktischen Seite betrachtet. Voraussetzung ist daher auch die aktive und engagierte Teilnahme der Studierenden.

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Hausarbeit + Präsentation

Beamer / Tafel / Skript / Video

Literatur

Battelle, J., Die Suche. Geschäftsleben und Kultur im Banne von Google & Co. in der jeweils aktuellen Auflage

Beck, A., Google AdWords. in der jeweils aktuellen Auflage
Broschart, S., Suchmaschinenoptimierung und Usability - Website-Ranking und Nutzerfreundlichkeit verbessern. in der jeweils aktuellen Auflage

Düweke, E./ Rabsch, S., Erfolgreiche Websites. SEO, SEM, Online-Marketing, Usability. in der jeweils aktuellen Auflage

Fischer, M., Website Boosting 2.0. - Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Online-Marketing. in der jeweils aktuellen Auflage

Kaumanns, R./ Siegenheim, V., Die Google-Ökonomie - Wie Google die Wirtschaft verändert. in der jeweils aktuellen Auflage

Horster, E., Suchmaschinenmarketing im Tourismus. in der jeweils aktuellen Auflage

Pelzer, G./ Düssel, M., Online-Marketing mit Google - Mit SEO und SEA werden Sie gefunden. in der jeweils aktuellen Auflage

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

6. Semester

Modul 10083-6051

Prüfungsnummern 211022-1

International Human Resource Management

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung International Human Resource Management

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

Semesterinfo Int HRM
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 Wintersemester in deutscher und im Sommersemester in englischer

Sprache angeboten.

Modulverantwortung Prof. Dr. Susanne Liebermann

Dozent*in

Prof. Dr. Stefano Di Pietro

Sprache englisch

Lehrform

Vorlesung und Übung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 90

Kreditpunkte 6

Empfohlene keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen <p>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 Arbeitnehmer-sicht 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 Literatur

Klausur (120 Minuten)

Tafelbild/Video/Beamer

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

6. Semester

Modul 10601-6056

Prüfungsnummern 110010-1

New Work

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung New Work

Englische New Work

Modulbezeichnung

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.

IM SoSe 2024 ist das Modul für den SP E&F geöffnet.

Modulverantwortung Prof. Dr. Ines Lietzke-Prinz

Dozent*in Prof. Dr. Ines Lietzke-Prinz

Sprache deutsch

Lehrform Vorlesung und Übung

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 150

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 90

Kreditpunkte 6

Empfohlene <table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Modul 10598: Human Resource Management und Modul 10050 Grundlagen und Arbeitsrecht oder Modul 10096 Arbeitsrecht (WiR) </td> </tr> </tbody> </table>

Vorkenntnisse

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.

... 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.

Inhalt

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 Medienformen

Portfolioprfung

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Beamer / moodle

Literatur

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 10166-6171

Prüfungsnummern 6171

Ausgew.Themen Inform

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Ausgew.Themen Inform
Englische Modulbezeichnung	Ausgew.Themen Inform
Kurztitel	The d.Info
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	4 SWS: 2 SWS Seminar, 2 SWS PC-Labor
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	6
Empfohlene Vorkenntnisse	Programmierkenntnisse
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
Hausarbeit + Präsentation
Projektarbeit

Medienformen

Tafel, Beamer, PC-Labor, Modi-Koffer

Literatur

Wird dem Thema entsprechend in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Hinweis

6. Semester

Modul 10167-6541

Prüfungsnummern 6541

Objektor. Progr. VS.Net

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.Sc. Elektro-/Inform.technik E/I (Version 17) B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Objektor. Progr. VS.Net
Englische	
Modulbezeichnung	
Kurztitel	OP VS Net
Semesterinfo	6. Semester
Modulverantwortung	
Dozent*in	
Sprache	
Lehrform	
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	
Präsenzstudium	
Eigenstudium	
Kreditpunkte	6
Empfohlene	
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	
Lernziele / Kompetenzen	
Inhalt	
Studienleistung	
Prüfungsleistung	
Medienformen	
Literatur	
Hinweis	

6. Semester

Modul 6055

Prüfungsnummern 6055

Arbeitsplatz u Prozess

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Elektro-/Inform.technik E/I (Version 17) B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Arbeitsplatz u Prozess
Englische Modulbezeichnung	Workplace and process design
Kurztitel	ArbProz
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 10469-5036

Prüfungsnummern 5036

Strategisches Management

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Elektro-/Inform.technik E/I (Version 17) B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Strategisches Management
Englische	StratMan
Modulbezeichnung	
Kurztitel	StratMan
Semesterinfo	6. Semester Das Modul ist ab WS 2020-21 nicht mehr für den Studiengang BWL geöffnet 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. Sabrina Seeler
Dozent*in	Dr. Sabrina Seeler
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung mit Übungen
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	120
Kreditpunkte	6
Empfohlene	keine
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Kompetenzen zur situationsadäquaten Analyse und Beurteilung von Rahmenbedingungen des Unternehmens. Sie erwerben Fähigkeiten, die Problemstellungen des strategischen Managements auf der Grundlage theoretischer Ansätze in ihren einzelnen Aspekten zu analysieren und

einen Strategieentwicklungsprozess zu durchlaufen. Dazu zählt das Kennenlernen der relevanten Literatur einschließlich kritischer Reflexion, Identifikation der Kernprobleme des strategischen Managements und Transfer von Lösungsmöglichkeiten auf ausgewählte Problemstellungen. Darüber hinaus lernen sie geeignete Instrumentarien zur Analyse und Bewertung unternehmensrelevanter Rahmenbedingungen kennen und anwenden (z.B. Markt-, Umfeld-, Unternehmensanalysen, SWOT- und Portfolio-Analysen). Im Bereich der Sozial- und Selbstkompetenz lernen sie Kommunikation, Teamwork, Präsentationsfähigkeiten, Moderation, verbessern ihre Diskursfähigkeit; Aneignung und Verbesserung von Arbeitstechniken.

Inhalt

Die Lehrveranstaltung fokussiert den strategischen Planungsprozess. Im Einzelnen umgreift die Lehrveranstaltung folgende Themenbereiche: Markt, Umfeld-, Unternehmensanalysen, SWOT- und Portfolio-Analysen; Strategieformulierung, -implementierung und -evaluation. Die theoretischen Ansätze werden ergänzend in Form von (Unternehmens-)Fallbeispielen analysiert und reflektiert.

Studienleistung Prüfungsleistung

Klausur
Hausarbeit
Präsentation

Medienformen

Beamer / Tafel / Script / T-Fis

Literatur

Bea/ Haas, Strategisches Management, UTB. in der jeweils aktuellen Auflage Hinterhuber, Strategische Unternehmensführung - Das Gesamtmodell für nachhaltige Wertsteigerung, ESV. in der jeweils aktuellen Auflage Welge/ Al-Laham, Strategisches Management - Grundlagen, Prozess, Implementierung, Springer. in der jeweils aktuellen Auflage Reisinger/ Gattringer/ Strehl, Strategisches Management - Grundlagen für Studium und Praxis, Pearson. in der jeweils aktuellen Auflage Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

6. Semester

Modul 6054

Prüfungsnummern 6054

Change Management und agile Personalarbeit

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Elektro-/Inform.technik E/I (Version 17)
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19

Teilnahmepflicht Schwerpunkt

Modulbezeichnung Change Management und agile Personalarbeit

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel CMaPers

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 10160-6053

Prüfungsnummern 211035-1

Psychologie der Führung

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19 B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22 LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17 M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Psychologie der Führung
Englische Modulbezeichnung	
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	4 SWS: 2 SWS Vorlesung / 2 SWS Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	180
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	120
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.

Stand: 16.01.2026

Inhalt

Grundlagen der Führung; Führungstheorien; Motivationspsychologie; Grundlagen der Gruppendynamik; Leistungsfähigkeit; Steuern durch Fragen; Moderation planen; Moderationssequenzen für Teamarbeitsphasen: Informieren; Planen, gemeinsames Erarbeiten, Bewerten; Mitarbeitergespräche; Moderieren in internationalen Teams

**Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen
Literatur**

Klausur

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 10158-6044

Prüfungsnummern 110006-1

Grdl Online-Marketing

Studiengang B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19
B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
LL.B. Wirtschaftsrecht WiR PO-Version 17
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19

Teilnahmepflicht Schwerpunkt
Modulbezeichnung Grdl Online-Marketing

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

Semesterinfo GrdlOnlin
6. Semester

Ab SS 2022 nicht mehr als freies Wahlmodul im Stg. ITM geöffnet! Das Modul „Grundlagen des Online-Marketing“ darf im SP Marketing (Stg. ITM) nur gewählt werden, wenn KEINE Module aus dem touristischen Wahlbereich „Digitalisierung“ belegt worden sind.

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 Bis SS 2023 Wahlmodul im SP E-Commerce im Stg. WiR
Dozent*in Prof. Dr. Arnd Zschiesche

Sprache Lena Fabian

Lehrform deutsch

SWS Vorlesung

Arbeitsaufwand 4 SWS

Präsenzstudium 180

Eigenstudium 60

Kreditpunkte 120

Empfohlene 6

Vorkenntnisse <table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Einführung Marketing / Tourismusmarketing </p> </td> </tr> </tbody> </table>

Stand: 16.01.2026

Voraussetzungen
Lernziele / Kompetenzen

keine

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 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.

Inhalt

Gestaltungskriterien und Erfolgsfaktoren von Websites und Online-Shops, SEO, SEM, Online-Advertising, Content Marketing, Social-Media, E-Commerce

Studienleistung
Prüfungsleistung
Medienformen

Klausur

Beamer / Overhead / Tafelarbeit / Projektarbeit / T-Fis

Literatur

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 10167-6541

Prüfungsnummern 6541

Objektor. Progr. VS.Net

Studiengang

B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017
B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17
B.Sc. Elektro-/Inform.technik E/I (Version 17)
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 19
B.Sc. Management und Technik MuT PO-Version 21
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen WDW PO-Version 19

Teilnahmepflicht

Schwerpunkt

Modulbezeichnung

Objektor. Progr. VS.Net

Englische

Modulbezeichnung

Kurztitel

OP VS Net

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

Lehrform

Seminar

SWS

4 SWS

Arbeitsaufwand

180

Präsenzstudium

60

Eigenstudium

120

Kreditpunkte

7

Empfohlene

Vorkenntnisse

<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Inhalte der Pflichtveranstaltungen Wirtschaftsinformatik </td> </tr> </tbody> </table>

Voraussetzungen

keine

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden sollen den Aufbau der Framework Class Library verstehen, die Klassenhierarchie und andere Interdependenzen analysieren und bei der Softwareentwicklung anwenden können. Die Studierenden sollen die Prinzipien der objektorientierten Programmierung bei der Softwareentwicklung anwenden können.

Inhalt	Strukturen der Programmiersprache C#; Konstrukte der objekt-orientierten Programmierung (Klassen & deren Mitglieder, Vererbung, Schnittstellen)
Studienleistung	
Prüfungsleistung	Hausarbeit
Medienformen	Tafel, Beamer, PC-Labor
Literatur	Skript zur Veranstaltung, Visual C#.Net Entwickler-Handbuch, C#.Net Referenzhandbuch, .Net Klassenbibliothek Entwickler-Handbuch, .Net Framework Basisklassenbibliothek Referenzhandbuch
Hinweis	

6. Semester

Modul 10080-6153

Prüfungsnummern 6153

Arbeitsrechtliche Compliance

Studiengang	B.A. Betriebswirtschaft PO Version BWL 2017 B.A. Betriebswirtschaft Triales Modell BWL-TM PO 17 B.A. Internationaler Tourismus Management ITM PO-Version 19 B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Arbeitsrechtliche Compliance
Englische	Arbeitsr. Compl.
Modulbezeichnung	
Kurztitel	Arb.Compl.
Semesterinfo	6. Semester Letztmalig im SS 2021 für den SP Dienstleistungsmanagement geöffnet. 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. Im WS 23_24 letztmalig geöffnet für SP Personalmanagement. Ab WS 24_25 nicht mehr geöffnet für den SP Personalmanagement
Modulverantwortung	Prof. Dr. Thomas Haack
Dozent*in	Martina Haack
Sprache	deutsch
Lehrform	Vorlesung / Übung
SWS	4 SWS
Arbeitsaufwand	150
Präsenzstudium	60
Eigenstudium	90
Kreditpunkte	6
Empfohlene	<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Arbeitsrecht und Kollektives Arbeitsrecht und Sozialversicherungsrecht </td> </tr> </tbody> </table>
Vorkenntnisse	
Voraussetzungen	keine
Lernziele / Kompetenzen	

Die Studierenden identifizieren die Schnittstellen von Arbeitsrecht und Compliance und erkennen die besondere Bedeutung von Compliance-Management-Systemen für das Arbeitsrecht.

Sie analysieren Chancen und Gefahren für die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die mit der Einrichtung eines Compliance-Management-Systems, gerade im Rahmen des kollektiven Arbeitsrechts, einhergehen. Sie beurteilen und bewerten die Chancen, dass sich die Mitbestimmungsakteure im Rahmen der Compliance über die gesetzliche Mitbestimmung hinaus einbringen können.

Inhalt

1. Einführung in das Thema Compliance
2. Der Enron-Skandal
3. Der Sarbanes-Oxley-Act
4. Compliance: Begriff
5. Compliance-Standards
6. (Rechts-) Folgen von Compliance-Verstößen
7. Siemens ./.. Neubürger
8. Rechtliche Begründung einer Compliance-Pflicht
9. Überwachungspflicht
10. Umsetzung von CMS im Arbeitsrecht
11. Ethikrichtlinien
12. Hinweisgebersysteme, insbesondere Whistleblowing
13. Compliance und Beschäftigtendatenschutz
14. Die Haftung des Compliance-Officers

Studienleistung Prüfungsleistung

Klausur
Hausarbeit
klausurähnliche Computeranwendung
Projektarbeit

Medienformen

Lehrgespräch / Tafelarbeit / Overheadprojektion / Beamer

Literatur

Aszmons, Mattis; Wiehmann, Nils (2018): Arbeitsrechtliche Risiken und strafrechtliche Folgen durch Compliance-Systeme vermeiden. Arbeitsrechtliche Brennpunktbereiche, Rechtsfolgen und Leitlinien für ein Risikomanagementsystem. In: Der Betrieb 71 (43), S. 2635–2641. Bay, Karl-Christian; Hastenrath, Katharina (Hg.) (2016): Compliance-Management-Systeme. Praxiserprobte Elemente, Prozesse und Tools. Unter Mitarbeit von Karl-Christian Bay, Aiko Bode, Frank W. Böckelmann, Malgorzata B. Borowa, Volker Daum, Katharina Hastenrath

et al. Verlag C.H. Beck. 2. neu bearbeitete Auflage. München: C.H.Beck. Becher, Anja (2016): Arbeitsrechtliche und personalwirtschaftliche Compliance. In: Compliance für KMU : Praxisleitfaden für den Mittelstand. Berlin: Erich Schmidt Verlag, S. 137–158. Compliance für KMU : Praxisleitfaden für den Mittelstand (2016). Berlin: Erich Schmidt Verlag. Finanzkriseninduzierte Vergütungsregulierung und arbeitsrechtliche Entgeltsysteme : 8. ZAAR-Kongreß, München, 13. Mai 2011 (2011). München: ZAAR-Verl. Hauschka, Christoph E.; Moosmayer, Klaus; Lösler, Thomas (Hg.) (2016): Corporate Compliance. Handbuch der Haftungsvermeidung im Unternehmen. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: C.H. Beck. Online verfügbar unter beck-online.beck.de. Haußmann, Katrin; Bauer, Jobst-Hubertus; Lingemann, Stefan; Diller, Martin (2017): Anwalts-Formularbuch Arbeitsrecht. 6th ed. Köln: Otto Schmidt KG Verlag. Online verfügbar unter ebookcentral.proquest.com/lib/gbv/detail.action. Jahn, Joachim; Guttmann, Micha; Bertoli, Flavio; Vasilikou, Thea (2017): Krisenkommunikation bei Compliance-Verstößen. 1. Auflage. München: Beck, C H (Compliance für die Praxis). Moosmayer, Klaus (2015): Compliance. Praxisleitfaden für Unternehmen. 3. Auflage. München: Beck-Online; Beck. Online verfügbar unter beck-online.beck.de. Riesenhuber, Karl (2011): Vergütungssysteme unter dem Blick von Governance und Compliance. In: Finanzkriseninduzierte Vergütungsregulierung und arbeitsrechtliche Entgeltsysteme : 8. ZAAR-Kongreß, München, 13. Mai 2011. München: ZAAR-Verl., S. 133–160. Schneider, David (2009): Die arbeitsrechtliche Implementierung von Compliance- und Ethikrichtlinien. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Sieg, Raimund (2016): Aufklärungsinteresse versus arbeitsrechtliches Schutzgebot bei Compliance-Untersuchungen. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Veit, Vivien (2018): Compliance und interne Ermittlungen. Heidelberg: C.F. Müller (Jura auf den /Punkt] gebracht).

Hinweis

6. Semester

Modul 10161-6902

Prüfungsnummern 6902

Praxbez.FSS II P&O

Studiengang	B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17 B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Praxbez.FSS II P&O
Englische	Praxbez.Fstudsemi II P&O
Modulbezeichnung	
Kurztitel	FallSe2P&O
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 10263-6901

Prüfungsnummern 6901

Praxisbezogenes Fallstudienseminar II

Studiengang B.A. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 17
B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht Schwerpunkt
Modulbezeichnung Praxisbezogenes Fallstudienseminar II
Englische Praxbez.Fstudsemi II M&V
Modulbezeichnung
Kurztitel FallSe2M+V
Semesterinfo 6. Semester

Interdisziplinäre Fallstudien

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 Prof. Dr. Tim Warszta
Sprache deutsch

Lehrform Praxis-Projekt

SWS 4 SWS

Arbeitsaufwand 210

Präsenzstudium 60

Eigenstudium 150

Kreditpunkte 7

Empfohlene keine

Vorkenntnisse

Voraussetzungen keine

Lernziele / Kompetenzen

Viele komplexe Problemstellungen im Personalmanagement lassen sich in der Regel nur durch interdisziplinäre Ansätze lösen. Vor diesem Hintergrund erlernen die Studierenden, wie Sie mithilfe von Theorien und Methoden aus Psychologie, Wirtschaftswissenschaften und Rechtswissenschaften Fragestellungen aus der Wirtschaft oder der angewandten Forschung (z. B. in Kooperation mit dem Westküsteninstitut für Personalmanagement) beantworten. Ziel ist das Erlangen von Handlungskompetenz durch interdisziplinäres Arbeiten in realen Projekten. Insbesondere werden hierbei Projektmanagementfähigkeiten, Kommunikation und Selbstlernkompetenzen entwickelt. Die Studierenden sind zudem nach erfolgreichem Bestehen des

Stand: 16.01.2026

Moduls in der Lage Konzepte für die Lösung praktischer Fragestellungen auf Basis vertiefter Erkenntnisse der Konsumentenpsychologie zu entwickeln und zu evaluieren.

Inhalt

Es erfolgt eine Einführung ins Projektmanagement. Die weiteren Inhalte sind projektspezifisch. Je nach Fragestellung werden psychologische, betriebswirtschaftliche oder juristische Theorien und Methoden herangezogen. Anhand konkreter Fälle wird eine Aufgabenstellung erarbeitet und gelöst, die Lösung wird dokumentiert und präsentiert. Vermittelt werden insbesondere spezifische Kenntnisse im Bereich Personal & Organisation. Die Verarbeitung und Vertiefung des Lehrstoffes erfolgt in theoretischer und praktischer Anwendung.

Studienleistung

Prüfungsleistung

Hausarbeit (Umfang 10 bis 40 Seiten, ggf. in Verbindung mit einer Präsentation)

Medienformen

Beamer, Tafel, Script, Pinnwand, etc.

Literatur

Projektspezifische Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Hinweis

6. Semester

Modul 9997

Prüfungsnummern 9997

Bachelorarbeit

Studiengang	B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Pflichtfach
Modulbezeichnung	Bachelorarbeit
Englische Modulbezeichnung	Bachelorarbeit
Kurztitel	BT
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	
Sprache	deutsch
Lehrform	Seminar (ca. 20% Vorlesung, 30% interaktives Lehrgespräch, 50% studentische Präsentation)
SWS	0 SWS
Arbeitsaufwand	
Präsenzstudium	
Eigenstudium	
Kreditpunkte	12
Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Voraussetzungen	<table border="0" style="width:700px"> <tbody> <tr> <td align="left" style="vertical-align:top"> <p>Zulassung zu Bachelor-Arbeit </td> </tr> </tbody> </table>
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 disziplinspezifischen 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

Bachelor-Arbeit + Präsentation

Medienformen

Tafel, Beamer, Pinnwand, OHP, Video, T-Fis

Literatur

Themenabhängig

Hinweis

6. Semester

Modul 6903

Prüfungsnummern 6903

Praxbez.FSS II D&D

Studiengang	B.Sc. Wirtschaftspsychologie Wipsy PO-Version 22
Teilnahmepflicht	Schwerpunkt
Modulbezeichnung	Praxbez.FSS II D&D
Englische	Praxbez.Fstudsemi II D&D
Modulbezeichnung	
Kurztitel	FallSe2D&D
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 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