



Technische
Hochschule
Wildau
*Technical University
of Applied Sciences*

Studiengang

Betriebswirtschaftslehre

Bachelor of Arts

Modulhandbuch



Stand vom September 2026

Für das Studienjahr 26/27

Studiengangssteckbrief	7
<i>Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Vollzeit</i>	8
<i>Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Teilzeit</i>	12
. Semester	16
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (I) - Unternehmensberatung</i>	16
Managementsysteme	16
IT-Consulting	19
1. Semester	22
<i>Pflichtmodule</i>	22
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	22
Marketing	25
Externes Rechnungswesen	28
Wirtschaftsmathematik und Statistik I	31
Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen	33
Einführung in das Recht	36
2. Semester	39
<i>Pflichtmodule</i>	39
Jahresabschluss und betriebliche Steuern	39
Kosten- und Leistungsrechnung	42
Produktion und Logistik	45
Wirtschaftsmathematik und Statistik II	48
Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	51
Wirtschaftsenglisch I	54
Reflexion und Professionalisierung I	57
3. Semester	59
<i>Pflichtmodule</i>	59

Volkswirtschaftslehre I	59
Investition und Finanzierung	62
Wissenschaftliches Arbeiten	65
Projektmanagement	68
Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme	71
Wirtschaftsenglisch II	74
Reflexion und Professionalisierung II	76

4. Semester 78

<i>Pflichtmodule</i>	78
Volkswirtschaftslehre II	78
Teamentwicklung und Teamcoaching	81
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - FACT Mittelstand</i>	85
Investition und Finanzierung für KMU	85
Betriebliche Steuern I	88
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Digital Marketing (de)</i>	91
Kommunikationsdesign	91
Digitales Marketing I	94
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Personalmanagement</i>	98
Personalmanagement	98
Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik	101
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Innovation & Entrepreneurship</i>	104
Innovation in der Wissensgesellschaft	104
Entrepreneurship	107
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Produktion & Logistik</i>	110
Operations Research	110
Produktionsmanagement und Optimierung	113
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (BFG) - Öffentliche Betriebswirtschaftslehre</i>	116
Einführung in die öffentliche Betriebswirtschaftslehre	116
E-Government	119

<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (I) - Unternehmensberatung</i>	122
Wirtschaftssimulation	122
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (EB) - Finance, Accounting, Controlling, Technology (FACT) International</i>	125
Management Accounting	125
Financial Statement Analysis & Valuation	129
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (EB) - Digital Marketing (en)</i>	132
Communication Design	132
Digital Marketing I	135
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (INW) - Verkehrsplanung</i>	137
Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen	137
Verkehrsplanungsprojekt	139
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Digital Marketing (de) N</i>	142
Kommunikationsdesign (Kopie)	142
Digitales Marketing I (Kopie)	145
5. Semester	148
<i>Pflichtmodule</i>	148
Betriebliches Schnittstellenmanagement	148
Empirische Forschungsmethoden	151
<i>Wahlpflichtmodule - Wahlpflichtbereich</i>	154
Interdisziplinäres Modul	154
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - FACT Mittelstand</i>	157
Betriebliche Steuern II	157
Controlling	161
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Digital Marketing (de)</i>	164
Digitales Marketing II	164
Projektmodul - Digitales Marketing & Design	167

<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Personalmanagement</i>	170
Fallstudien des Personalmanagements	170
Projekt im Personalmanagement	173
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Innovation & Entrepreneurship</i>	176
Startup Camp	176
Innovationsmanagement	179
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Produktion & Logistik</i>	182
Optimierung in der Logistik	182
Projekt Produktion und Logistik	185
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (BFG) - Öffentliche Betriebswirtschaftslehre</i>	187
Öffentliche Finanzen	187
Projekt	190
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (I) - Unternehmensberatung</i>	193
Consulting Management	193
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (EB) - Finance, Accounting, Controlling, Technology (FACT) International</i>	195
Corporate Finance	195
FACT-Project	198
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (EB) - Digital Marketing (en)</i>	200
Digital Marketing II	200
Project - Digital Marketing	203
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (INW) - Verkehrsplanung</i>	206
Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten	206
Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt	208
<i>Spezialisierungsmodule - Spezialisierung (B) - Digital Marketing (de) N</i>	211
Digitales Marketing II (Kopie)	211
Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Kopie)	214
6. Semester	217

<i>Pflichtmodule</i>	217
Bachelorarbeit	217
Praxisphase	219

Studiengangssteckbrief



Der Bachelorstudiengang (Abschluss: Bachelor of Arts) ist ein grundständiger Studiengang, der sechs Semester in Vollzeit umfasst und auch als Teilzeitstudiengang (12 Semester) absolviert werden kann. Es werden 180 CP erworben und er ist dem Fachbereich Wirtschaft, Informatik, Recht zugeordnet.

Die Studierenden erwerben über den gesamten Studienverlauf Wissen und Fertigkeiten interdisziplinären Arbeitens und zeichnen sich dadurch aus, dass sie erfolgreich in interdisziplinären Kontexten und Teamformationen handeln können; eine im Berufsleben unabdingbar notwendige Qualifikation. Als Absolventinnen und Absolventen verfügen Sie über solide Fachkompetenzen im betriebswirtschaftlichen Kontext sowie berufsrelevanter Selbst- und Sozialkompetenzen. Basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen sind sie in der Lage grundlegende wirtschafts-wissenschaftliche Kenntnisse anzuwenden. Sie verfügen über Fachwissen, um aktuelle Entwicklungen nachvollziehen und die Wertigkeit von Wissensquellen einschätzen zu können. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über die Fähigkeit sich Wissen mit Hilfe von geeigneten Lernstrategien selbstständig anzueignen. Sie können unter Berücksichtigung ethischer und nachhaltiger Grundsätze in einer sich wandelnden Gesellschaft verantwortlich und erfolgreich handeln.

Der Studiengang ist modular aufgebaut und besteht aus drei Studienabschnitten. Im ersten Abschnitt, welcher die ersten 3 Fachsemester umfasst, werden die erforderlichen Grundlagen in allen betriebswirtschaftlich relevanten Kernbereichen vermittelt, der zweite Studienabschnitt widmet sich einer vertiefenden Fachausbildung. Durch die Möglichkeit der Spezialisierung im vierten und fünften Fachsemester haben die Absolventinnen und Absolventen die Chance, individuelle Studien- und Karrierewege einzuschlagen, indem Sie das Studium in unterschiedlichen Schwerpunkten vertiefen und um fachfremde oder überfachliche Kompetenzen erweitern können. Im letzten Abschnitt, im sechsten Semester, ist ein Praktikum mit der Dauer von 12 Wochen zu absolvieren, sowie die Abschlussarbeit anzufertigen, deren Bearbeitungszeit ebenfalls 12 Wochen beträgt.

Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Vollzeit

Modulname	PA	Sem.	CP	V	Ü	L	P	S	Ges.
Volkswirtschaftslehre - Pflicht									
Volkswirtschaftslehre I	FMP	3	5	2	2	0	0	0	4
Volkswirtschaftslehre II	SMP	4	5	2	2	0	0	0	4
Betriebswirtschaftliche Grundlagen - Pflicht									
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	FMP	1	5	2	2	0	0	0	4
Marketing	FMP	1	3	2	0	0	0	0	2
Externes Rechnungswesen	FMP	1	5	2	2	0	0	0	4
Jahresabschluss und betriebliche Steuern	FMP	2	5	2	2	0	0	0	4
Kosten- und Leistungsrechnung	FMP	2	5	2	2	0	0	0	4
Produktion und Logistik	FMP	2	5	2	2	0	0	0	4
Investition und Finanzierung	FMP	3	5	2	2	0	0	0	4
Betriebliches Schnittstellenmanagement	SMP	5	5	2	2	0	0	0	4
Methoden und Grundlagen - Pflicht									
Wissenschaftliches Arbeiten	SMP	3	2	0	0	0	0	2	2
Wirtschaftsmathematik und Statistik I	FMP	1	5	0	4	0	0	0	4
Wirtschaftsmathematik und Statistik II	FMP	2	5	2	2	0	0	0	4
Projektmanagement	FMP	3	5	2	0	0	2	0	4
Wirtschaftsinformatik - Pflicht									
Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen	FMP	1	5	2	2	0	0	0	4
Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme	SMP	3	5	2	2	0	0	0	4
Recht - Pflicht									
Einführung in das Recht	FMP	1	5	2	2	0	0	0	4
Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	FMP	2	5	2	2	0	0	0	4
Überfachliche Qualifikationen - Pflicht									
Wirtschaftsenglisch I	FMP	2	5	0	0	0	0	4	4
Wirtschaftsenglisch II	SMP	3	5	0	0	0	0	4	4
Reflexion und Professionalisierung I	SMP	2	2	0	0	0	0	2	2
Reflexion und Professionalisierung II	SMP	3	3	0	0	0	0	2	2
Teamentwicklung und Teamcoaching	SMP	4	5	2	2	0	0	0	4
Empirische Forschungsmethoden	SMP	5	3	0	0	0	0	2	2

Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Vollzeit

Modulname	PA	Sem.	CP	V	Ü	L	P	S	Ges.
Wahlpflichtbereich - Wahlpflicht									
Interdisziplinäres Modul	SMP	5	5	0	0	0	4	0	4

Spezialisierung (B) - FACT Mittelstand - Spezialisierung									
Investition und Finanzierung für KMU	SMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Betriebliche Steuern I	FMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Betriebliche Steuern II	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4
Controlling	FMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (B) - Digital Marketing (de) - Spezialisierung									
Kommunikationsdesign	SMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Digitales Marketing I	KMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Digitales Marketing II	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4
Projektmodul - Digitales Marketing & Design	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (B) - Personalmanagement - Spezialisierung									
Personalmanagement	SMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik	FMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Fallstudien des Personalmanagements	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4
Projekt im Personalmanagement	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (B) - Innovation & Entrepreneurship - Spezialisierung									
Innovation in der Wissensgesellschaft	SMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Entrepreneurship	FMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Startup Camp	FMP	5	5	0	0	0	0	4	4
Innovationsmanagement	KMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (B) - Produktion & Logistik - Spezialisierung									
Operations Research	FMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Produktionsmanagement und Optimierung	SMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Optimierung in der Logistik	FMP	5	5	0	0	0	0	4	4
Projekt Produktion und Logistik	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (BFG) - Öffentliche Betriebswirtschaftslehre - Spezialisierung									
Einführung in die öffentliche Betriebswirtschaftslehre	FMP	4	5	0	0	0	0	4	4
E-Government	FMP	4	5	0	0	0	0	4	4

Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Vollzeit

Modulname	PA	Sem.	CP	V	Ü	L	P	S	Ges.
Öffentliche Finanzen	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4
Projekt	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (I) - Unternehmensberatung - Spezialisierung

Wirtschaftssimulation	SMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Consulting Management	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (EB) - Finance, Accounting, Controlling, Technology (FACT) International - Spezialisierung

Management Accounting	FMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Financial Statement Analysis & Valuation	FMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Corporate Finance	FMP	5	5	0	0	0	0	4	4
FACT-Project	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (EB) - Digital Marketing (en) - Spezialisierung

Communication Design	SMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Digital Marketing I	KMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Digital Marketing II	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4
Project - Digital Marketing	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (INW) - Verkehrsplanung - Spezialisierung

Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen	SMP	4	5	2	2	0	0	0	4
Verkehrsplanungsprojekt	SMP	4	5	1	0	0	3	0	4
Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten	FMP	5	5	2	0	2	0	0	4
Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt	FMP	5	5	4	0	0	0	0	4

Spezialisierung (B) - Digital Marketing (de) N - Spezialisierung

Kommunikationsdesign (Kopie)	SMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Digitales Marketing I (Kopie)	KMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Digitales Marketing II (Kopie)	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4
Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Kopie)	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4

Weitere Studienleistungen

Bachelorarbeit	SMP	6	12						
Praxisphase	FMP	6	15						

Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Vollzeit

Summe der Semesterwochenstunden				34	34	0	6	48	122
Summe der zu erreichende CP aus WPM			5						
Summe der CP aus PM			108						
Summe der zu erreichende CP aus SPM			40						
Summe weitere Studienleistungen			27						
Gesamtsumme CP			180						

V - Vorlesung

PA - Prüfungsart

SPM - Spezialisierungsmodule

Ü - Übung

CP - Credit Points

SMP - Studienbegleitende Modulprüfung

L - Labor

PM - Pflichtmodule

KMP - Kombinierte Modulprüfung

P - Projekt

WPM - Wahlpflichtmodule

FMP - Feste Modulprüfung

* - Dieses Wahlpflichtfach steht in verschiedenen Semestern zur Verfügung

Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Teilzeit

Modulname	PA	Sem.	CP	V	Ü	L	P	S	Ges.
Volkswirtschaftslehre - Pflicht									
Volkswirtschaftslehre I	FMP	7	5	2	2	0	0	0	4
Volkswirtschaftslehre II	SMP	8	5	2	2	0	0	0	4
Betriebswirtschaftliche Grundlagen - Pflicht									
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	FMP	1	5	2	2	0	0	0	4
Marketing	FMP	3	3	2	0	0	0	0	2
Externes Rechnungswesen	FMP	3	5	2	2	0	0	0	4
Jahresabschluss und betriebliche Steuern	FMP	2	5	2	2	0	0	0	4
Kosten- und Leistungsrechnung	FMP	2	5	2	2	0	0	0	4
Produktion und Logistik	FMP	4	5	2	2	0	0	0	4
Investition und Finanzierung	FMP	5	5	2	2	0	0	0	4
Betriebliches Schnittstellenmanagement	SMP	9	5	2	2	0	0	0	4
Methoden und Grundlagen - Pflicht									
Wissenschaftliches Arbeiten	SMP	5	2	0	0	0	0	2	2
Wirtschaftsmathematik und Statistik I	FMP	1	5	0	4	0	0	0	4
Wirtschaftsmathematik und Statistik II	FMP	2	5	2	2	0	0	0	4
Projektmanagement	FMP	7	5	2	0	0	2	0	4
Wirtschaftsinformatik - Pflicht									
Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen	FMP	3	5	2	2	0	0	0	4
Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme	SMP	7	5	2	2	0	0	0	4
Recht - Pflicht									
Einführung in das Recht	FMP	3	5	2	2	0	0	0	4
Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	FMP	4	5	2	2	0	0	0	4
Überfachliche Qualifikationen - Pflicht									
Wirtschaftsenglisch I	FMP	4	5	0	0	0	0	4	4
Wirtschaftsenglisch II	SMP	5	5	0	0	0	0	4	4
Reflexion und Professionalisierung I	SMP	4	2	0	0	0	0	2	2
Reflexion und Professionalisierung II	SMP	5	3	0	0	0	0	2	2
Teamentwicklung und Teamcoaching	SMP	10	5	2	2	0	0	0	4
Empirische Forschungsmethoden	SMP	11	3	0	0	0	0	2	2

Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Teilzeit

Modulname	PA	Sem.	CP	V	Ü	L	P	S	Ges.
Wahlpflichtbereich - Wahlpflicht									
Interdisziplinäres Modul	SMP	11	5	0	0	0	4	0	4

Spezialisierung (B) - FACT Mittelstand - Spezialisierung									
Investition und Finanzierung für KMU	SMP	8	5	0	0	0	0	4	4
Betriebliche Steuern I	FMP	8	5	0	0	0	0	4	4
Betriebliche Steuern II	SMP	9	5	0	0	0	0	4	4
Controlling	FMP	9	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (B) - Digital Marketing (de) - Spezialisierung									
Kommunikationsdesign	SMP	10	5	0	0	0	0	4	4
Digitales Marketing I	KMP	10	5	0	0	0	0	4	4
Digitales Marketing II	SMP	11	5	0	0	0	0	4	4
Projektmodul - Digitales Marketing & Design	SMP	11	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (B) - Personalmanagement - Spezialisierung									
Personalmanagement	SMP	8	5	0	0	0	0	4	4
Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik	FMP	8	5	0	0	0	0	4	4
Fallstudien des Personalmanagements	SMP	9	5	0	0	0	0	4	4
Projekt im Personalmanagement	SMP	9	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (B) - Innovation & Entrepreneurship - Spezialisierung									
Innovation in der Wissensgesellschaft	SMP	10	5	0	0	0	0	4	4
Entrepreneurship	FMP	10	5	0	0	0	0	4	4
Startup Camp	FMP	11	5	0	0	0	0	4	4
Innovationsmanagement	KMP	11	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (B) - Produktion & Logistik - Spezialisierung									
Operations Research	FMP	8	5	0	0	0	0	4	4
Produktionsmanagement und Optimierung	SMP	8	5	0	0	0	0	4	4
Optimierung in der Logistik	FMP	9	5	0	0	0	0	4	4
Projekt Produktion und Logistik	SMP	9	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (BFG) - Öffentliche Betriebswirtschaftslehre - Spezialisierung									
Einführung in die öffentliche Betriebswirtschaftslehre	FMP	10	5	0	0	0	0	4	4
E-Government	FMP	10	5	0	0	0	0	4	4

Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Teilzeit

Modulname	PA	Sem.	CP	V	Ü	L	P	S	Ges.
Öffentliche Finanzen	SMP	11	5	0	0	0	0	4	4
Projekt	SMP	11	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (I) - Unternehmensberatung - Spezialisierung

Wirtschaftssimulation	SMP	8	5	0	0	0	0	4	4
Consulting Management	SMP	9	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (EB) - Finance, Accounting, Controlling, Technology (FACT) International - Spezialisierung

Management Accounting	FMP	10	5	0	0	0	0	4	4
Financial Statement Analysis & Valuation	FMP	10	5	0	0	0	0	4	4
Corporate Finance	FMP	11	5	0	0	0	0	4	4
FACT-Project	SMP	11	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (EB) - Digital Marketing (en) - Spezialisierung

Communication Design	SMP	8	5	0	0	0	0	4	4
Digital Marketing I	KMP	8	5	0	0	0	0	4	4
Digital Marketing II	SMP	9	5	0	0	0	0	4	4
Project - Digital Marketing	SMP	9	5	0	0	0	0	4	4

Spezialisierung (INW) - Verkehrsplanung - Spezialisierung

Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen	SMP	10	5	2	2	0	0	0	4
Verkehrsplanungsprojekt	SMP	10	5	1	0	0	3	0	4
Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten	FMP	11	5	2	0	2	0	0	4
Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt	FMP	11	5	4	0	0	0	0	4

Spezialisierung (B) - Digital Marketing (de) N - Spezialisierung

Kommunikationsdesign (Kopie)	SMP	10	5	0	0	0	0	4	4
Digitales Marketing I (Kopie)	KMP	10	5	0	0	0	0	4	4
Digitales Marketing II (Kopie)	SMP	11	5	0	0	0	0	4	4
Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Kopie)	SMP	11	5	0	0	0	0	4	4

Weitere Studienleistungen

Bachelorarbeit	SMP	12	12						
Praxisphase	FMP	6	15						

Betriebswirtschaftslehre - Matrix - Teilzeit

Summe der Semesterwochenstunden				34	34	0	6	48	122
Summe der zu erreichende CP aus WPM			5						
Summe der CP aus PM			108						
Summe der zu erreichende CP aus SPM			40						
Summe weitere Studienleistungen			27						
Gesamtsumme CP			180						

V - Vorlesung

PA - Prüfungsart

SPM - Spezialisierungsmodule

Ü - Übung

CP - Credit Points

SMP - Studienbegleitende Modulprüfung

L - Labor

PM - Pflichtmodule

KMP - Kombinierte Modulprüfung

P - Projekt

WPM - Wahlpflichtmodule

FMP - Feste Modulprüfung

* - Dieses Wahlpflichtfach steht in verschiedenen Semestern zur Verfügung

Managementsysteme

Modulname Managementsysteme		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. nat. Alexander Lübke		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 0,0 Std.	Selbststudium 80,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 10,0 Std.	Summe 90 Std.

Managementsysteme

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden können die Aspekte von Managementdisziplinen und den Zusammenhang zur Organisation erläutern. Im Besonderen können sie spezifische Begriffe erklären, Ziele definieren, Rollen beschreiben, Methoden auswählen und Prozesse definieren.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage eine Managementdisziplin zu durchdringen, die wichtigsten Begriffe, Konzepte und Ziele zu erkennen und zu benennen.
- Die Studierenden sind in der Lage eine Anforderungen einer Managementdisziplin an die Organisation zu ergründen und aufzubereiten.
- Studierende können die Konzepte, Rollen und Verfahren einer Managementdisziplin auf eine konkrete Organisation übertragen und Handlungsbedarfe für die Adaption dieser Disziplin ableiten.
- Studierende sind befähigt die Anforderungen and die Dokumentation und Steuerung einer Managementdisziplin zu definieren und geeignete Werkzeuge zur Umsetzung zu identifizieren.
- Die Studierenden können Parallelen und Synergien zwischen verschiedenen Managementdisziplinen erkennen und benennen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können sich in Arbeitsgruppen organisieren.
- Die Studierenden können ihr in gegebenen Situationen gewähltes Vorgehen sowie ihre Lösungsansätze argumentativ vertreten und im Wechselspiel mit ihren Kommilitoninnen und Kommilitonen sowie im Dialog mit ihrer Lehrkraft weiter entwickeln.
- Die Studierenden können ihr in gegebenen Situationen gewähltes Vorgehen sowie ihre Lösungsansätze schriftlich darstellen sowie mündlich in und vor einer Gruppe effektiv kommunizieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können Gruppenarbeiten selbstständig planen und steuern.
- Die Studierenden sind in der Lage, eigene Lern- und Arbeitsprozesse sowie deren Ergebnisse eigenverantwortlich zu analysieren, zu bewerten und ggf. zu optimieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, Falllösungen selbstständig mit eigenen Lösungsansätzen und systematischem Vorgehen zu planen und zu erarbeiten.
- Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche und auch politische Formen der Analyse- und Problemlösungsfähigkeit, Diskussions-, Kritik- und Urteilsfähigkeit zu entwickeln.

Managementsysteme

Inhalt

1. Einführung in Managementdisziplinen im Allgemeinen, sowie Normen und Audits im Speziellen
2. Die behandelten Managementdisziplinen umfassen u.a.
Umweltmanagement, Nachhaltigkeitsmanagement, Qualitätsmanagement, Wissensmanagement, Lean, SixSigma, TQM, Energiemanagement, Risikomanagement, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Zielvereinbarungen und Kontraktmanagement, Changemanagement

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Lehner, F. (2012). *Wissensmanagement : Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung* (4., aktualisierte und erw. Aufl.). München : Hanser.
- Förtsch, G. & Meinholz, H. (2018). *Handbuch Betriebliches Umweltmanagement* (3. Auflage). Wiesbaden : Springer Vieweg.
- Qualitätsmanagement Grundlagen (2015, ISBN: 978-3-658-09221-4)
- Tanski, J. (2023). *Compliance-Management* (1st ed. 2023). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.

IT-Consulting

Modulname IT-Consulting		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. nat. Alexander Lübke		
Stand vom 2024-10-14	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 0

Empfohlene Voraussetzungen Kurse des 4. Semesters in der Spezialisierung Unternehmensberatung
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 0,0 Std.	Selbststudium 20,0 Std.	Projektarbeit 60,0 Std.	Prüfung 10,0 Std.	Summe 90 Std.

IT-Consulting

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende können die Besonderheiten von IT Projekten einordnen, im Besonderen im Spannungsfeld zwischen Kundenanforderungen und technischen Möglichkeiten.
- Studierende können die Phasen von IT Projekten und die Planungsmethoden in der IT charakterisieren.
- Studierende können nachvollziehen wie IT Projekte gesteuert und nachgesteuert werden.
- Studierende können beispielhaft ein IT System und deren Konfiguration erläutern.

Fertigkeiten

- Studierende können Aufwandsschätzverfahren anwenden.
- Studierende können IT-Projektziele definieren und in Arbeitspakete unterbrechen.
- Studierende können Kundenanforderungen in IT-Anforderungen übersetzen.
- Studierende können ein beispielhaftes IT-System für Kundenanforderungen konfigurieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich in kleinen Teams selbstständig zu organisieren und in verschiedenen Rollen ihre Ziele zu erreichen.
- Sie sind befähigt, in der Abstimmung mit Auftraggebern/Kunden zielgruppengerecht zu kommunizieren.
- Die Studierenden können ihre Arbeitsergebnisse argumentativ vertreten, Feedback entgegen nehmen und ihre Ergebnisse weiterentwickeln.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden können ihre Arbeitsergebnisse argumentativ vertreten, Feedback entgegen nehmen und ihre Ergebnisse weiterentwickeln.

Inhalt

1. Charakter von IT-Projektberatungsprojekten kennen lernen (Besonderheiten im Projektmanagement, Auftraggeber-Auftrag-Nehmerbeziehung, IT-Projektphasen, Planungsmethoden, Steuerung von IT-Beratungsprojekten)
2. Lernen aus IT-Beratungsprojekt-Beispielen anhand von externen Vortragenden
3. IT-Konfiguration für einen Kunden durchführen (Szenario und Kundenbedürfnisse verstehen, Software kennen lernen, Anforderungen definieren und umsetzen)

IT-Consulting

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Consulting Case Studies erfolgreich bearbeiten (ISBN 978-3-658-08740-1)
- Lippold, D. (2015). *Perspektiven und Dimensionen der Unternehmensberatung : Eine grundlegende Betrachtung* (1. Aufl. 2015). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Modulname		
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
M.A. Simon Gerard Joseph Devos-Chernova		
Stand vom	Sprache	
2024-10-14	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Pflicht	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen und Anwendungsfelder der Betriebswirtschaftslehre (u.a. Produktion, Innovation, Strategisches Management, Internationalisierung) identifizieren und darstellen.
- Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen und Anwendungsfelder des Personalmanagements identifizieren und darstellen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können inhaltliche und kritische Fragen zum Grundlagenwissen des Managements formulieren.
- Die Studierenden können praktische Fallaufgaben des Managements klassifizieren, Lösungen entwerfen und Ergebnisse beurteilen.

Soziale Kompetenz

- Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren.
- Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist. Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen.

Selbständigkeit

- Studierende können sowohl eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch hinterfragen.
- Studierende können in unterschiedlichen Situationen angemessene Entscheidungen treffen.
- Studierende können unter Zeitdruck Lösungen erarbeiten.

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Inhalt

1. Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
 - 1.1 Unternehmen und Märkte
 - 1.2 Das Unternehmen und ihre Kunden
 - 1.3 Unternehmen im Wettbewerb: Wettbewerbsvorteile und Wettbewerbsstrategien
 - 1.4 Technologie und Innovation
 - 1.5 Globale Unternehmen
2. Personalmanagement
 - 2.1 Grundlagen des Personalmanagements, Personalorganisation, Personaladministration
 - 2.2 Personalbeschaffung und Personalauswahl
 - 2.3 Personalentwicklung
 - 2.4 Personalfreisetzung
 - 2.5 (Personal-) Führung
 - 2.6 Organisationskultur und Organisationsentwicklung

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Holtbrügge, D. (2022). *Personalmanagement* (8. Auflage). Berlin : Springer Berlin Heidelberg.
- Weber, W., Kabst, R. & Baum, M. (2018). *Einführung in die Betriebswirtschaftslehre* (10. Aufl. 2018). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.

Marketing

Modulname Marketing		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas		
Stand vom 2024-10-14	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 3

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 2	V / Ü / L / P / S 2 / 0 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 3	SWS 2	V / Ü / L / P / S 2 / 0 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 30,0 Std.	Selbststudium 58,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 90 Std.

--

Marketing

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen zentrale Begrifflichkeiten, Bedeutung & Anwendungsbereiche des Marketings sowie unterschiedliche grundsätzliche Marketingansätze & Entwicklungslinien.
- Sie kennen die Definition von Marktforschung und verstehen ihre Bedeutung innerhalb des Marketingentscheidungsprozesses.
- Die Studierenden kennen den grundsätzlichen Ablauf des Marktforschungsprozesses inkl. grundlegender Methoden der Datenerhebung sowie Tools, wie Datenbanken, decision support systems, Internet und verstehen den Einfluss auf die Marktforschung.
- Sie können Marktsegmentierung als Instrument zur Marktbearbeitung interpretieren.
- Sie kennen Typen von Konsumverhalten & verstehen Unterschiede in KV-Prozessen sowie interne & externe Einflussfaktoren auf den KV-Prozess.
- Die Studierenden verstehen die zunehmende Bedeutung der Consumer-to-Consumer Kommunikation, Social Media digitaler Umgebungen inkl. Folgen für KV-Prozess.
- Sie können die Relevanz von Marketingethik definieren und beschreiben. Sie können ethische, nachhaltige Aspekte in Marketingentscheidungen berücksichtigen und verstehen die Bedeutsamkeit ethischen Handelns im Marketingkontext.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage, Marketing-Mix-Instrumente anzuwenden und können Entscheidungen zur Ausgestaltung des Marketing-Mix-Instrumentariums erklären und mit Blick auf ihre Stimmigkeit bewerten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, über einen längeren Zeitraum im Format einer Kleingruppe zielorientiert, erfolgreich zu arbeiten.
- Sie können marketingbezogene Sachverhalte, eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch bewerten und ihre Meinung faktenbasierend darstellen.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft, selbstgesteuert und verantwortungsbewusst zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.
- Sie können fachliche Aufgabenstellungen selbstständig planen und bearbeiten.
- Die Studierenden sind in der Lage, eine Position zu ethischen Fragen und Fragen zur Nachhaltigkeit einzunehmen. Sie sind im Sinne der Nachhaltigkeit, der Ethik und des Umweltschutzes sensibilisiert.

Marketing

Inhalt

1. Einführung in das „Marketingmanagement“
2. Grundlagen
 - Bedeutung & Anwendungsbereiche des Marketings
 - Zentrale Marketingkonzepte
 - Prägende grundlegende Trends im Marketing
 - Die neue Marketingrealität (Digitales Marketing)
3. Marktchancen erkennen, Kunden gewinnen & binden
 - Kundennutzen, -zufriedenheit und -bindung, Kaufentscheidungsprozess, Customer Lifetime Value
 - Marktsegmentierung und Zielmärkte identifizieren
 - Marktforschung
4. Marketing-Mix
 - Produkt- und programmpolitische Entscheidungen
 - Preispolitische Entscheidungen
 - Distributionspolitische Entscheidungen
 - Kommunikationspolitische Entscheidungen
 - Alternative Marketing-Mix-Ansätze und Integriertes Marketing
5. Nachhaltiges Marketing, Marketingethik & Responsible Marketing

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Becker, Jochen: Marketing-Konzeption, Vahlen, neueste Auflage
- Bruhn, Manfred: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis. Springer Gabler, neuste Auflage
- Foscht, Thomas, Swoboda, Bernhard, Schramm-Klein, Hanna: Käuferverhalten, neueste Auflage
- Homburg, Christian: Marketingmanagement. Springer Gabler, neuste Auflage

Externes Rechnungswesen

Modulname Externes Rechnungswesen		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Ivonne Klipstein		
Stand vom 2026-08-12	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Externes Rechnungswesen

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden sind in der Lage, Grundlagen, Ziele und Inhalte des betrieblichen Rechnungswesens, insbesondere der Finanzbuchführung, zu erklären.
- Sie kennen und verstehen die nationalen handels- und steuerrechtlichen Grundlagen der Finanzbuchführung und des Jahresabschlusses und können diese anwenden.
- Sie kennen und verstehen das System und die Technik der Finanzbuchführung und können auf dieser Basis die buchtechnische Behandlung wichtiger Geschäftsvorfälle durchführen.
- Sie kennen die betrieblichen Erfolgsgrößen und ihre Unterscheidung und können auf dieser Basis den Unternehmenserfolg ableiten.
- Sie kennen und verstehen das Umsatzsteuersteuersystem und den Zusammenhang mit der Finanzbuchführung. Entsprechende Buchungen können daraus selbstständig erstellt werden.
- Sie kennen und verstehen den Zusammenhang zwischen Finanzbuchführung und Jahresabschluss.

Fertigkeiten

- Sie sind in der Lage, auf der Basis der normativen Grundlagen und der Ziele des Externen Rechnungswesens wichtige (laufende) Geschäftsvorfälle zu verstehen und im System der Finanzbuchführung abzubilden sowie Jahresabschlussbuchungen durchzuführen.
- Darüber hinaus sind sie in der Lage, auf der Basis einer Hauptabschlussübersicht (Summen- und Saldenliste) einen einfachen Jahresabschluss (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung) zu erstellen.
- Sie beherrschen die Technik der doppelten Buchführung.
- Sie können die Folgen fehlerhafter Buchungen für die Aussagekraft des Jahresabschlusses analysieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, im Format von Kleingruppen zielorientiert und erfolgreich zu arbeiten.

Selbstständigkeit

- Sie können Lehr- und Lernziele reflektieren und diese eigenverantwortlich verfolgen.

Externes Rechnungswesen

Inhalt

1. Die Finanzbuchhaltung als Teil des Rechnungswesens
2. Grundlagen der Buchhaltung
3. Technik der Buchhaltung
4. Buchung laufender Geschäftsvorfälle im Handel
5. Laufende Buchungen im Industriebetrieb
6. Der Jahresabschluss in der Buchhaltung
7. Organisation der Buchhaltung

Pflichtliteratur

- Döring, U., Buchholz, R. & Erich-Schmidt-Verlag (Berlin). (2025). *Buchhaltung und Jahresabschluss: mit Aufgaben, Lösungen und Klausurtraining* (17., neu bearbeitete Auflage). Berlin : Erich Schmidt Verlag.
- Kudert, S., Sorg, P. & Duncker & Humblot. (2024). *Rechnungswesen – leicht gemacht: Buchführung und Bilanz für Studierende an Universitäten, Hochschulen und Berufsakademien*. (9. Auflage). Berlin : Duncker & Humblot.
- Kudert, S & Sorg, P. (2024) Übungsbuch Rechnungswesen - leicht gemacht: Lernziele, Übungen, Lösungen (5. völlig überarbeitete Auflage). Berlin: Edition Wissenschaft & Praxis.

Literaturempfehlungen

- G. Coenenberg, A., Haller, A., Mattner, G. & Schultze, W. (2024). *Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung* (9. Auflage). Schäffer-Poeschel Verlag.

Wirtschaftsmathematik und Statistik I

Modulname Wirtschaftsmathematik und Statistik I		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. nat. Rainer Stollhoff		
Stand vom 2026-08-20	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 4 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 4 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Wirtschaftsmathematik und Statistik I

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die grundlegenden mathematische Methoden, die in der Volkswirtschaftslehre, im Finanzwesen und in der Betriebswirtschaftslehre verwendet werden und können diese untereinander zuordnen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können angewandte Probleme aus wirtschaftlichen Bereichen modellieren, geeignete mathematische Methoden anwenden und notwendige Berechnungen unter Einsatz von geeigneten Hilfsmitteln wie z.B. Tabellenkalkulation sicher durchführen.
- Sie sind in der Lage, mit Hilfe der ausgewählten Methoden Lösungsansätze für die vorgegebenen angewandten Probleme zu entwickeln und bewerten, ob das jeweils vorgegebene Problem mit dem gewählten Lösungsansatz adäquat gelöst wurde.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, Arbeitsaufgaben verantwortlich in Arbeitsgruppen bewältigen, ihre Lösungen komplexerer Aufgaben argumentativ zu vertreten und im Wechselspiel mit ihren Kommilitoninnen und Kommilitonen sowie im Dialog mit ihrer Lehrkraft weiter zu entwickeln.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, ihre Aufgaben gewissenhaft, gründlich, vollständig und zuverlässig zu erledigen.

Inhalt

1. Univariate Analysis: Grundlegende Eigenschaften (Definition, Graph, Wurzeln, Grenzen) und Differentialrechnung (Ableitungen, Optimum) von Elementarfunktionen; Anwendung auf Kosten- und Gewinnfunktionen, Elastizität von Preis-Nachfrage-Funktionen.
2. Lineare Algebra: Vektoren und Matrizen, lineare Gleichungssysteme, lineare Optimierung
3. Finanzmathematik: Berechnung von Zinsen, Akkumulation und Diskontierung, Amortisation und Annuitäten, Abzüge; Anwendung auf die Bewertung von Immobilieninvestitionen

Pflichtliteratur

- Haack, B., Tippe, U., Stobernack, M. & Wendler, T. (2017). *Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler : intuitiv und praxisnah*. Berlin, Heidelberg : Springer Gabler.
- Benker, H. (2014). *EXCEL in der Wirtschaftsmathematik : Anwendung von Tabellenkalkulationsprogrammen für Studenten, Dozenten und Praktiker*. Wiesbaden : Springer Fachmedien.

Literaturempfehlungen

Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen

Modulname		
Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Bachelor of Science Daniel Schmohl		
Stand vom	Sprache	
2024-10-14	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Pflicht	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die für ein Studium der Betriebswirtschaftslehre wichtigen Begriffe und Methoden der Wirtschaftsinformatik und können diese erklären.
- Sie können verschiedene, auch komplexere, Unternehmenssoftwaresysteme voneinander abgrenzen.
- Die Studierenden sind in der Lage, Hard- und Software im Kontext betriebswirtschaftlicher Fragestellungen einzuordnen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können gebräuchliche PC-gestützte Office-Anwendungen sicher handhaben.
- So können die Studierenden einfache Algorithmen und Makros in einem Tabellenkalkulationsprogramm darlegen und erstellen.
- Sie können im Umfeld der Betriebswirtschaftslehre anzusiedelnde einfachere wirtschaftliche Anforderungen an Hard- und Software erkennen und formulieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und in der Unterrichtsdiskussion Inhalte der grundlegenden Konzepte der Wirtschaftsinformatik adäquat zu kommunizieren.
- Sie können Aufgabenstellungen im Team diskutieren und lösen. Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren und auf Nachfragen angemessen reagieren.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese zu realisieren.
- Sie können die eigenen Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen vergleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten wie z.B. Lernberatung nachfragen.

Inhalt

1. Grundlagen der Wirtschaftsinformatik (Grundlagen, Begriffe, Definitionen, Positionierung und Abgrenzung zu anderen Fachgebieten, Betriebliche Informationssysteme)
2. Grundlegende Konzepte (Zahlendarstellung, Tabellenkalkulation, Einführung in die Programmierung, E-Business,etc.)
3. Industrie 4.0, Digitalisierung in der BWL - Möglichkeiten und Grenzen
4. Einführung in die Künstliche Intelligenz (Grundlagen, Begriffe)
5. Grundlagen der Kryptografie, Datenschutz, Datenschutzbeauftragter

Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Hansen, H., Mendling, J., Neumann, G. & De Gruyter Oldenbourg. (2019). *Wirtschaftsinformatik : Grundlagen und Anwendungen* (12. völlig neu bearbeitete Auflage). Berlin : De Gruyter.
- Friedrich, C. (o.D.). *VBA mit Excel*. Galileo Press.

Einführung in das Recht

Modulname Einführung in das Recht		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. Friederike Busch		
Stand vom 2024-09-30	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Einführung in das Recht

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die deutsche Rechtsordnung, rechtliche Grundbegriffe und die juristische Denkweise.
- Sie sind vertraut mit der Vertragsfreiheit und typischen Vertragsproblemen sowie deren Lösung nach dem BGB. Sie kennen die wichtigsten Schuldverhältnisse und sind mit Grundbegriffen des Sachenrechts vertraut.
- Sie kennen die Grundlagen des Handelsrechts aus dem HGB sowie Grundzüge des Gesellschaftsrechts.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage, Vorschriften etwa aus dem BGB oder HGB anzuwenden, um wirtschaftsprivatrechtliche Fälle zu lösen.
- Sie sind in der Lage zu beurteilen, in welchen rechtlichen Organisationsformen unternehmerische Tätigkeit stattfinden kann und welche Risiken mit Wahl der Organisationsform einhergehen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können das Recht als Instrument zur Lösung sozialer Konflikte sehen und anwenden.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, in einem vorgegebenen Sachverhalt die aus rechtlicher Sicht relevanten Fragestellungen selbständig zu identifizieren.

Inhalt

1. Grundlagen
2. Willenserklärung und Vertragsschluss
3. Wirksamkeitshindernisse
4. Vertragliche Haupt- und Nebenpflichten
5. Vertragliche Schuldverhältnisse
6. Gesetzliche Schuldverhältnisse
7. Grundfragen des Sachenrechts
8. Grundzüge des Handelsrechts
9. Grundfragen des Gesellschaftsrechts

Einführung in das Recht

Pflichtliteratur

- BGB, Beck-Texte im dtv, aktuelle Auflage und HGB, Beck-Texte im dtv, aktuelle Auflage; oder:
Grobauer, C. (Hrsg.), Wirtschaftsgesetze für Wirtschaftsschulen und die kaufmännische
Ausbildung NWB Verlag, aktuelle Auflage

Literaturempfehlungen

Jahresabschluss und betriebliche Steuern

Modulname		
Jahresabschluss und betriebliche Steuern		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Ivonne Klipstein		
Stand vom	Sprache	
2024-10-17	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Pflicht	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Externes Rechnungswesen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Jahresabschluss und betriebliche Steuern

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen den Metazweck der Rechnungslegung.
- Sie kennen den (grundsätzlichen) Unterschied zwischen Handels- und Steuerbilanz, Einzelabschluss und Konzernabschluss und können unter Einsatz der nationalen Rechnungslegungsprinzipien einen Einzelabschluss nach Handels- und Steuerrecht erstellen.
- Sie können wichtige Posten in Bilanz und deren Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften nennen und ein der Erstellung des Einzeljahresabschlusses anwenden.
- Sie sind in der Lage die Bedeutung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses für die steuerliche Gewinnermittlung wiedergeben.
- Sie kennen die wichtigsten Posten in Bilanz und deren Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften.
- Sie kennen und verstehen den Inhalt und die Bedeutung von Jahres- und Konzernabschlüssen.
- Sie haben einen Überblick über die Unternehmensbesteuerung und kennen die Hauptunterschiede in der Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften.
- Die wichtigen Ertragsteuern (Einkommen- Körperschaft- und Gewerbesteuer) sind ihnen vertraut und sie können die Zusammenhänge zwischen diesen Steuerarten erklären und eine einfache Steuerberechnung durchführen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage, ausgehend von den Daten der Finanzbuchführung und unter der Vornahme differenzierter Jahresabschlussbuchungen einen Jahresabschluss nach nationalen Vorschriften zu erstellen.
- Sie können einen Jahresabschluss sowie einen Geschäftsbericht analysieren und die Ergebnisse interpretieren.
- Sie können einfache Steuerberechnungen vornehmen,
- Sie können die steuerlichen Rückstellungen berechnen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können in Gruppen Übungsaufgaben bearbeiten und Falllösungen erarbeiten.
- Die Studierenden können die Ergebnisse vor ihrer Seminargruppe präsentieren.

Selbstständigkeit

- Sie können Lehr- und Lernziele reflektieren und diese eigenverantwortlich verfolgen.

Jahresabschluss und betriebliche Steuern

Inhalt

1. Einführung und Grundlagen der Bilanzierung
2. Zusammenhang von Handels- und Steuerbilanz
3. Ansatz- und Bewertungsvorschriften
4. Einführung in die Internationalisierung der Rechnungslegung
5. Betriebliche Ertragsteuern
 - 5.1 Einkommensteuer
 - 5.2 Körperschaftsteuer
 - 5.3 Gewerbesteuer

Pflichtliteratur

- NWB Verlag (Hrsg.). Wichtige Steuergesetze: mit Durchführungsverordnungen (aktuelle Auflage). Herne: NWB Verlag GmbH & Co. KG.

Literaturempfehlungen

- Baetge, J., Kirsch, H., Thiele, S. & IDW-Verlag. (2021). *Bilanzen* (16., überarbeitete Auflage). Düsseldorf : IDW.
- Coenenberg, A., Haller, A., Schultze, W. & Lotze, M. (2018). *Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse : betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS* (25., überarbeitete Auflage). Stuttgart : Schäffer-Poeschel Verlag.
- Budilov-Nettelmann, N., Immenkötter, C., Ruge, S. & Wiley-VCH. (2021). *Steuerlehre für dummies* (1. Auflage). Weinheim : Wiley-VCH.

Kosten- und Leistungsrechnung

Modulname Kosten- und Leistungsrechnung		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Ivonne Klipstein		
Stand vom 2026-08-11	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Externes Rechnungswesen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Kosten- und Leistungsrechnung

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Aufgaben und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung und können diese erläutern.
- Die Studierenden kennen die Gestaltungsformen, Inhalte und Aussagen der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung und können diese erörtern.
- Die Studierenden können mit Hilfe des Einsatzes der Deckungsbeitragsrechnung kurzfristige Entscheidungsprobleme lösen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage, die Anwendungsmöglichkeiten sowie den Nutzen der Kosten- und Leistungsrechnung adäquat einzuschätzen.
- Die Studierenden sind in der Lage, die grundlegenden Methoden anzuwenden und im Rahmen der Erfolgsrechnungen den sachzielbezogenen Periodenerfolg zu bestimmen.
- Sie können Problemstellungen aus dem Gebiet der Kosten- und Leistungsrechnung in der Praxis erfolgreich bearbeiten.
- Die Studierenden sind in der Lage, Berechnungen mit Hilfe einer Tabellenkalkulation durchzuführen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, Übungsaufgaben und Fallstudien verantwortlich zu bewältigen sowie ihre Lösungen argumentativ zu vertreten.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können Probleme der Kosten- und Leistungsrechnung eigenständig analysieren, bewerten und lösen.

Kosten- und Leistungsrechnung

Inhalt

1. Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
2. Teilbereiche der Kostenrechnung
 - 2.1 Kostenartenrechnung
 - 2.2 Kostenstellenrechnung
 - 2.3 Kostenträgerrechnung
3. Kurzfristige kalkulatorische Erfolgsrechnung
 - 3.1 Einführung in die kurzfristige Erfolgsrechnung
 - 3.2 Verfahren der kurzfristigen Erfolgsrechnung
4. Systeme der Teilkostenrechnung
 - 4.1 Einführung
 - 4.2 Die einstufige Deckungsbeitragsrechnung
 - 4.3 Die mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
 - 4.4 Die relative Einzelkostenrechnung
5. Grundzüge der Plankostenrechnung

Pflichtliteratur

- Kudert, S., Sorg, P. & Ewald v. Kleist-Verlag. (2019). *Kosten- und Leistungsrechnung leicht gemacht: eine Einführung für Studierende an Universitäten, Hochschulen und Berufsakademien* (2., überarbeitete). Berlin : Kleist.
- Haberstock, L., Breithecker, V. & Haberstock, P. (2020). *Kostenrechnung; 1: Einführung - mit Fragen, Aufgaben, Fallstudien und Lösungen* (14., neu bearbeitete und erweiterte Auflage). Berlin : Schmidt.

Literaturempfehlungen

- Eisele, W. & Knobloch, A. (2019). *Technik des betrieblichen Rechnungswesens : Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen* (9., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). München : Verlag Franz Vahlen.

Produktion und Logistik

Modulname Produktion und Logistik		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster		
Stand vom 2024-10-09	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Wirtschaftsmathematik und Statistik I
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Produktion und Logistik

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden verstehen die Grundlagen der Produktionswirtschaft, der Produktions- und Kostentheorie, des Operation Research sowie die Grundlagen der Entscheidungstheorie und können diese beim Lösen produktionswirtschaftlicher bzw. logistischer Entscheidungsprobleme anwenden.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können ihre erworbenen Kenntnisse anwenden, um ausgewählte produktionswirtschaftliche und logistische Entscheidungsprobleme zu verstehen, zu strukturieren und zu lösen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage eigene Lösungen für Entscheidungsprobleme im Dialog mit anderen Studierenden zu erarbeiten und die Ergebnisse adäquat zu präsentieren.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Ziele zu definieren, eigenständig Methoden zum Lösen eines Problems zu wählen und die eigenen Lösungen zu analysieren und zu interpretieren.

Inhalt

1. Ausgewählte Grundbegriffe der Produktion
 - 1.1 Produktionswirtschaftliche Begriffe
 - 1.2 Elemente eines Produktionsprozesses
 - 1.3 Erscheinungsformen von Produktionssystemen
2. Grundlagen der Produktions- und Kostentheorie
 - 2.1 Grundlagen von Produktions- und Kostenfunktionen
 - 2.2 Produktionsfunktionen
 - 2.3 Kostenfunktionen
3. Produktion und Logistik im System der Unternehmensplanung
4. Modellierung und Lösung ausgewählter Probleme produktionswirtschaftlicher und logistischer Entscheidungsprobleme
 - 4.1 Entscheidungsunterstützung und Operations Research
 - 4.2 Produktionsplanung und -steuerung
 - 4.3 Probleme in der Transportlogistik

Produktion und Logistik

Pflichtliteratur

- Bloech J., Bogaschewsky R., Buscher U., Daub A., Götze U., Roland F. (2014) Einführung in die Produktion, 7. Aufl., Berlin und Heidelberg.
- Günther, H.-O., Tempelmeier, H. (2016): Produktion und Logistik, 12. Aufl., Norderstedt.
- Kummer, S., Grün, O., Jammerneegg, W. (2013): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. Aufl. München u.a.
- Ivanov, D., Tsipoulanidis, A. & Schönberger, J. (2021). *Global Supply Chain and Operations Management : A Decision-Oriented Introduction to the Creation of Value* (Third edition). Cham : Springer.
- Heizer, J., Render, B. & Munson, C. (2017). *Principles of operations management : sustainability and supply chain management* (Tenth edition, global edition). Boston : Pearson.

Literaturempfehlungen

- Vahs, D. und J. Schäfer-Kunz (2012): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 6. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Steglich, M., Feige, D. and P. Klaus (2016): Logistik-Entscheidungen: Modellbasierte Entscheidungsunterstützung in der Logistik mit LogisticsLab, 2. Aufl., De Gruyter, Berlin und Boston
- Zijm, H., Klumpp, M., Regattieri, A. & Heragu, S. (2019). *Operations, Logistics and Supply Chain Management*. Cham : Springer International Publishing.

Wirtschaftsmathematik und Statistik II

Modulname		
Wirtschaftsmathematik und Statistik II		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. nat. Rainer Stollhoff		
Stand vom	Sprache	
2026-08-20	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Pflicht	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Wirtschaftsmathematik und Statistik I
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Wirtschaftsmathematik und Statistik II

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen verschiedene Datenquellen und veröffentlichte Statistiken, verstehen deren unterschiedliche Eigenschaften (Qualität, Zuverlässigkeit, Kontext). Sie können auf diese zugreifen und diese einsetzen.
- Die Studierenden kennen und verstehen die Konzepte der grundlegenden deskriptiven Statistik für verschiedene Variablentypen bzw. Messskalen und können diese auf angewandte Fragestellungen anwenden.
- Die Studierenden kennen und verstehen die grundlegenden Konzepte der Wahrscheinlichkeitsrechnung und der induktiven Statistik und können diese im Kontext angewandter Problemstellungen einordnen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können Methoden der deskriptiven Statistik anwenden, um Daten mit Hilfe von Statistiken und grafischen Darstellungen zusammenzufassen, die Ergebnisse zu interpretieren und die Bedeutung zu abstrahieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, Tabellenkalkulationssoftware zu verwenden, um Daten zu verwalten, statistische Zusammenfassungen zu berechnen und grafische Darstellungen zu erstellen.
- Die Studierenden können geeignete statistische Verfahren anwenden, um empirisch begründete Schlussfolgerungen aus quantitativen Daten auf einem grundlegenden Niveau in einem Tabellenkalkulationsprogramm zu ziehen.
- Die Studierenden können Wahrscheinlichkeits- und Verteilungsfunktionen ausgewählter, gängiger Wahrscheinlichkeitsverteilungen für einfache Simulationsmodelle mit Hilfe von Tabellenkalkulationssoftware verwenden.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können Ausgangslage, Vorgehensweise sowie Ergebnisse einer statistischen Analyse anderen wirksam mitteilen.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden können empirische Belege einer statistischen Analyse nutzen, um ihre eigenen und die von anderen geäußerten Ansichten und Meinungen kritisch zu reflektieren.

Wirtschaftsmathematik und Statistik II

Inhalt

1. Datenerfassung und Datenverwaltung
 - 1.1 Quellen für Daten und Statistiken
 - 1.2 Grundlagen der Datenverwaltung
 - 1.3 Datenformate, Datentypen, Messskalen
 - 1.4 Populations- und Stichprobendaten
2. Univariate Deskriptive Statistik
 - 2.1 Absolute, relative und kumulative Häufigkeiten
 - 2.2 Lagemaße: Mittelwert, Median
 - 2.3 Streuungsmaße: Standardabweichung, Varianz, Quantilsfunktion
 - 2.4 Konzentrationsmaße: Gini-Index und Lorenzkurve
 - 2.5 Grafische Darstellung
3. Bivariate deskriptive Statistik
 - 3.1 Pivot-Tabellen zur Aggregation von Variablen
 - 3.2 Kovarianz, Korrelation und ihre Beziehung zur Kausalität
 - 3.3 Grafische Darstellung
4. Einführung in die statistische Modellierung im Kontext der deskriptiven Statistik
 - 4.1 Lineare Regressionsmodelle: Steigung, Achsenabschnitt, R^2
 - 4.2 Zeitreihenanalyse: Trendlinien, gleitender Durchschnitt, exponentielle Glättung
5. Wahrscheinlichkeitsverteilungen und Stichproben
 - 5.1 Grundgesetze der Wahrscheinlichkeitsrechnung: Addition, Multiplikation, Bayes-Theorem
 - 5.2 Wahrscheinlichkeitsverteilungen (Binomial, Uniform, Normal, Student's t)
 - 5.3 Ziehen aus Wahrscheinlichkeitsverteilungen
6. Hypothesentests
 - 6.1 Stichprobeneigenschaften, Schätzung, Konfidenzintervalle
 - 6.2 Logik der Hypothesentests, Signifikanzniveaus, Fehlertypen
 - 6.3 Testen von Mittelwertsunterschieden: z-Test, t-Test, ANOVA

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Haack, B., Tippe, U., Stobernack, M. & Wendler, T. (2017). *Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler : Intuitiv und praxisnah*. Berlin, Heidelberg : Springer Berlin Heidelberg.

Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht

Modulname		
Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. jur. Stefan Strassner		
Stand vom	Sprache	
2026-09-03	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Pflicht	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen den Rechtsrahmen für unternehmerisches Handeln in Bezug auf Organisationsformen dieses Handelns, die Außenbeziehungen des Unternehmens und die internen Rechtsverhältnisse mit den Beschäftigten.
- Sie verstehen die juristische Denkweise und können juristische Lösungen in ihrer Systematik nachverfolgen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können die rechtlichen Risiken unternehmerischen Handelns in den Rechtsgebieten des Moduls einschätzen und entscheiden, ab wann eine Beratung durch die Rechtsabteilung nötig ist.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können beurteilen, wie sich unternehmerische Entscheidungen auf die Lebenswirklichkeit der im Kontext des Unternehmens eingebundenen Personen (Arbeitnehmer, Eigentümer, Vertragspartner) auswirken.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, häufige Fragen der Rechtsgebiete des Moduls selbständig unter Heranziehung der entsprechenden Vorschriften und einschlägiger Rechtsprechung zu beantworten, soweit es sich um einfachere Fälle und Fragestellungen handelt.
- Bei schwierigeren Fragen und Fragestellungen sind sie in der Lage, selbständig die Problemlage so zu definieren, dass weitergehender Expertenrat unmittelbar ansetzen kann.

Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht

Inhalt

1. Handelsrecht
 - 1.1 Bedeutung Handelsrecht
 - 1.2 Handelsgewerbe
 - 1.3 Handelsregister, Firmenrecht, Stellvertretung
 - 1.4 Schweigen im Handelsverkehr
 - 1.5 Handelskauf
2. Gesellschaftsrecht
 - 2.1 Überblick
 - 2.2 Strukturunterschiede Kapital- / Personengesellschaftsrecht
 - 2.3 Kapitalgesellschaftsrecht
 - 2.3.1 AG
 - 2.3.2 GmbH / UG
 - 2.4 Personengesellschaftsrecht
 - 2.4.1 OHG und BGB-G
 - 2.4.2 Besonderheiten KG
3. Arbeitsrecht
 - 3.1 Einführung
 - 3.2 Abgrenzung Individual- / kollektives Arbeitsrecht
 - 3.3 Individualarbeitsrecht
 - 3.3.1 Begründung des Arbeitsverhältnisses
 - 3.3.2 Inhalt des Arbeitsverhältnisses
 - 3.3.3 Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insbes. Kündigungsrecht
 - 3.4 Kollektives Arbeitsrecht
 - 3.4.1 Koalitionen, Tarifvertrags- und Arbeitskampfrecht
 - 3.4.2 Betriebsverfassungsrecht

Pflichtliteratur

- Kunkel, C, Peters, J. (2020). Besonderes Wirtschaftsprivatrecht: Ein Lehrbuch mit den Grundzügen des Handels- Gesellschafts- und Arbeitsrechts, epubli Verlag.
- Müssig, P. (2024). Rechtliche Grundlagen wirtschaftlichen Handelns. C.F.Müller Verlag.

Literaturempfehlungen

Wirtschaftsenglisch I

Modulname Wirtschaftsenglisch I		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche M.A. John Paul O Donoghue		
Stand vom 2024-09-20	Sprache Deutsch, Englisch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Wirtschaftsenglisch I

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- The students are able to reproduce in writing and orally sequences of business phrases, using key verbs and nouns relevant to basic business vocabulary.
- Through a range of simulations / role-plays, students can demonstrate their command of business English in different business situations (a negotiation between an employer and employee; a sales contract deal in a trade fair situation; business presentation).

Fertigkeiten

- Students can use different business tools and models (e.g. SWOT analysis; Porter's Five Forces framework; PESTEL model; 7 steps of decision-making) to analyse different company scenarios and draft and evaluate business decisions.
- Students are able to effectively present their results to the class applying the business tools and models they have learnt and using appropriate business phrases.
- Students can simulate meetings on different business scenarios (e.g. evaluating a foreign investment / assessing a business decision).

Soziale Kompetenz

- The students present in groups, demonstrating their ability to coordinate their presentation with each other and to consider the impact of their presentation on the student audience.
- Students demonstrate the value of asking questions and supporting other groups when they present as a key factor in creating an atmosphere of open dialogue and tolerance.

Selbständigkeit

- The students choose and prepare their own topic for presentations.
- The role-plays are designed to allow for creative exploitation of original individual solutions to business problems.
- Students are able to critically reflect on various business theories and models and to evaluate their application to specific problems.

Inhalt

1. Business Vocabulary
2. SWOT Analysis
3. Porter's Five Forces of competition
4. Negotiations
5. Meetings
6. Trade Fair and Sales Deals

Wirtschaftsenglisch I

Pflichtliteratur

- Brieger, N. & Comfort, J. (1992). *Language reference for business English : grammar, functions and communication skills* (1. publ.). New York [u.a.] : Prentice Hall.
- Cotton, D., Falvey, D. & Kent, S. (o.D.). *Market Leader : intermediate business English*. [Harlow u.a.] : Pearson.
- (1996). *Business matters : the business course with a lexical approach; Students' book*. Hove : Language Teaching Publ.
- Mascull, B. (2002). *Business vocabulary in use* (1. publ.). Cambridge [u.a.] : Cambridge Univ. Press [u.a.].

Literaturempfehlungen

Reflexion und Professionalisierung I

Modulname		
Reflexion und Professionalisierung I		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Ivonne Klipstein		
Stand vom	Sprache	
2025-11-10	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Pflicht	SMP	2

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 2	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 2
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 2	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 2

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 30,0 Std.	Selbststudium 15,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 15,0 Std.	Summe 60 Std.

Reflexion und Professionalisierung I

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierende kennen die aktuellen Entwicklungen und Trends der Arbeitswelt, insbesondere in Hinblick auf Digitalisierung, Nachhaltigkeit und interkulturelle Zusammenarbeit.
- Die Studierenden kennen die Spezialisierungsmöglichkeiten ihres Studiengangs und deren berufliche Einsatzfelder.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können Methoden der Selbstreflexion anwenden, um ihre Stärken und Entwicklungsfelder zu identifizieren.
- Sie sind in der Lage, Informationen zu Berufsfeldern systematisch zu recherchieren und mit ihren persönlichen Zielen abzugleichen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können konstruktiv in Gruppen reflektieren und unterschiedliche Perspektiven in ihre Entscheidungsprozesse einbeziehen.

Selbstständigkeit

- Studierende können ihre Stärken & Schwächen/Potenziale identifizieren und daraus Lernziele ableiten.
- Sie übernehmen Verantwortung für ihren individuellen Lern- und Entwicklungsprozess im Hinblick auf ihre berufliche Zielsetzung.
- Die Studierenden treffen eigenverantwortlich Entscheidungen zur Wahl ihrer Spezialisierung auf Basis reflektierter Kriterien.

Inhalt

1. Einführung in das Modul und Zielsetzung
2. Selbstreflexion und Kompetenzanalyse
3. Berufsfeldrecherche und Unternehmensbeispiele
4. Vorstellung der Spezialisierungsmöglichkeiten
5. Dokumentation der Reflexion und Vorbereitung der Spezialisierungswahl
6. Vorbereitung des Moduls "Reflexion und Professionalisierung II", insbesondere durch Wahl eines Workshops

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

Volkswirtschaftslehre I

Modulname Volkswirtschaftslehre I		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof.Dr.rer.pol.habil. Iciar Dominguez Lacasa		
Stand vom 2024-10-20	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 7	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Volkswirtschaftslehre I

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden können die Grundphänomene und Institutionen einer Marktwirtschaft beschreiben.
- Die Studierende kennen und verstehen das Grundinstrumentarium zur Analyse der Eigenschaften und Funktionsweisen von Märkten und Netzwerken aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht. Sie können Diagramme erstellen, beschreiben und interpretieren.
- Die Studierenden kennen sich mit der Analyse der Eigenschaften und Funktionsweisen von Märkten und Netzwerken aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht aus.
- Studierende kennen die Grundfunktionen von Standardsoftware für Datenbearbeitung und -analyse.

Fertigkeiten

- Studierende sind in der Lage, aktuelle wirtschaftliche Fragestellungen zu verstehen und mit ihrer Fachkenntnis zu bewerten.
- Studierende können Fachliteratur zusammenfassen und darüber reflektieren.
- Studierende erwerben die Fähigkeit, grafisch und verbal ökonomische Sachverhalte darzustellen und zu interpretieren.
- Studierende sind in der Lage, wirtschaftswissenschaftliche Daten, Resultate und Analysen in öffentlich zugänglichen Datenbanken, im Internet und in Publikationen zu verwenden und mit Standardsoftware zu analysieren.

Soziale Kompetenz

- Studierende sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen, volkswirtschaftliche Inhalte zu diskutieren und adäquat zu kommunizieren.
- Studierende können Aufgabenstellungen im Team diskutieren und lösen.
- Studierende können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren.

Selbstständigkeit

- Studierende sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese zu realisieren.
- Studierende können die eigenen Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen vergleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten wie z.B. Lernberatung nachfragen.

Volkswirtschaftslehre I

Inhalt

1. Gegenstand und Fragen der Wirtschaftswissenschaften
2. Institutionen und Wirtschaftssysteme
3. Unternehmen, Märkte und Marktstrukturen
4. Unternehmensentscheidungen in unterschiedlichen Marktstrukturen
5. Marktversagen und Externalitäten
6. Wachstum und Nachhaltigkeit
7. Innovation und technischer Fortschritt

Pflichtliteratur

- Bofinger, P. & Pearson Studium. (2020). *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre : eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten* (5., aktualisierte Auflage). Hallbergmoos : Pearson.
- Bowles, S., Carlin, W., Stevens, M. & The CORE Team. (2017). *The economy : economics for a changing world*. Oxford : Oxford University Press.
- Baßeler, U., Heinrich, J. & Utecht, B. (2010). *Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft* (19., überarb. Aufl.). Stuttgart : Schäffer-Poeschel.

Literaturempfehlungen

- Becker, R. & Tipoe, E. (o.D.). *Doing Economics*. coreecon.

Investition und Finanzierung

Modulname Investition und Finanzierung		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. phil. Stefanie Lahn		
Stand vom 2026-02-12	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Externes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, Wirtschaftsmathematik und Statistik I
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Lernziele
Kenntnisse/Wissen
– Studierende kennen Arten und Hauptproblemstellungen der Investition. – Sie kennen Finanzierungs- und Investitionsziele in der Unternehmenspraxis in Ableitung aus den Unternehmenszielen. – Studierende kennen wesentliche Inhalte und Arten der Beteiligungsfinanzierung für emissions- und nicht emissionsfähige Unternehmen. – Studierende kennen die Grundlagen und Inhalte der Innenfinanzierung. – Studierende kennen die Grundlagen der Kreditfinanzierung sowie die Kreditwürdigkeitsprüfung und die wesentlichsten Sicherungsinstrumente.

Investition und Finanzierung

- Studierende können Investitionsentscheidungen fachlich begründen.

Fertigkeiten

- Studierende können systematisch an Problemstellungen von Investitionen herangehen und Lösungen für diese unter Anwendung statischer und dynamischer Methoden der Investitionsrechnung entwickeln.
- Die Studierenden können die Ergebnisse von statischen und dynamischen Investitionsrechnungen praxisnah interpretieren und kritisch hinterfragen, um die Tragfähigkeit ihrer Entscheidungen zu sichern.
- Die Studierenden kennen grundlegende Finanzierungsmöglichkeiten für Unternehmen und sind in der Lage verschiedene Finanzierungsarten hinsichtlich Ihrer Vorteilhaftigkeit zu bewerten.
- Die Studierenden können digitale Werkzeuge und Technologien effektiv nutzen, um Informationen zu Finanzinvestitionen zu recherchieren, zu analysieren und kritisch zu bewerten, sowohl individuell als auch im Team.
- Die Studierenden können Daten und Informationen zu Finanzinvestitionen systematisch analysieren und interpretieren sowie die Ergebnisse ihrer Analysen in einem wirtschaftlichen Kontext kommunizieren.
- Die Studierenden können ...

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können Arbeitsprozesse kooperativ planen und gestalten, Abläufe und Ergebnisse begründen, Sachverhalte umfassend darstellen sowie bereichsspezifische und bereichsübergreifende Diskussionen führen.
- Die Studierenden können durch Experimentieren neue Wege finden, Ideen entwickeln und dementsprechend umsetzen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können in Arbeitsgruppen digitale Inhalte erstellen und bearbeiten. Sie können im Team Informationen und Inhalte modifizieren, verfeinern, verbessern und in einen bestehenden Wissensbestand integrieren.
- Die Studierenden können Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich erledigen und dabei den Überblick wahren. Sie können Vorgänge und wichtige Details dokumentieren.

Investition und Finanzierung

Inhalt

1. Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft
2. Investitionsrechnerische Grundlagen
 - 2.1 Statische Methoden der Investitionsrechnung
 - 2.2 Dynamische Methoden der Investitionsrechnung
 - 2.3 Finanzinvestitionen
3. Grundlagen der Finanzierung
 - 3.1 Finanzierungsarten im Überblick
 - 3.2 Beteiligungsfinanzierung
 - 3.3 Fremdfinanzierung
 - 3.4 Innenfinanzierung

Pflichtliteratur

- Olfert, K. (2016). *Investition* (13., aktualisierte Auflage). Herne : NWB Verlag.
- Olfert, K. (2017). *Finanzierung - Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft* (17. Auflage). Herne : NWB Verlag GmbH & Co. KG.

Literaturempfehlungen

- Losbichler, H. (2019). *Cashflow, Investition und Finanzierung* (4. Auflage). Wien : Linde.
- Bleis, C. (2008). *Grundlagen Investition und Finanzierung : Lehr- und Arbeitsbuch* (2. verb. und erw. Aufl.). München : Oldenbourg.

Wissenschaftliches Arbeiten

Modulname Wissenschaftliches Arbeiten		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Ivonne Klipstein		
Stand vom 2026-08-20	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 2

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 2	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 2
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 2	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 2

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 30,0 Std.	Selbststudium 15,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 15,0 Std.	Summe 60 Std.

Wissenschaftliches Arbeiten

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen den Unterschied zwischen Alltagsfragen und Forschungsfragen sowie Propositionen & Hypothesen.
- Die Studierenden können Quellen zur Literaturrecherche und gute sowie schlechte Literaturquellen benennen.
- Die Studierenden können eine Literaturarbeit planen und Entscheidungen für eine Priorisierung treffen.
- Die Studierenden kennen den Unterschied zwischen qualitativer und quantitativer Forschung sowie deren Möglichkeiten, Grenzen und Anwendungsgebiete.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können einfache Forschungsfragen, Propositionen und Hypothesen formulieren.
- Die Studierenden können Informationsbedürfnisse artikulieren und Daten, Informationen und Inhalte in analogen und digitalen Umgebungen suchen sowie digital organisieren & verwalten.
- Die Studierenden können die Inhalte gefundener Informationen analysieren und in Definitionen, Theorien und Modellen klassifizieren.
- Die Studierenden können einen digitalen Bericht über ein Forschungsfeld erstellen und dabei Quellen richtig, unter Nutzung digitaler Software, zitieren.

Soziale Kompetenz

- Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren
- Studierende sind in der Lage über einen längeren Zeitraum im Format einer Kleingruppe zielorientiert und erfolgreich zusammenzuarbeiten.

Selbstständigkeit

- Studierende können fachliche Aufgabenstellungen selbstständig planen und bearbeiten.
- Studierende sind befähigt, Ihre Arbeitsaufgaben gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich zu erledigen.
- Studierende können ihre eigene Person, sowie eigene Entscheidungen kritisch hinterfragen.

Wissenschaftliches Arbeiten

Inhalt

1. Forschung vs. Nicht-Forschung, Wahrheit, Induktion vs. Deduktion
2. Forschungsfragen vs. Alltagsfragen
3. Propositionen & Hypothesen
4. Online Literaturrecherche (Quellentypen (Primär & Sekundär), Datenbanken, Literaturbewertung)
5. Literaturarbeit (Exzerpte, Nutzung von Literatursoftware, wissenschaftliche Argumentation & Zitation)
6. Das kleine Forschungsexposé (Fragen & Propositionen, Definitionen / Theorien / Modelle / Empirie)
7. Forschungsprojektmanagement (Forschungsplan, Prioritätensetzung, Entscheidungen)
8. Überblick über die Forschungsdesigns (Qualitativ, Quantitativ, Mixed-Design) und Anwendungsfelder

Pflichtliteratur

- Leedy PD & Ormrod JE (2015): Practical Research - Planning and Design. Harlow: Pearson. Chapter 1-5.
- Technische Hochschule Wildau (2024): Empfehlung für die formale Gestaltung einer schriftlichen Beleg- oder Abschlussarbeit. TH Wildau: Wildau.

Literaturempfehlungen

- Baur N & Blasius J (2019): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Springer: Berlin. <http://link.springer.com/978-3-658-21308-4>
- Spoun, S. & Domnik, D. B. (2004). Erfolgreich studieren. Ein Handbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. München: Pearson.
- Bortz J & Döring N (2006): Forschungsmethoden und Evaluation - für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin: Springer. <http://link.springer.com/978-3-540-33306-7>

Projektmanagement

Modulname Projektmanagement		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. Susanne Marx		
Stand vom 2025-12-16	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 0 / 0 / 2 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 7	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 0 / 0 / 2 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Projektmanagement

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Grundlagen des Projektmanagements und deren Bedeutung in einer projektifizierten Gesellschaft.
- Die Studierenden kennen verschiedene Standards, Normen und Vorgehensweisen im Projektmanagement.
- Die Studierenden kennen und verstehen ausgewählte Methoden des Projektmanagements u.a. Projektdesign, Anforderungen und Ziele, Leistungsumfang, Ablauf und Termine, Projektorganisation, Planung und Steuerung, Risiko-Management, Stakeholder-Management.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage ausgewählte Methoden und Techniken des traditionellen und agilen Projektmanagements auf praxisnahe Problemstellungen in einer Fallstudie zu übertragen.
- Die Studierenden sind befähigt, kleinere Projekte eigenständig zu konzipieren und zu planen.
- Die Studierenden sind in der Lage erste Einschätzungen zur Eignung verschiedener Methoden des Projektmanagements zu geben.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, die Fachbegriffe des Projektmanagements zu verstehen und in Diskussionen selbständig anzuwenden.
- Die Studierenden können präzises, qualifiziertes Peer-Feedback zu Themen des Projektmanagements zu geben.
- Die Studierenden sind befähigt, in Kleingruppen an Fallstudien zu arbeiten, Teamarbeit zu managen und Fortschritte zu erzielen.
- Die Studierenden sind in der Lage, ihre Überlegungen und Ergebnisse zu präsentieren und zu begründen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind dazu in der Lage, sich selbstständig mit Methoden und Werkzeugen des Projektmanagements in vorgegebenen Projektbereichen auseinanderzusetzen.
- Die Studierenden sind fähig, sich selbst zu organisieren und die Zeit effizient zu managen.
- Darüber hinaus können sie Entscheidungen im Projektmanagement beurteilen.
- Die Studierenden sind in der Lage, relevante Quellen zum Projektmanagement zu identifizieren, sowohl aus akademischer Perspektive als auch aus Sicht der Praxis.

Projektmanagement

Inhalt

1. Einführung in das Projektmanagement
2. Standards und Normen im Projektmanagement
3. Selbstmanagement, persönliche Kommunikation und Teamwork
4. Projektdesign (klassisch, agil, hybrid)
5. Anforderungen und Ziele
6. Stakeholder
7. Projektorganisation
8. Leistungsumfang und Lieferobjekte
9. Ablauf und Termine
10. Kosten und Ressourcen
11. Chancen und Risiken
12. Steuerung und Kontrolle
13. Abschluss

Pflichtliteratur

- GPM (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4), Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement (Band 1 und 2), GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e. V. (Hg.): Nürnberg.
- GPM (2017): Individual Competence Baseline für Projektmanagement, IPMA ICB 4.0, 1. aktual. Aufl., GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e. V. (Hg.): Nürnberg, https://www.gpm-ipma.de/know_how/pm_normen_und_standards/standard_icb_4.html
- Klotz, M. & Marx, S. (2025). *Normen und Standards für Projekt-, Programm- und Portfoliomanagement* (4., überarbeitete und erweiterte Auflage). Stralsund : Hochschule Stralsund, Stralsund Information Management Team (SIMAT).

Literaturempfehlungen

- Timinger, H. & Wiley-VCH. (2021). *Modernes Projektmanagement in der Praxis : mit System zum richtigen Vorgehensmodell* (1. Auflage). Weinheim : Wiley-VCH.
- Timinger, H. (2024). *Modernes Projektmanagement : mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg* (2. Auflage). Weinheim : Wiley-VCH GmbH.

Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme

Modulname Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Ralf Szymanski		
Stand vom 2024-09-25	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 7	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden sind befähigt Konzepte, Vor- und Nachteile von betriebswirtschaftlichen Individual- und Standardsoftware-Systemen zu erläutern.
- Sie beherrschen die Grundlagen der betrieblichen Geschäftsprozessmodellierung, verstehen die Abläufe verschiedener Geschäftsprozesse und haben den Fokus auf dem Integrationsaspekt im Geschäftsprozessing.
- Die Studierenden verstehen die Vorteile eines ERP-Systems hinsichtlich der Optimierung von Geschäftsprozessabläufen und der Planung und Bereitstellung von Unternehmensressourcen.
- Die Studierenden erkennen die Möglichkeiten und Grenzen spezifischer ERP-Systeme und haben Wissen zum Aufbau, der Struktur und der wichtigsten Kernkomponenten eines ERP-Systems.

Fertigkeiten

- Studierende verstehen ausgewählte Geschäftsprozesse (GP), können diese anwenden und durchführen unter Nutzung von ERP-System-Tools (z.B. SAP o.ä.).
- Die Studierenden können ihr theoretisches Grundlagenwissen anhand der praktischen Durchführung von Geschäftsprozessen in einer Modellfirma umsetzen und verstehen so die Arbeitsweise eines ERP-Systems und können diese aktiv begleiten und modifizieren.

Soziale Kompetenz

- Studierende sind in der Lage, sich gegenseitig zu unterstützen.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und in der Unterrichtsdiskussion betriebswirtschaftliche Geschäftsprozessinhalte adäquat zu kommunizieren.
- Sie können Aufgabenstellungen (Fallstudien) im Team diskutieren und lösen.
- Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren und auf Nachfragen angemessen reagieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, ihr theoretisches Wissen in der Praxis unter Nutzung eines ERP-Systems anzuwenden. Sie können selbständig verschiedenen Aufgabenrollen ausführen, dabei Teamabsprachen treffen und verschiedene Geschäftsbereiche eines Unternehmens integrieren.

Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme

Inhalt

1. Aspekte betrieblicher Informationssysteme
2. Aufbau, Struktur, Kernfunktionen des ERP-Systems SAP S4/HANA
3. Modellierung, Abläufe, Zusammenhänge von Geschäftsprozessen
4. Es werden mehrere Aufgabenstellungen unterschiedlicher Module in SAP/S4 HANA implementiert.
5. umfangreiche Fallstudien in SAP S4/HANA

Pflichtliteratur

- Die erforderlichen SAP-Unterlagen werden im Kurs bereitgestellt.

Literaturempfehlungen

Wirtschaftsenglisch II

Modulname Wirtschaftsenglisch II		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche M.A. John Paul O Donoghue		
Stand vom 2024-09-27	Sprache Deutsch, Englisch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Wirtschaftsenglisch II

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Students communicate in writing and orally using more complex phrasing and vocabulary relevant to business English, building on their knowledge from Wirtschaftsenglisch I.
- Students can also list and define the key theories of motivation and are able to apply these theories to an actual case study.
- They can describe basic personality types and explain how these apply in a professional environment.

Fertigkeiten

- The students can identify and interpret financial statements within an entrepreneurial context.
- Students are able to develop and present a business plan.
- Students can formulate their own financial statements, illustrating them with a range of visuals such as a bar chart, pie chart and table.
- They can present a sales pitch to an audience inviting potential investors to finance their business.

Soziale Kompetenz

- Working in small teams, students provide their peers feedback on presentations and evaluate each other's business plans.

Selbstständigkeit

Inhalt

1. Motivation theories
2. Basic finance
3. Entrepreneurship including pitching
4. Explaining graph

Pflichtliteratur

- (1996). *Business matters : the business course with a lexical approach; Students' book*. Hove : Language Teaching Publ.
- Frendo, E. & Mahoney, S. (2003). *English for accounting* (1. Aufl.). Berlin : Cornelsen.

Literaturempfehlungen

Reflexion und Professionalisierung II

Modulname Reflexion und Professionalisierung II		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Ivonne Klipstein		
Stand vom 2025-12-03	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 3

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 2	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 2
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 2	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 2

Empfohlene Voraussetzungen Reflektion und Professionalisierung I
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 30,0 Std.	Selbststudium 0,0 Std.	Projektarbeit 45,0 Std.	Prüfung 15,0 Std.	Summe 90 Std.

Reflexion und Professionalisierung II

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende wählen eigenständig aus einem kompetenzbasierten Workshopkatalog und bauen ihr Wissen in den gewählten Kompetenzbereichen aus.
- Sie verfügen über Wissen zu professionellen Standards, Schlüsselkompetenzen und Erwartungen der Arbeitswelt und können diese gezielt zur Verbesserung ihrer individuellen Arbeitsmarktchancen nutzen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage, themenspezifische Workshops aus einem bereitgestellten Portfolio gezielt auszuwählen und deren Inhalte praxisnah auf ihre berufliche Entwicklung zu übertragen.
- Sie können berufsbezogene Kompetenzen, z. B. in den Bereichen Kommunikation, Selbstmanagement, IT-Anwendungen oder Präsentation, anwenden und weiterentwickeln.

Soziale Kompetenz

- Sie sind in der Lage praxisbezogene Aufgabenstellungen zu bearbeiten, wie sie in den Workshops vermittelt werden und können ihre Ergebnisse in der Gruppe diskutieren.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ihre berufliche Weiterentwicklung, indem sie gezielt Workshopangebote zur Verbesserung ihrer Arbeitsmarktchancen nutzen.
- Sie reflektieren ihre Lernerfahrungen aus den Workshops selbstständig und leiten daraus konkrete Maßnahmen zur weiteren Professionalisierung ab.

Inhalt

1. Workshop-Portfolio

Die Studierenden haben im Modul "Reflexion und Professionalisierung I" einen Workshop ausgewählt, der ihren individuellen Interessen und beruflichen Zielen entsprechen. Jeder Workshop umfasst praxisnahe Inhalte, Übungen und Transferaufgaben.

2. Reflexionsphase

Die Studierenden dokumentieren ihre Lernerfahrungen und reflektieren, wie sie die erworbenen Kompetenzen in ihrer beruflichen Entwicklung nutzen können.

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

Volkswirtschaftslehre II

Modulname		
Volkswirtschaftslehre II		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof.Dr.rer.pol.habil. Iciar Dominguez Lacasa		
Stand vom	Sprache	
2024-10-20	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Pflicht	SMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Volkswirtschaftslehre I
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Volkswirtschaftslehre II

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende kennen volkswirtschaftliche Standardkennzahlen und Indikatoren und sind in der Lage, Indikatoren in unterschiedlichen Kontexten zu interpretieren.
- Studierende können wichtige Akteure und Institutionen der Wirtschaft in Deutschland und dem europäischen und internationalen Kontext identifizieren und ihre Arbeitsweisen beschreiben.
- Studierende kennen standard-makroökonomische Zusammenhänge auf nationaler und internationaler Ebene und können diese theoriegeleitet verbal und graphisch darstellen.
- Studierende kennen und verstehen die Möglichkeiten und Grenzen der Instrumente der Wirtschaftspolitik und können diese problemspezifisch aus unterschiedlichen Perspektiven analysieren.

Fertigkeiten

- Studierende sind in der Lage, Grundfragen und -positionen der Wirtschaftswissenschaften auf Themen der Gegenwart zu beziehen.
- Studierende können vordefinierte volkswirtschaftliche Probleme auf der Grundlage eines theoretischen Gerüsts analysieren und Schlussfolgerungen für Wirtschaftssubjekte ableiten.
- Studierende sind in der Lage, wirtschaftswissenschaftliche Daten, Resultate und Analyse in öffentlich zugänglichen Datenbanken, im Internet und in Publikationen zu recherchieren und zu nutzen.
- Studierende können gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Gesichtspunkte einer Fragestellung erkennen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, in Team verschiedene Perspektiven eines Problems zu beleuchten und Lösungsvorschläge mündlich und schriftlich vorzustellen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, selbständig Literatur und Daten zu recherchieren und zu analysieren.

Volkswirtschaftslehre II

Inhalt

1. Institutionen und Ziele der Wirtschaftspolitik
2. Indikatoren und Datenbanken für die volkswirtschaftliche Analyse
3. Wirtschaftswachstum und Wirtschaftsstruktur
4. Konjunkturzyklen und Wirtschaftskrisen
5. Beschäftigung und Arbeitsmarkt
6. Stabilisierungsmaßnahmen des Staates
7. Das Ziel der Preisstabilität
8. Globale und Europäische Integration

Pflichtliteratur

- Bowles, S., Carlin, W., Stevens, M. & The CORE Team. (2017). *The economy : economics for a changing world*. Oxford : Oxford University Press.
- Bofinger, P. & Pearson Studium. (2020). *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre : eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten* (5., aktualisierte Auflage). Hallbergmoos : Pearson.

Literaturempfehlungen

Teamentwicklung und Teamcoaching

Modulname Teamentwicklung und Teamcoaching		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Markus Karp		
Stand vom 2024-10-14	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Teamentwicklung und Teamcoaching

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen Teamentwicklung als wichtiges Motivationsinstrument und wichtigen Baustein der Organisationsentwicklung.
- Sie kennen typische Situationen, in denen Teams eingesetzt werden.
- Die Studierenden kennen sowohl die Vorteile und den Nutzen als auch die Nachteile und Grenzen von Teamarbeit.
- Die Studierenden können die verschiedenen Phasen der Teamentwicklungsprozesse erläutern und kritisch reflektieren und dabei Merkmale, Definition und Varianten von Teamentwicklung erklären.
- Die Studierenden können die verschiedenen Phasen des Coachingprozesses erläutern und kritisch reflektieren sowie dabei Merkmale, Definition und Methoden des Coachings erklären.

Fertigkeiten

- Sie kennen und beherrschen konkrete Techniken der Teamentwicklung.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind befähigt, Teams aufzubauen und zu führen.
- Die Teilnehmenden lernen durch Übungen und Feedbacks, die Funktion als Coach besser zu verstehen, verschiedene ziel- und leistungsorientierte Interventionen im Teamprozess und deren Anwendung

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig zu arbeiten.
- Sie sind in der Lage, sich selbst und ihre Rolle in Teams zu verstehen
- Sie können mit Hilfe zielorientierter Maßnahmen Konflikte regulieren und reflektieren.

Teamentwicklung und Teamcoaching

Inhalt

1. Einleitung
 - 1.1 Begriffsklärung: Gruppe oder Team?
 - 1.2 Teamformen in der Unternehmenspraxis
 - 1.3 Vorteile und Grenzen von Teams
2. Teamzusammenstellung
 - 2.1 Optimale Größe
 - 2.2 Personalaudit - Auswahl der Teammitglieder
 - 2.3 Rollenklärung und -zuweisung im Team
3. Teamentwicklung und -kommunikation
 - 3.1 Phasenmodelle der Teamentwicklung
 - 3.2 Teamkommunikation
 - 3.3 Entscheidungsfindung in Teams
4. Führung von Teams
 - 4.1 Funktion des Teamleiters
 - 4.2 Führung virtueller Teams
 - 4.3 Konfliktlösung in Teams
5. Coaching
 - 5.1 Coaching vs. Beratung
 - 5.2 Ziele und Aufgaben des Coachings
 - 5.3 Coaching Prozess
6. Coaching Methoden
 - 6.1 Formate, Systemische Methoden und Verfahren
 - 6.2 Praktische Übungen
7. Teamsupervision
 - 7.1 Gruppendynamik
 - 7.2 Methoden und praktische Übungen

Teamentwicklung und Teamcoaching

Pflichtliteratur

- Huber, J. & Hamann, A. (2015). *Coaching - Die Führungskraft als Trainer*. Springer.

Literaturempfehlungen

- Herrmann, D., Hüneke, K. & Rohrberg, A. (2006). *Führung auf Distanz : mit virtuellen Teams zum Erfolg* (1. Aufl.). Wiesbaden : Gabler.
- Kauffeld, S. (2001). *Teamdiagnose*. Göttingen : Verl. für Angewandte Psychologie.
- Stahl, E. (2012). *Dynamik in Gruppen: Handbuch der Gruppenleitung*. Beltz.
- van Dick, R. & A. West, M. (2013). *Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung (Praxis der Personalpsychologie, Band 8)*. Hogrefe Verlag.

Investition und Finanzierung für KMU

Modulname Investition und Finanzierung für KMU		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. phil. Stefanie Lahn		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Externes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, Wirtschaftsmathematik und Statistik I, Investition und Finanzierung
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Investition und Finanzierung für KMU

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende kennen die verschiedenen Formen der Mittelstandsfinanzierung.
- Studierende kennen die vertiefte Grundlagen der Kreditfinanzierung sowie die Kreditwürdigkeitsprüfung und die wesentlichsten Sicherungsinstrumente.

Fertigkeiten

- Studierende können verschiedene Finanzierungsarten auf ihre wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit für KMU überprüfen und bewerten.
- Studierende können Finanzierungsmöglichkeiten für KMU entwickeln.
- Studierende können digitale Werkzeuge und Technologien zur individuellen und kollektiven Schaffung von Wissen nutzen.

Soziale Kompetenz

- Arbeitsprozesse kooperativ planen und gestalten, Abläufe und Ergebnisse begründen, Sachverhalte umfassend darstellen, bereichsspezifische und übergreifende Diskussion führen, Kommunikation.
- Studierende können unter Zeitdruck Lösungen erarbeiten.
- Studierende sind experimentierfreudig und bereit, neue Wege zu gehen. Sie können Ideen entwickeln und dementsprechend umzusetzen. Sie sind einfallsreich und probieren gerne Neues aus.

Selbstständigkeit

- Studierende sind in der Lage sich selbst zu organisieren.
- Studierende sind in der Lage selbstständig Inhalte zu erarbeiten.
- Studierende erledigen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich. Hierbei wahren sie den Überblick, achten insbesondere auf die Dokumentation von Vorgängen und wichtigen Details.
- Studierende können gemeinsam mit anderen digitale Inhalte erstellen und bearbeiten. Sie können Informationen und Inhalte in Zusammenarbeit mit anderen modifizieren, verfeinern, verbessern und in einen bestehenden Wissensbestand integrieren.

Investition und Finanzierung für KMU

Inhalt

1. Mittelstand - Motor der deutschen Wirtschaft - und dessen Finanzierungsmöglichkeiten
2. Trends in der Mittelstandsfinanzierung
3. Bedeutung des Ratings für die Unternehmensfinanzierung im Mittelstand
4. Klassische Kredit- & Konsortialfinanzierung
5. Finanzierung über öffentliche Mittel
6. Ausgewählte Anlässe und Themen der Mittelstandsfinanzierung
7. Besondere Finanzierungsanlässe und -arten
8. Working Capital Management
9. Finanzanalyse
10. Finanzplanung

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Dimler, N., Peter, J. & Karcher, B. (2018). *Unternehmensfinanzierung im Mittelstand : Lösungsansätze für eine maßgeschneiderte Finanzierung*. Wiesbaden : Springer Gabler.
- Kessler, O. (Hrsg.) (2015). *Unternehmensfinanzierung Mittelstand*: Nomos.
- Becker, W., Ulrich, P. & Botzkowski, T. (2015). *Finanzierung im Mittelstand* (1. Aufl. 2015). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schlitt, M. (2014). *Finanzierungsstrategien im Mittelstand*. Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.

Betriebliche Steuern I

Modulname Betriebliche Steuern I		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Professorin Nikola Fee Budilov-Nettelmann		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Externes Rechnungswesen, Jahresabschluss und betriebliche Steuern
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Betriebliche Steuern I

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden sind mit dem Ablauf des Besteuerungsverfahrens vertraut.
- Die Studierenden kennen das System der Nettoumsatzsteuer mit Vorsteuerabzug.
- Die Studierenden kennen die Tatbestände der Umsatzsteuer.
- Insbesondere kennen sie Systematik der umsatzsteuerlichen Falllösung.
- Die Studierenden kennen die europarechtlichen Bezüge der Umsatzsteuer.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können die Umsatzsteuer in das Steuersystem einordnen.
- Sie können einen Lebenssachverhalt umsatzsteuerlich beurteilen.
- Sie können umsatzsteuerliche Fallgestaltungen lösen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können in Kleingruppen Falllösungen erarbeiten und die erarbeiteten Lösungen der Gruppe vorstellen.

Selbständigkeit

- Sie können sich unbekannte Sachverhalte selbständig erarbeiten, indem sie u.a. in einschlägigen Fachdatenbanken recherchieren.
- Sie können Lehr- und Lernziele reflektieren und diese eigenverantwortlich verfolgen.

Betriebliche Steuern I

Inhalt

1. Das Besteuerungsverfahren (Ermittlungs-, Festsetzungs- und Erhebungsverfahren)
2. Charakterisierung der Umsatzsteuer und Einordnung in das Steuersystem. Überblick über das Besteuerungsverfahren
 - 2.1 Besteuerungskonzept: (Allphasen-)Nettoumsatzsteuer mit Vorsteuerabzug (Wdh.)
 - 2.2 Besteuerungsverfahren
3. Der steuerbare Leistungsaustausch nach § 1 Abs. 1 Nr. 1 UStG
 - 3.1 Leistungen im Sinne des Umsatzsteuergesetzes
 - 3.2 Der umsatzsteuerliche Unternehmer
 - 3.3 Inlandsbegriff und Ort der Leistung
 - 3.4 Entgelt
 - 3.5 Unentgeltliche Wertabgaben
4. Steuerbefreiungen und Option zur Steuerpflicht
 - 4.1 Überblick über wichtige Steuerbefreiungen
 - 4.2 Steuerbefreiungen beim grenzüberschreitenden Warenverkehr
 - 4.3 Steuerbefreiungen und Vorsteuerabzug; Verzicht nach § 9 UStG
 - 4.4 Vorsteueraufteilung nach § 15 Abs. 4 UStG: Grundsätze und Darstellung in der Buchführung
5. Bemessungsgrundlage und Steuersatz
6. Vorsteuerabzug: Voraussetzungen, Ausschluss, Korrektur
 - 6.1 Voraussetzungen für den Vorsteuerabzug, § 15 Abs. 1 UStG
 - 6.2 Ausschluss nach § 15 Abs. 1a, 2 UStG
 - 6.3 Vorsteuerberichtigung nach § 15a UStG
7. Komplexe Fallstudien

Pflichtliteratur

- Wichtige Steuergesetze mit Durchführungsverordnung, akt. Auflage, NWB-Verlag
- Wichtige Steuerrichtlinien, akt. Auflage, NWB-Verlag

Literaturempfehlungen

- Budilov-Nettelmann, N., Immenkötter, C., Ruge, S. & Wiley-VCH. (2021). *Steuerlehre für dummies* (1. Auflage). Weinheim : Wiley-VCH.
- Kortschak, H., Heizmann, E. & Hahn, V. (2019). *Lehrbuch Umsatzsteuer* (18., überarbeitete Auflage). Herne : NWB Verlag.
- Mücke, S. (2021) *Umsatzsteuer - leicht gemacht: eine Darstellung der sog. Mehrwertsteuer für Studierende und Praktiker*. Berlin: Ewald v. Kleist Verlag.

Kommunikationsdesign

Modulname Kommunikationsdesign		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen Eine Teilnahme an den praktischen Lehreinheiten wird als erforderlich zum erfolgreichen Absolvieren des Moduls erachtet.

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Kommunikationsdesign

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende können Anwendungsfelder von Mediendesign im Marketing benennen und Gelingensbedingungen erfolgreicher Kommunikation erklären.
- Studierende verstehen kommunikative, mediale Prozesse und ihre ästhetischen, sozialen und ökologischen Funktionen. Hierbei können sie aktuelle Kommunikationsverhältnisse kritisch reflektieren.
- Studierende kennen Gestaltungsgrundlagen im Bereich Typografie & Grafikdesign.
- Studierende können die Phasen des Entwurfs graphischer und gestalterischer Arbeiten von der Ideengenerierung bis zur Ergebnispräsentation benennen.
- Studierende kennen relevante Tools & Methoden zur visuellen und textlichen Gestaltung.

Fertigkeiten

- Studierende können Methoden zur Ideengenerierung anwenden, in systematischer Weise graphische und gestalterische Arbeiten ausführen und Gestaltungssoftware zur Umsetzung ihrer Werbe- und Visualisierungskonzepte anwenden (Grundlagenniveau).
- Studierende können visuelle Medien analysieren und visuelle Kommunikationsstrategien ableiten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen zu formulieren.
- Sie können diese im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen. Dabei können sie Zusammenhänge und Ergebnisse visualisieren, um ihre Argumentation zu verstärken.
- Die Studierenden können Kritik an anderen konstruktiv kommunizieren.
- Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind befähigt, experimentell, kreativ und aufgeschlossen neue Wege zu gehen.
- Sie können unkonventionelle, ungewöhnliche neue Ideen entwickeln und dementsprechend umsetzen.
- Die Studierenden können ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen reflektieren.

Kommunikationsdesign

Inhalt

1. Absolventen der Vertiefung Digitales Marketing & Design benötigen Kompetenzen in der Entwicklung von Medien für marketingbezogene Zwecke. Im Modul Kommunikationsdesign werden künstlerisch-gestalterische Fragen der Marketingkommunikation thematisiert sowie handwerklich und technische Kompetenzen vermittelt.
 - 1.1 Theoretische Auseinandersetzung mit Grundlagen der Gestaltung und visuellen Kommunikation
 - Einführung in Kommunikationsdesign
 - Mediendesign im Marketing, Anwendungsfelder persuasiver Marketingkommunikation mittels Medien, usw.)
 - Funktionsprinzipien zwischenmenschlicher Kommunikation und Einflussfaktoren
 - Theorien, Themen und Methoden der Visuellen Kommunikation & Ästhetik
 - Bildnutzung, Bildrezeption und Bildwirkung & Analyse visueller Phänomene
 - Grundlagen der Gestaltung in Typografie & Grafikdesign
 - 1.2 Praktische Auseinandersetzung mit Grundlagen der Gestaltung und visuellen Kommunikation
 - Phasen des Entwurfs graphischer & gestalterischer Arbeiten (Methoden der Ideenfindung, Planung und Durchführung von Kreativprozessen, Entwurfstechniken, Techniken der Konzeptvisualisierung und Präsentation
 - Tools & Methoden zur visuellen und textlichen Gestaltung
 - Praktische Anwendung von kommerzieller Gestaltungssoftware (z.B. Adobe Photoshop und Illustrator; JIRA) in der Entwicklung von „kleineren“ Werbe- und Visualisierungskonzepten

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- „BIBLIOTHEK DER MEDIENGESTALTUNG“ einzusehen unter: <https://www.bi-me.de>
- Bühler, P., Schlaich, P. & Sinner, D. (2017). *Visuelle Kommunikation : Wahrnehmung - Perspektive - Gestaltung*. Berlin, Heidelberg : Springer Berlin Heidelberg.
- Fraguela, R. (2020). *Bildbearbeitung & Design für Social Media: Visuelle Inhalte erstellen und optimieren*. Heidelberg: O'Reilly.
- Gause, M. (2023). *Adobe Illustrator: Das umfassende Handbuch: Ihr Standardwerk zum Lernen und Nachschlagen*. Rheinwerk Design.
- Mühlke, S. (2020): *Adobe Photoshop: das umfassende Handbuch*. Rheinwerk Verlag.

Digitales Marketing I

Modulname Digitales Marketing I		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart KMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Marketing
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Digitales Marketing I

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende kennen praxisrelevante digitale Marketingstrategien und -konzepte und können diese auch unter verschiedenen Rahmenbedingungen und unternehmerischen Herausforderungen gegenüberstellen und optimieren.
- Studierende können die Customer Journey zeichnen und kritisch reflektieren.
- Für einzelne Bereiche digitaler Kommunikation können sie Strategien und Handlungsempfehlungen ableiten.
- Sie können mit digitaler Kommunikation Zielgruppen konkretisieren, ansprechen und binden.

Fertigkeiten

- Studierende sind in der Lage, Konzepte digitale Kommunikationsmaßnahmen zu entwerfen und mit gängiger Software zu planen.
- Studierende verfügen über eine wissenschaftlich-systematische Arbeits- und Herangehensweise. Sie sind in der Lage, Theorien, Modelle und systematische Wissensbestände zu gebrauchen. Sie können empirische Methoden für die Auswahl, Planung und Durchführung von Marketingmaßnahmen anwenden.
- Die Studierenden sind befähigt, Ihr Vorgehen sinnvoll aufbereitet zusammenzufassend (Texte, Poster, Präsentationen).
- Sie können komplexe Zusammenhänge und Ergebnisse in der Argumentation visualisieren und darstellen.
- Sie können digitalen Inhalte entwickeln, integrieren und überarbeiten.

Soziale Kompetenz

- Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren. Sie können ihre Deutschkenntnisse sehr gut in Wort und Schrift anwenden.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden besitzen die Fähigkeit und Bereitschaft, selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.
- Die Studierenden können Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich erledigen.
- Die Studierenden können ein berufliches Selbstbild entwickeln, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert. Sie sind befähigt, ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen zu reflektieren.

Digitales Marketing I

Inhalt

1. Grundlagen Digitales Marketing
 - 1.1 Definition & Begriffsabgrenzungen
 - 1.2 Technische Aspekte, Medienaspekte, Datenaspekte und Kommunikationsaspekte des Digitalen Marketing
 - 1.3 Implikationen des Digitalen Marketing
 - 1.4 Verbreitung & Nutzung des Digitalen Marketing
2. Der Moderne Kunde
3. Online Marketing Strategie und Konzeption
4. Digitale Kommunikation
 - 4.1 Überblick Above-the-Line & Below-the-Line Instrumente Digitaler Kommunikation
 - 4.2 Above-the-Line Instrumente im Fokus: Digitale Werbung heute (Marktteilnehmer, Abrechnungsmodelle, Marktvolumen); SEM & Onlinewerbung (SEA+Affiliate, Display Advertising/Banner, Paid per Click etc.)
 - 4.3 Below-the-Line Instrumente im Fokus (z.B. Social Media Marketing & Community Management)
 - 4.4 Spezielle und/oder innovative digitale Kommunikationsmaßnahmen sowie Trends: In Zusammenarbeit mit Studierenden wird ein Set an weiteren speziellen oder innovativen digitalen Kommunikationsmaßnahmen definiert, die in einem inverted classroom Format behandelt werden (z.B. Programmatic Marketing//Online PR//Mobile Marketing//Native Advertising//TV-Marketing//Digitales Radio//Digital out of Home Marketing//Web-Events-Web 2.0//Cross Media Marketing//Videomarketing//Virales Marketing//Social Bookmarking//Blogging usw.)
 - 4.5 Content Marketing
5. Spezielle Herausforderungen digitalen Marketings (z.B. Bannerblindheit, Adblocker, Mobile Internetnutzung, Mensch-Technik Interaktion, Kinder als Rezipienten)

Digitales Marketing I

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Ascherl, S. (2021): Content Marketing Kompendium: Digitales Unternehmensmarketing einfach und einfallsreich erklärt. Landshut: BMU Media Verlag.
- Bravo, C. (2021): Social Media Marketing für Einsteiger: Erfolgreiches Marketing auf Facebook, Instagram, LinkedIn und Co. Landshut: BMU Media Verlag.
- Heinrich, S. (2020). *Content Marketing: So finden die besten Kunden zu Ihnen : wie Sie Ihre Zielgruppe anziehen und stabile Geschäftsbeziehungen schaffen* (2., überarbeitete Auflage). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Ivanova, J. & Gawenda, A. (2021): Online-Mediaplanung für Einsteiger : Grundlagen, Begriffe, Arbeitsschritte und Praxisbeispiele für B2C und B2B. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (Verlag).
- Pilz, G. (2021): Online-Marketing Schritt für Schritt : Arbeitsbuch. UTB - Konstanz: UVK Konstanz.

Personalmanagement

Modulname Personalmanagement		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Marc Roedenbeck		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 30,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 60,0 Std.	Summe 150 Std.

Personalmanagement

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Wertschöpfungskette des Personalmanagements.
- Die Studierenden kennen die Elemente der Wertschöpfungskette des Personalmanagements sowohl aus betriebswirtschaftlicher als auch aus wirtschaftspsychologischer Sicht.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können Fragen zu den Elementen der Wertschöpfungskette des Personalmanagements aus betriebswirtschaftlicher und wirtschaftspsychologischer Sicht beantworten und dazu kritisch Stellung nehmen.
- Die Studierenden können die Elemente der Wertschöpfungskette aus betriebswirtschaftlicher und wirtschaftspsychologische Sicht mit aktuellen Forschungsthemen unterlegen.

Soziale Kompetenz

- Studierende halten sich an Regeln & Absprachen, die sie mit anderen vereinbart haben.
- Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist.
- Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren.

Selbstständigkeit

- Studierende können sowohl eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch hinterfragen.
- Studierende können in unterschiedlichen Situationen angemessene Entscheidungen treffen.
- Studierende besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft selbstgesteuert ein Forschungstagebuch zu erstellen

Inhalt

1. Personalplanung
2. Personalbeschaffung & Auswahl
3. Personaleinsatz
4. Personalbeurteilung
5. Personalentwicklung
6. Personalvergütung
7. Personalfreisetzung

Personalmanagement

Pflichtliteratur

- Treier, M. & Springer-Verlag GmbH. (2019). *Wirtschaftspsychologische Grundlagen für Personalmanagement : Fach- und Lehrbuch zur modernen Personalarbeit*. Berlin : Springer.

Literaturempfehlungen

- Berthel, J., Becker, F. & Fachverlag für Wirtschafts- und Steuerrecht Schäffer (Stuttgart). (2017). *Personal-Management : Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit* (11., vollständig überarbeitete Auflage). Stuttgart : Schäffer-Poeschel Verlag.

Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik

Modulname		
Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Christian Hederer & Prof. Dr. jur. Jörg Peter		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Einführung in das Recht, Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht, Volkswirtschaftslehre I, Volkswirtschaftslehre II
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 89,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 1,0 Std.	Summe 150 Std.

Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden beherrschen die Grundkenntnisse des deutschen Arbeitsrechts.
- Sie haben Grundkenntnisse in der Arbeitsmarktökonomik.
- Sie haben Grundkenntnisse in der Arbeitsmarktpolitik und kennen die wesentlichen Institutionen und Akteure in Deutschland.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können grundlegender arbeitsrechtliche Sachverhalte juristisch einordnen und eine Erstbeurteilung durchführen.
- Die Studierenden sind in der Lage, arbeitsrechtliche Regelungen und arbeitsmarktpolitische Maßnahmen aus ökonomischer und rechtlicher Perspektive einzuordnen und einzuschätzen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können Falllösungen oder Stellungnahmen in Teams erarbeiten und präsentieren.
- Sie sind in der Lage, sich sachlich mit unterschiedlichen wirtschafts-/sozialpolitischen Standpunkten auseinanderzusetzen und diese zu akzeptieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind befähigt, eigenständig einschlägige Fragestellungen zu recherchieren und zu analysieren, die juristische und wirtschaftswissenschaftliche/ökonomische Sichtweisen verknüpfen.

Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik

Inhalt

1. Das Modul vermittelt eine interdisziplinäre Einführung in Grundfragen des Arbeitsrechts und der Arbeitsmarktpolitik. Nach einer Vermittlung der juristischen und ökonomischen Grundlagen werden ausgewählte Themen im Team-Teaching durch beide Dozenten präsentiert und eine kombiniert juristisch-wirtschaftswissenschaftliche Perspektive erarbeitet. Die Studierenden werden geschult, Fragen des Arbeitsrechts und der Arbeitsbeziehungen auf verschiedenen Ebenen (etwa Betrieb, Tarifparteien, Gesamtwirtschaft) zu analysieren und zu beurteilen.
2. Kernpunkte des deutschen Arbeitsrechts
 - 2.1 Individualarbeitsrecht: Begründung des Arbeitsverhältnisses, Rechte und Pflichten im Arbeitsverhältnis, Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insbesondere Kündigungsrecht
 - 2.2 Kollektives Arbeitsrecht: Arbeitskampf- und Tarifrecht, insbesondere die Rolle der Gewerkschaften, Betriebsverfassungsrecht
3. Grundzüge der Arbeitsmarktökonomik und -politik: Lohnbildung, Strukturen und Organisationsformen des Arbeitsmarkts, Arbeitslosigkeit aus mikro- und makroökonomischer Perspektive, Hauptinstrumente der Arbeitsmarktpolitik und ihre Wirkungen
4. Ausgewählte Themen; Beispiele:
 - 4.1 Tarifverträge und Tarifautonomie. Rechtliche Probleme und ökonomische Wirkungen von Mindestlöhnen; Allgemeinverbindlichkeitserklärungen von Tarifverträgen und ihre Problematik; Rolle der Gewerkschaften und Verhältnis zu Nicht-Gewerkschaftsmitgliedern
 - 4.2 Kündigungsschutz und Funktionsfähigkeit des Arbeitsmarktes. Kündigungsrecht in Deutschland, Analyse und internationaler Vergleich aus ökonomischer Perspektive. c. Kurzarbeit
 - 4.3 Kurzarbeit als arbeitsmarktpolitisches Instrument. Ökonomische Analyse, arbeits- und dankierend sozialrechtliche Fragestellungen.

Pflichtliteratur

- Däubler, W. (2024). *Arbeitsrecht Ratgeber für Beruf - Praxis - Studium*. Bund Verlag.

Literaturempfehlungen

Innovation in der Wissensgesellschaft

Modulname Innovation in der Wissensgesellschaft		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof.Dr.rer.pol.habil. Iciar Dominguez Lacasa		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Volkswirtschaftslehre
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 58,0 Std.	Projektarbeit 30,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Innovation in der Wissensgesellschaft

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende verstehen die Rolle von Wissen und Innovation für die Gesellschaft und für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen.
- Studierende verstehen Prozesse und Faktoren, die Veränderung und Innovation verhindern.
- Studierende verstehen die Rolle von Wissen und Innovation für die wirtschaftliche Entwicklung von Regionen und Ländern.
- Studierende kennen Indikatoren für die Analyse von Innovationsprozessen in Unternehmen, Regionen und Länder.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können Innovationsstrategien von Unternehmen in wissensintensiven Sektoren (Fallbeispielanalyse) analysieren.
- Studierende können den Wandel von Regionen und Ländern in ihrer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung analysieren (Fallbeispielanalyse).
- Studierende sind in der Lage, wirtschaftswissenschaftliche Daten, Resultate und Analyse in öffentlich zugänglichen Datenbanken, im Internet und in Publikationen zu recherchieren und zusammenzufassen.
- Studierende sind in der Lage, eine kurze schriftliche Arbeit zu verfassen zu einer vorgegebenen Fragestellung oder ein Poster zu erstellen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierende sind in der Lage, im Team zu arbeiten und ihren Kommilitonen konstruktives Feedback zu geben.
- Studierende sind in der Lage, in der Unterrichtsdiskussion fachliche Inhalte adäquat zu kommunizieren.

Selbstständigkeit

- Die Studierende sind in der Lage, in der Kooperativen Arbeit eigenverantwortlich zu agieren und eigenständig mit Ihren Stärken zum Ergebnis beizutragen,
- Studierende sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese zu realisieren.

Inhalt

1. Wissen und Innovation in Ökonomie und Gesellschaft
2. Innovationsindikatoren für Unternehmen, Regionen und Länder
3. Innovationssysteme und Netzwerke
4. Pfadabhängigkeit und Lockin (Fallbeispiele)
5. Unternehmen und Netzwerke in wissensintensiven Sektoren (Fallbeispiele)
6. Analyse von Regionen im Wandel zur Wissensgesellschaft (Fallbeispiele)

Innovation in der Wissensgesellschaft

Pflichtliteratur

- Blättel-Mink, B., Schulz-Schaeffer, I. & Windeler, A. (2021). *Handbuch Innovationsforschung : sozialwissenschaftliche Perspektiven : mit 27 Abbildungen und 15 Tabellen*. Wiesbaden : Springer VS.
- Casper, S. & Waarden, F. (2005). *Innovation and institutions : a multidisciplinary review of the study of innovation systems*. Cheltenham : Elgar.

Literaturempfehlungen

- Abele, T. (2019). *Fallstudien zum Technologie- & Innovationsmanagement : Praxisfälle zur Wissensvertiefung*. Wiesbaden : Springer Gabler.
- Carayannis, E. & Campbell, D. (2019). *Smart quintuple helix innovation systems : how social ecology and environmental protection are driving innovation, sustainable development and economic growth*. Cham, Switzerland :Springer,.

Entrepreneurship

Modulname Entrepreneurship		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Christian Schultz		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 57,0 Std.	Projektarbeit 30,0 Std.	Prüfung 3,0 Std.	Summe 150 Std.

Entrepreneurship

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Bedeutung von Unternehmensgründungen für die wirtschaftliche Entwicklung, den Gründungsprozess sowie unterschiedliche Formen der Unternehmensgründung.
- Die Studierenden kennen Ansätze in der Entwicklung von Geschäftsmodellen.
- Sie kennen die Funktion eines Businessplans und seine einzelnen Elemente.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können den Prozess der Entwicklung einer Geschäftsidee und eines Geschäftsmodells durchlaufen.
- Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Methoden der Ideengenerierung, Geschäftsmodellentwicklung und -testung und Businessplanung anzuwenden.
- Die Studierenden können in Teams an Gründungsprojekten und Fallstudien arbeiten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich in ein Team zu integrieren und dort ihre Meinungen und Ansichten argumentativ zu vertreten.
- Sie können mit bei der Teamarbeit auftretenden Problemen und Herausforderungen umgehen und gewinnbringend nutzen.
- Die Studierenden sind in der Lage, ihre erarbeiteten Ergebnisse vorzustellen, zu visualisieren und zu diskutieren.

Selbständigkeit

- Sie sind befähigt, ihre Arbeitsergebnisse zu reflektieren, ihre Stärken und Schwächen zu identifizieren sowie ihre Ressourcen und Kompetenzen zielgerichtet einzusetzen und weiterzuentwickeln.

Inhalt

1. Zentrale Begriffe und Definitionen in der Unternehmensgründung
2. Unternehmensgründung im internationalen Vergleich
3. Gründer/innen-Persönlichkeit und Gründerteam
4. Quellen für Gründungsideen und Ideenscouting
5. Geschäftsmodellentwicklung mit Business Model Canvas und Value Proposition Canvas
6. Testen von Geschäftsmodellen
7. Bedeutung, Rolle und Elemente des Businessplans
8. Überblick zu Instrumenten der Gründungsfinanzierung und Gründungsförderung

Entrepreneurship

Pflichtliteratur

- Osterwalder, A.; Pigneur, Yves (2010): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag, Frankfurt am Main.
- Fueglistaller, U.; Müller, C.; Volery, T. (2008): Entrepreneurship, Modelle - Umsetzung - Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, Gabler Verlag, Wiesbaden.

Literaturempfehlungen

- Hoxtell, A. & Hasewinkel, V. (2020). *Fallstudien zu Berliner Gründerpersönlichkeiten : Chancen – Risiken – Einflussfaktoren*. Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.

Operations Research

Modulname Operations Research		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Wirtschaftsmathematik und Statistik I, Wirtschaftsmathematik und Statistik II
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Operations Research

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden können Entscheidungsmodelle in den betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen, sie verstehen Sinn und Nutzen von Entscheidungsmodellen und können Anwendungsgebiete von Entscheidungsmodellen in der Betriebswirtschaftslehre benennen.
- Die Studierenden können Zielfunktion und Restriktionen der LP-Modelle unterscheiden und Begriffe wie Programmplanung, Mischungsproblem usw. einordnen.
- Die Studierenden verstehen den Unterschied zwischen LP-Modellen und gemischt-ganzzahligen Modellen und können den Nutzen gemischt-ganzzahliger Modelle beurteilen.
- Die Studierenden verstehen den Anwendungsbezug des Moduls.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können ein Entscheidungsmodell systematisch aufbauen, sie können einfache LP-Modelle unterscheiden, formulieren und lesen.
- Die Studierenden sind in der Lage, ein LP mit zwei Variablen grafisch zu lösen. Die Studierenden können ein LP-Modell in ein Simplextableau übertragen und den Simplexalgorithmus anwenden, um ein LP mit mehr als zwei Variablen zu lösen.
- Die Studierenden sind in der Lage, einfache gemischt-ganzzahlige Modelle zu lesen und zu verstehen.
- Die Studierenden können Fallbeispiele aus Produktion, Distribution und Investition einordnen und analysieren.
- Die Studierenden können Modelle (LP und MIP) in einem Tabellenkalkulationsprogramm formulieren und mit einem integrierten Solver lösen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich in Teams über abstrakte Probleme auszutauschen.
- Sie haben verbesserte Kommunikationsfähigkeiten.
- Sie können sich mit ihrem Team identifizieren.
- Sie sind in der Lage, vor anderen Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren und zu kommunizieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können in der Gruppe ihre Probleme selbständig lösen.
- Sie sind befähigt, ihre Ergebnisse selbständig zu formulieren und zu präsentieren.

Operations Research

Inhalt

1. Entscheidungsmodelle und Anwendungsfelder:
 - 1.1 Nutzen von Entscheidungsmodellen
 - 1.2 Aufbau von Entscheidungsmodellen
 - 1.3 Anwendungsgebiete von Entscheidungsmodellen in der Betriebswirtschaftslehre
2. Lineare Programmierung:
 - 2.1 Bausteine Linearer Programme (Zielfunktion, Restriktionen)
 - 2.2 Simplexmethode
 - 2.3 grafisches Lösen von Problemen mit zwei Variablen
 - 2.4 Beispiele für LP-Modelle (Programmplanung, Mischungsprobleme, das Transportproblem, Verschnitt-minimierung)
3. Grundlagen der gemischt-ganzzahligen Programmierung:
 - 3.1 Unterschied LP-Modelle (LPs) vs. gemischt-ganzzahlige Modelle (MIPs)
 - 3.2 Beispiele für gemischt-ganzzahlige Modelle (Standorte von Fabriken planen, Fixkosten in das Modell aufnehmen)
4. Fallbeispiele:
 - 4.1 Produktionsprogrammplanung
 - 4.2 Distributionsplanung
 - 4.3 Investitionsplanung

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Domschke, W. (2007). *Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research* (6., verb. Aufl.). Berlin [u.a.] : Springer.
- Domschke, W. & Drexl, A. (2011). *Einführung in Operations Research* (8. Aufl.). Heidelberg [u.a.] : Springer.
- Zimmermann, H. (2008). *Operations Research : Methoden und Modelle ; für Wirtschaftsingenieure, Betriebswirte, Informatiker* (2., aktualisierte Aufl.). Wiesbaden : Vieweg.

Produktionsmanagement und Optimierung

Modulname		
Produktionsmanagement und Optimierung		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	SMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Wirtschaftsmathematik und Statistik I, Wirtschaftsmathematik und Statistik II
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 30,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 60,0 Std.	Summe 150 Std.

Produktionsmanagement und Optimierung

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden können die grundlegenden Begriffe der Produktions- und Kostentheorie definieren, die Produktions- und Materialwirtschaft in den betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen und von anderen Modulen unterscheiden.
- Sie verstehen die Erscheinungsformen der Produktion und können Typen und Eigenschaften von Produktionssystemen benennen. Sie sind in der Lage, Anpassungsformen mit Hilfe der Gutenbergschen Theorie zu erklären.
- Die Studierenden können substitutionale und limitationale Produktion unterscheiden. Sie kennen die Produktionsfunktionen vom Typ A und vom Typ B und können diese anwenden.
- Die Studierenden verstehen den Zusammenhang der Phasen eines PPS-Systems und können Programmplanung, Mengenplanung, Losgrößenplanung, Durchlaufterminierung und Kapazitätsterminierung unterscheiden.
- Die Studierenden kennen die Aufgaben eines Lagers und die Grundbegriffe der Lagerwirtschaft. Sie kennen das statische Grundmodell der Bestellmengenplanung und können es anwenden.

Fertigkeiten

- Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, Faktoren, Kapazitäten und Prozessabläufe in der Produktions- und Materialwirtschaft zu planen und zu berechnen.
- Sie können wichtige Formeln der Produktions- und Materialwirtschaft sinnvoll anwenden.
- Die Studierenden können Produktionssysteme durch Kenntnis der Eigenschaften einordnen und analysieren.
- Sie können wichtige Fragestellungen des Produktionsmanagements einordnen und ggf. durch Rechnen beantworten. Die Studierenden haben die Fähigkeit, typische Fragestellungen der Lagerwirtschaft einzuordnen und ggf. durch Rechnen zu beantworten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind befähigt, die richtigen Fragen zu stellen und Antworten zu kommunizieren. Sie sind in der Lage, Managementfragen in kleinen Gruppen zu diskutieren.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, Probleme des Produktionsmanagements selbstständig zu lösen.
- Sie können ihre Ergebnisse selbstständig formulieren und kommunizieren.

Produktionsmanagement und Optimierung

Inhalt

1. Optimierung
 - 1.1 Lineare Optimierung
 - 1.2 Gemischt-ganzzahlige Optimierung
 - 1.3 Nichtlineare Optimierung
2. Produktionsmanagement
 - 2.1 Modelle im Bereich der strategischen Entscheidungsebene
 - 2.2 Modelle im Bereich der taktischen Entscheidungsebene
 - 2.3 Modelle im Bereich der operativen Entscheidungsebene

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Dinkelbach, W. & Rosenberg, O. (2000). *Erfolgs- und umweltorientierte Produktionstheorie : mit 15 Tabellen* (3., neubearb. und erw. Aufl.). Berlin ; Heidelberg ; New York ; Barcelona ; Hongkong ; London ; : Springer.
- Dyckhoff, H. (2003). *Grundzüge der Produktionswirtschaft : Einführung in die Theorie betrieblicher Wertschöpfung ; mit .. 20 Tabellen* (4., verb. Aufl.). Berlin [u.a.] : Springer.
- Steven, M. (2013). *Einführung in die Produktionswirtschaft*. Kohlhammer.
- Wöhe, G., Kaiser, H. & Döring, U. (2020). *Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre* (16., überarbeitete und aktualisierte Auflage). München : Verlag Franz Vahlen.

Einführung in die öffentliche Betriebswirtschaftslehre

Modulname		
Einführung in die öffentliche Betriebswirtschaftslehre		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Kathrin Bösemer		
Stand vom	Sprache	
2024-10-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Lernziele
Kenntnisse/Wissen
– Die Studierenden kennen grundlegende betriebswirtschaftliche und haushalterische Begriffe und Kennzahlen der öffentlichen Verwaltung (Land und Kommunen) sowie deren Grenzen und Möglichkeiten in der Praxis. – Die Studierenden kennen die betriebswirtschaftlichen Unterschiede zwischen privaten und öffentlichen Betrieben. – Die Studierenden kennen die Organisation der öffentlichen Verwaltung (Land und Kommunen). – Die Studierenden kennen die Elemente des Marketingprozesses in der öffentlichen Verwaltung. – Die Studierenden kennen die Grundlagen der betrieblichen Instrumente der öffentlichen Verwaltung wie Investition, Finanzierung und Beschaffung.

Einführung in die öffentliche Betriebswirtschaftslehre

- Die Studierenden sind mit den Grundlagen des internen und externen Rechnungswesens im Kontext der öffentlichen Verwaltung vertraut.
- Die Studierenden kennen Ziele und Aufgaben öffentlicher Verwaltungen und sind mit den Elementen der strategischen Analyse und Planung vertraut.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Zusammenhänge der öffentlichen Verwaltung (Land und Kommunen) erfassen und beurteilen.
- Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Kennzahlen, Begriffe und Handlungen auf den Kontext der öffentlichen Verwaltung (Land und Kommunen) übertragen.
- Die Studierenden können eigene und fremde Verwaltungstätigkeiten im Kontext betriebswirtschaftlicher Kriterien analysieren und bewerten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, erlangte Kooperations- und Kommunikationsfähigkeiten im Dialog mit den anderen Studierenden und der Lehrkraft anzuwenden.
- Die Studierenden sind in der Lage, Prioritäten, Aufgabenverteilung und Koordination innerhalb der Gruppe zu klären und aufkommende Konflikte zu lösen.
- Die Studierenden sind in der Lage, ihre eigene Position nachvollziehbar darzustellen und gegenüber anderen sicher zu vertreten.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, das Gelernte auf Beispiele aus der Verwaltungspraxis anzuwenden.
- Die Studierenden sind in der Lage, eigene und fremde Verwaltungstätigkeiten im Kontext betriebswirtschaftlicher Kriterien zu analysieren und zu bewerten.
- Die Studierenden sind in der Lage, die eigenen Lern- und Arbeitsprozesse eigenverantwortlich zu reflektieren und ggf. zu optimieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig Quellen- und Literaturrecherchen durchzuführen.
- Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Projekte zu planen und umzusetzen.

Einführung in die öffentliche Betriebswirtschaftslehre

Inhalt

1. Betriebswirtschaftliche Begriffe und Kennzahlen der öffentlichen Verwaltung (Land und Kommunen)
2. Betrieblicher Transformationsprozess und Besonderheiten der öffentlichen Verwaltung (Land und Kommunen)
3. Betriebswirtschaftliche Unterschiede zwischen privaten und öffentlichen 3. Betrieben
4. Organisationsformen der öffentlichen Verwaltung (Land und Kommunen) und deren gesetzlichen Grundlagen
5. Unternehmensführung und Managementkonzepte in der öffentlichen Verwaltung
6. Elemente des Marketingprozesses in der öffentlichen Verwaltung
7. Grundlagen der betrieblichen Instrumente der öffentlichen Verwaltung wie Investition, Finanzierung und Beschaffung
8. Grundlagen des internen und externen Rechnungswesens in der öffentlichen Verwaltung

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Odenthal, F. (2017). Einführung in die öffentliche Betriebswirtschaftslehre : Lehrbuch mit praktischen Übungen und Lösungen (9. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Witten : Bernhardt-Witten.
- Schauer, R. (2015). *Öffentliche Betriebswirtschaftslehre - Public Management : Grundzüge betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns in öffentlichen Einrichtungen* (3., überarb. Aufl.). Wien : Linde.
- Hohn, B & Wesselmann, S. (2017). Public Marketing Springer Gabler.

E-Government

Modulname E-Government		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. phil. Ronny Freier		
Stand vom 2024-09-25	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

E-Government

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Grundbegriffe und können mit den theoretischen Konzepten und Fachbegriffen der Digitalisierung sicher umgehen.
- Die Studierenden können Konzepte der Verwaltungsdigitalisierung benennen und unterscheiden. Sie kennen die Besonderheiten der Verwaltungsdigitalisierung.
- Die Studierenden sind aussagefähig zu internationalen E-Government-Entwicklungen. Sie können den deutschen Weg der Verwaltungsdigitalisierung mit anderen Ländern vergleichen.
- Die Studierenden kennen Geschäftsprozessmanagementmethoden, die sowohl für die öffentliche Verwaltung als auch für die private Wirtschaft nutzbar sind.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage, die wesentlichen Digitalisierungsbestrebungen der öffentlichen Verwaltung zu benennen und hinsichtlich ihrer Umsetzung zu beurteilen.
- Normativ können die Studierenden bewerten, welche Gründe für eine Digitalisierung der Verwaltung sprechen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können einfache E-Government Aufgaben verantwortlich in Arbeitsgruppen bewältigen und unter Berücksichtigung der erworbenen digitalen Kompetenz, verantwortungs- und respektvoll miteinander im Team bearbeiten.
- Die Studierenden sind in der Lage, Verhandlungen über Interessen und Positionen in einer Gruppe nach formalisierten Verfahrensregeln zu führen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, eigene Lern- und Arbeitsprozesse sowie deren Ergebnisse verantwortlich zu analysieren, zu bewerten und ggf. zu optimieren.
- Sie können sowohl wissenschaftliche als auch politische Formen der Analyse- und Problemlösungsfähigkeit, Diskussions-, Kritik und Urteilsfähigkeit entwickeln.
- Sie sind in der Lage, eigene oder fremde Verwaltungstätigkeit im Kontext betriebswirtschaftlicher Kriterien zu messen, zu bewerten und zu optimieren.

Inhalt

1. Rechtliche und strategische Grundlagen des E-Government
2. E-Government im Überblick (Kommunen, Länder, Bund, EU)
3. Zielgruppen/Akteure im E-Government
4. Überblick systemtechnischer Konzepte des E-Governments
5. Zusammenspiel von digitalisierter Verwaltung und dem privatem Unternehmertum

E-Government

Pflichtliteratur

- Rose J., Persson J.S., Heeager L.T. et. al. (2015): Managing e-Government: value positions and relationships. *Information Systems Journal*. 25(5): 531-571.
- Schenk, B. & Schneider, C. (2019). *Mit dem digitalen Reifegradmodell zur digitalen Transformation der Verwaltung : Leitfaden für die Organisationsgestaltung auf dem Weg zur Smart City*. Wiesbaden : Springer Gabler.
- Ritz, A., Blankart, C., Jacobs, C., Lienhard, A., Radulescu, D. & Sager, F. (2021). *Praxisfälle Public Management : ein multidisziplinärer Ansatz mit konzeptionellen Bausteinen*. Wiesbaden : Springer Gabler.

Literaturempfehlungen

- Bernhart, J., Decarli, P., Promberger, K. (2018): "Auswirkungen von E-Government auf Bürokratie-und Verwaltungskosten." *Wirkungen von E-Government: Impulse für eine wirkungsgesteuerte und technikinduzierte Verwaltungsreform*: 87-118.

Wirtschaftssimulation

Modulname Wirtschaftssimulation		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Ralf Szymanski		
Stand vom 2024-10-14	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 80,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 10,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Wirtschaftssimulation

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden verstehen den Zusammenhang zwischen betriebswirtschaftlicher Theorie und betrieblicher Praxis.
- Sie sind in der Lage, eine realistische und modellhafte Abbildung eines Industrieunternehmens interaktiv zu modellieren und zu konfigurieren. Sie können verschiedene Elemente bestehender Module, z.B. der allgemeinen BWL und des Rechnungswesens, miteinander verknüpfen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden verstehen die Zusammenführung, Reflektion, Vernetzung, Anwendung und Vertiefung des bis dahin erworbenen Wissens in konkreten betriebswirtschaftlichen Entscheidungssituationen.
- Sie beherrschen den Umgang mit einer betriebswirtschaftlichen Komplexität sowie das Auseinandersetzen mit gruppendynamischen Prozessen in einer hohen Umfeld-Dynamik.
- Die Studierenden haben ein vertieftes ganzheitliches Verständnis zu allen betriebswirtschaftlichen Funktions- und Entscheidungsbereichen auf strategischer und operativer Ebene.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich in kleinen Teams selbstständig zu organisieren und in verschiedenen Rollen ihre Ziele zu erreichen.
- Die Studierenden können ihre Arbeitsergebnisse argumentativ vertreten und weiterentwickeln.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden können Probleme selbstständig strukturieren, Arbeitsziele setzen und den Lernprozess eigenständig gestalten sowie den eigenen Kenntnisstand kritisch reflektieren.

Inhalt

1. Die Studierenden finden sich in Teams zusammen und sind Teil einer Unternehmenssimulation mit maximal 10 Unternehmen in einem Marktsegment.
2. Die eigene betriebswirtschaftliche Situation sowie die der Konkurrenz ist permanent zu analysieren und zu reflektieren. Schwerpunkte sind dabei: Ziel- und Strategieplanung und Umsetzung, Absatzplanung, Marketing-Mix (Preis-, Produkt-, Vertriebs- und Kommunikationspolitik), Kapazitäts- und Kostenplanung, Investitions- und Deckungsbeitragsrechnung, Gewinn- und Verlustrechnung und Bilanzen.
3. Es müssen Entscheidungen in den Bereichen Entwicklung, Einkauf, Produktion, Finanzen und Vertrieb getroffen werden. Die Teams definieren selbst festgelegten Strategien in Interaktion mit Ihren Teammitgliedern.
4. Unterstützend werden die grundlegenden Konzepte und Verfahren einer Tabellenkalkulationssoftware wiederholt und vertieft.
5. Für Interessierte (also optional) wird die Makroprogrammierung - z.B. für Prognoseverfahren - wiederholt bzw. vermittelt oder die Modellierung im SQL-Kontext.

Wirtschaftssimulation

Pflichtliteratur
Literaturempfehlungen

Management Accounting

Modulname Management Accounting		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich		
Stand vom 2024-10-07	Sprache Englisch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Management and Cost Accounting, Financial Accounting, Production and Logistics, Mathematics
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Management Accounting

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Students can identify and explain a broad range of ideas and concepts from the fields of Management Accounting and operative planning.
- They can critically reflect on key questions and issues of the fields.
- Students can formulate and appraise questions and problems relevant to Management Accounting and operations planning in an analysis of company case studies.
- Students can use operative planning and control tools and cost management systems.

Fertigkeiten

- Students can plan and evaluate short-term oriented company projects, products, programmes, etc. from a Management Accounting and Operational Planning perspective.
- Students can analyse the variances of planned and actual key figures (especially sales, costs) in order to coordinate departments, companies or subsidiaries.
- Students are able to create and use cost management tools like target costing, life cycle costing, process-based costing to plan, direct and control the long-term oriented cost situation of a company.

Soziale Kompetenz

- The students are able to develop their own solutions to problems in dialogue with other students and to evaluate each other's solutions.

Selbständigkeit

- The students are able to independently define financial goals, independently choose appropriate methods for solving a problem and analyse and evaluate their own solutions.

Management Accounting

Inhalt

1. Introduction to Management Accounting
 - 1.1 Introduction to Accounting
 - 1.2 Definition and characteristics of Management Accounting
2. Management Accounting for planning and control of operations
 - 2.1 Operational Planning and Budgeting
 - 2.1.1 Introduction to Planning and Budgeting
 - 2.1.2 Master Budget
 - 2.1.3 Flexible Budgets
 - 2.2 Decision-making
 - 2.2.1 Introduction to decision theory
 - 2.2.2 Decisions under uncertainty
 - 2.2.3 Relevant costs and sales revenues for decision-making
 - 2.2.4 Selected decisions for operational processes
 - 2.3 Operational Control
 - 2.3.1 Characteristics of Operational Control
 - 2.3.2 Variance analysis for sales revenues and costs
 - 2.4 Performance Measurement
3. Management Accounting and Cost Management
 - 3.1 Introduction to Cost Management
 - 3.2 Selected Cost Management tools
 - 3.2.1 Contribution Margin Analysis
 - 3.2.2 Life cycle costing
 - 3.2.3 Target costing
 - 3.2.4 Process-based costing

Management Accounting

Pflichtliteratur

- Charifzadeh, M., Taschner, A., 2017. Management Accounting and Control - Tools and Concepts in a Central European Context, Wiley.
- Drury, C., 2018. Management and Cost Accounting, 10th ed., Â Cengage.
- Zimmerman, J.L., 2017. Accounting for Decision Making and Control, 9th ed., McGraw-Hill Education.

Literaturempfehlungen

- Datar, S.M., Rajan, M.V., 2018. Horngren's Cost Accounting - A Managerial Emphasis, 16th ed., Pearson.
- Seal, W., Rohde, C., Garrison, R.H., Noreen, E.W., 2019, Management Accounting, 6th ed., McGraw-Hill Education.

Financial Statement Analysis & Valuation

Modulname		
Financial Statement Analysis & Valuation		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Englisch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Financial Accounting & Financial Statements
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Financial Statement Analysis & Valuation

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- The students can define and explain key concepts for financial statement analysis and company valuation.
- Students can use appropriate models and tools to value a company's assets, earnings and liquidity.
- Students are able to formulate key questions and arrive at decisions relating to a company's finances from the perspective of a stakeholder.

Fertigkeiten

- Students are able to thoroughly analyze a company's financial statement for decision-making purposes.
- Students can use available technical tools and programs, such as Excel, in order to analyze the asset, financial, earnings and liquidity situation of a company in a structured, systematic and professional manner.
- Students are able to demonstrate basic modeling skills to value companies and estimate future cash flows. They can develop a professional 3-statement model primarily using keys and shortcuts, but no mouse.

Soziale Kompetenz

- Students can cooperate in teams working together to identify financial problems and arrive at solutions.
Students will learn to encourage and to push one another to receive the best result possible.
- Students learn accountability to their fellow team members as they distribute tasks amongst themselves and share responsibility for the team results.

Selbstständigkeit

- Students will learn how to manage their time, as the course requires a lot of self-study, prep and wrap-up time.

Inhalt

1. Introduction to international accounting/IFRS
2. Financial Statement Analysis
 - 2.1 Income Statement Analysis
 - 2.2 Balance sheet and leverage ratios
 - 2.3 Cash flow statement analysis
 - 2.4 Rates of return and profitability analysis
3. Company valuation
 - 3.1 Intrinsic valuation/discounted cashflow valuation
 - 3.2 Comparable valuation/multiples

Financial Statement Analysis & Valuation

Pflichtliteratur
Literaturempfehlungen

Communication Design

Modulname Communication Design		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse		
Stand vom 2024-10-17	Sprache Englisch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Communication Design

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Students are able to name fields of application of media design in marketing and explain the conditions for successful communication.
- Students are able to understand communicative and media processes and their aesthetic, social and ecological functions. They can critically reflect on current communication conditions.
- Students are able to name and work with design basics in the field of typography & graphic design.
- Students are able to name phases of design of graphic and creative work from the generation of ideas to the presentation of results.
- Students know relevant tools and methods for visual and textual design.

Fertigkeiten

- Students are able to apply methods for generating ideas, carry out graphic and design work in a systematic manner.
- Students can use design software to implement their advertising and visualization concepts (basic level).
- Students learn to analyze visual media and derive visual communication strategies.

Soziale Kompetenz

- Creativity and open-mindedness: Students are keen to experiment and willing to break new ground. They can develop unconventional, unusual new ideas and implement them accordingly. They are imaginative and enjoy trying out new things.
- Reflection skills: Students are able to reflect critically on their professional actions in relation to social expectations and consequences

Selbstständigkeit

- Communication skills: Students are able to formulate technical and factual solutions to problems within their work and can justify these in discourse with subject representatives and non-specialists using theoretically and methodologically sound arguments. In doing so, they are able to visualize connections and results in order to strengthen their argumentation.
- Critical ability: Students are able to communicate criticism of others so that it is beneficial to the person. They can reflect on criticism of their own person and adopt other points of view.

Communication Design

Inhalt

1. Theoretical examination of the basics of design and visual communication
 - Introduction to communication design
 - Media design in marketing, fields of application of persuasive marketing communication using media, etc.)
 - Functional principles of interpersonal communication and influencing factors
 - Theories, topics and methods of visual communication & aesthetics
 - Image use, image reception and image impact & analysis of visual phenomena
 - Fundamentals of design in typography & graphic design
2. Practical examination of the basics of design and visual communication
 - Phases of the design of graphic & creative work (methods of idea generation, planning and implementation of creative processes, design techniques, techniques of concept visualization and presentation
 - Tools & methods for visual and textual design
 - Practical application of commercial design software (e.g. Adobe Photoshop and Illustrator; JIRA) in the development of smaller advertising and visualization concepts

Pflichtliteratur

- Chaffey, D, Smith, P. (2023), Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, Routledge, 6th ed.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2021): Marketing 5.0, Wiley&Sons.

Literaturempfehlungen

Digital Marketing I

Modulname Digital Marketing I		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse		
Stand vom 2024-09-25	Sprache Englisch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart KMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Digital Marketing I

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Students are able to define and explain the basics of digital marketing and how marketing is embedded in the value creation of companies.
- Students are able to describe and compare digital marketing strategies, methods and metrics.
- Students are able to analyse digital marketing channels and strategies and use tools for implementation.

Fertigkeiten

- Students are able to derive marketing objectives from corporate strategies and form market segments.
- Students can use methods and tools for digital marketing.

Soziale Kompetenz

- Exercises are worked on in teams and in reflection of student's own work.

Selbstständigkeit

- Students are able to solve tasks independently and by acquiring necessary skills through self-study.

Inhalt

1. Introduction to marketing and classification in the value chains of companies
 - Marketing strategies
 - Market segmentation
 - Marketing processes
 - Methods of evaluation Data collection and evaluation in classic marketing
 - Marketing mix and metrics
2. Digital marketing
 - Digital marketing channels (from influencers to online trackers)
 - Digital marketing strategies
 - Metrics in digital marketing
 - Methods and tools (SEA, SEO, marketing analytics, lead generation, marketing automation)

Pflichtliteratur

- Dave Chaffey & Fiona Ellis Chadwick (2022), Digital Marketing, Pearson, 8th ed.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5. 0 : technology for humanity*. Hoboken, New Jersey :John Wiley & Sons, Incorporated,.

Literaturempfehlungen

Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen

Modulname		
Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. nat. Christian Liebchen & Prof. Dr.-Ing. Ralf Kohlen		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	SMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 59,0 Std.	Projektarbeit 30,0 Std.	Prüfung 1,0 Std.	Summe 150 Std.

Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Teilaufgaben zur Planung der für die Erbringung von Verkehrsdienstleistungen erforderlichen Ressourcen, für diese einschlägige rechtliche Grundlagen

Fertigkeiten

- Die Studierenden können sich in ausgewählte Standardsoftware zur Betriebsplanung einarbeiten, darin Planfälle bearbeiten und diese insbesondere vergleichend analysieren und bewerten. Zudem können sie kleine praktische planerische Aufgabenstellungen als ganzzahliges lineares Optimierungsmodell formulieren und lösen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich in Arbeitsgruppen zu organisieren und gemeinsam Planfälle und Aufgabenstellungen zu bearbeiten, sowie sich innerhalb der Rahmenbedingungen für die Erbringung von Verkehrsdienstleistungen zu bewegen.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, sich in ausgewählte Standardsoftware auf dem Gebiet der Betriebsplanung und in geeignete ganzzahlige lineare Optimierungsmodelle einzuarbeiten.

Inhalt

1. Übersicht über die zur Erbringung von Verkehrsleistungen erforderlichen Ressourcen und deren Charakteristika (insb. Personal, Fahrzeuge, Stationen, Strecke, Energie)
2. Planungsprozess im öffentlichen Personenverkehr (Linienplanung, Fahrlagenplanung, Umlaufplanung, Schichtplanung, Personaleinsatzplanung, Fahrplantrassenplanung, ggf. ITF)
3. Diskussion verbreiteter Produktivitätskennzahlen (Fahrplanwirkungsgrad, Schichtproduktivität) und rechtlicher Grundlagen für den Personaleinsatz (u.a. ArbZG, FPersV)
4. Praktische Übungen mit ausgewählten mathematischen Optimierungsmodellen
5. Praktische Übungen mit Betriebsplanungssoftware (insb. Fahrzeugumläufe, Schichten)
6. Betrieb im öffentlichen Verkehr (Fahrzeugdisposition, Personaldisposition)
7. Alternative Bedienungsformen (z.B. Rufbusse, Vermittlungsdienste)

Pflichtliteratur

- Schnieder, L. (2018). *Betriebsplanung im öffentlichen Personennahverkehr : Ziele, Methoden, Konzepte* (2. Auflage). Berlin : Springer Vieweg.

Literaturempfehlungen

- Reinhardt, W. (2018). *Öffentlicher Personennahverkehr : Technik - rechts- und betriebswirtschaftliche Grundlagen* (2. Auflage). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.

Verkehrsplanungsprojekt

Modulname		
Verkehrsplanungsprojekt		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. nat. Christian Liebchen & Prof. Dr.-Ing. Ralf Kohlen		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	SMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 1 / 0 / 0 / 3 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 1 / 0 / 0 / 3 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 0,0 Std.	Projektarbeit 75,0 Std.	Prüfung 15,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Verkehrsplanungsprojekt

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Definition von Projekten, Projekttypen und Projektphasen. Sie kennen Werkzeuge und Methoden des Projektmanagements.
- Die Studierenden sind in der Lage, einfache Verkehrsprojekte zu definieren, Lasten- und Pflichtenhefte sowie Angebote mit Projektstruktur- und -ablaufplan zu erstellen.
- Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis von Angeboten die Ausführung von Projekten geringerer Komplexität zu planen, zu steuern und durchzuführen. Sie beherrschen sicher die Kommunikation mit dem Auftraggeber.
- Die Studierenden kennen die Besonderheiten von Verkehrsprojekten sowohl im Öffentlichen Personennahverkehr als auch im Individualverkehr (motorisiert und nicht motorisiert).

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage, Verkehrsprojekte zu planen, die wesentlichen Werkzeuge des Projektmanagements anzuwenden, sich in Projektteams zu organisieren und Projekte geringer Komplexität erfolgreich selbständig zu bearbeiten sowie Projekte mittlerer Komplexität in den Grundzügen zu strukturieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können Rollen im Projekt zuordnen und übernehmen sowie in diesen Rollen zielgerichtet kommunizieren und ggf. dabei auftretende Konflikte konstruktiv lösen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind fähig, selbständig bei geringem Coachinganteil des Dozenten, Aufgaben untereinander zu verteilen, Methoden auszuwählen und einzusetzen.

Inhalt

1. Wesentliche Aspekte von Projektarbeit von der Zieldefinition über Werkzeuge bis zum Risikomanagement
2. Besonderheiten von Verkehrsprojekten: politischer und wirtschaftlicher Rahmen
3. Anwendung von Werkzeugen für das Projektmanagement
4. Planung eines mittelmäßig komplexen Projekts mit vorgegebenem Ziel sowie Erstellung von Projektplänen, Zeit- und Kostenabschätzungen
5. Planung und Durchführung eines einfachen bis mittelmäßig komplexen praktischen Projekts
6. Begleitend: Exkursionen zu Institutionen der Verkehrsbranche zur Erläuterung des fachlichen Hintergrunds der Projektthemen
7. Begleitend: Teilnahme am Verkehrswissenschaftlichen Kolloquium der TH Wildau

Verkehrsplanungsprojekt

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Jakoby, W. (2021). *Projektmanagement für Ingenieure : ein praxisnahes Lehrbuch für den systematischen Projekterfolg* (5., überarbeitete und aktualisierte Auflage). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Klose, B. (2008). *Projektabwicklung*. 5., aktualisierte Auflage. mi-Wirtschaftsbuch. FinanzBuch: München.
- Kuster, J. (2011). *Handbuch Projektmanagement* (3., erw. Aufl.). Berlin [u.a.] : Springer.

Kommunikationsdesign (Kopie)

Modulname Kommunikationsdesign (Kopie)		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse		
Stand vom 2025-12-19	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen Eine Teilnahme an den praktischen Lehreinheiten wird als erforderlich zum erfolgreichen Absolvieren des Moduls erachtet.

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Kommunikationsdesign (Kopie)

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende können Anwendungsfelder von Mediendesign im Marketing benennen und Gelingensbedingungen erfolgreicher Kommunikation erklären.
- Studierende verstehen kommunikative, mediale Prozesse und ihre ästhetischen, sozialen und ökologischen Funktionen. Hierbei können sie aktuelle Kommunikationsverhältnisse kritisch reflektieren.
- Studierende kennen Gestaltungsgrundlagen im Bereich Typografie & Grafikdesign.
- Studierende können die Phasen des Entwurfs graphischer und gestalterischer Arbeiten von der Ideengenerierung bis zur Ergebnispräsentation benennen.
- Studierende kennen relevante Tools & Methoden zur visuellen und textlichen Gestaltung.

Fertigkeiten

- Studierende können Methoden zur Ideengenerierung anwenden, in systematischer Weise graphische und gestalterische Arbeiten ausführen und Gestaltungssoftware zur Umsetzung ihrer Werbe- und Visualisierungskonzepte anwenden (Grundlagenniveau).
- Studierende können visuelle Medien analysieren und visuelle Kommunikationsstrategien ableiten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen zu formulieren.
- Sie können diese im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen. Dabei können sie Zusammenhänge und Ergebnisse visualisieren, um ihre Argumentation zu verstärken.
- Die Studierenden können Kritik an anderen konstruktiv kommunizieren.
- Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind befähigt, experimentell, kreativ und aufgeschlossen neue Wege zu gehen.
- Sie können unkonventionelle, ungewöhnliche neue Ideen entwickeln und dementsprechend umsetzen.
- Die Studierenden können ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen reflektieren.

Kommunikationsdesign (Kopie)

Inhalt

1. Absolventen der Vertiefung Digitales Marketing & Design benötigen Kompetenzen in der Entwicklung von Medien für marketingbezogene Zwecke. Im Modul Kommunikationsdesign werden künstlerisch-gestalterische Fragen der Marketingkommunikation thematisiert sowie handwerklich und technische Kompetenzen vermittelt.
 - 1.1 Theoretische Auseinandersetzung mit Grundlagen der Gestaltung und visuellen Kommunikation
 - Einführung in Kommunikationsdesign
 - Mediendesign im Marketing, Anwendungsfelder persuasiver Marketingkommunikation mittels Medien, usw.)
 - Funktionsprinzipien zwischenmenschlicher Kommunikation und Einflussfaktoren
 - Theorien, Themen und Methoden der Visuellen Kommunikation & Ästhetik
 - Bildnutzung, Bildrezeption und Bildwirkung & Analyse visueller Phänomene
 - Grundlagen der Gestaltung in Typografie & Grafikdesign
 - 1.2 Praktische Auseinandersetzung mit Grundlagen der Gestaltung und visuellen Kommunikation
 - Phasen des Entwurfs graphischer & gestalterischer Arbeiten (Methoden der Ideenfindung, Planung und Durchführung von Kreativprozessen, Entwurfstechniken, Techniken der Konzeptvisualisierung und Präsentation
 - Tools & Methoden zur visuellen und textlichen Gestaltung
 - Praktische Anwendung von kommerzieller Gestaltungssoftware (z.B. Adobe Photoshop und Illustrator; JIRA) in der Entwicklung von „kleineren“ Werbe- und Visualisierungskonzepten

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- „BIBLIOTHEK DER MEDIENGESTALTUNG“ einzusehen unter: <https://www.bi-me.de>
- Bühler, P., Schlaich, P. & Sinner, D. (2017). *Visuelle Kommunikation : Wahrnehmung - Perspektive - Gestaltung*. Berlin, Heidelberg : Springer Berlin Heidelberg.
- Fraguela, R. (2020). *Bildbearbeitung & Design für Social Media: Visuelle Inhalte erstellen und optimieren*. Heidelberg: O'Reilly.
- Gause, M. (2023). *Adobe Illustrator: Das umfassende Handbuch: Ihr Standardwerk zum Lernen und Nachschlagen*. Rheinwerk Design.
- Mühlke, S. (2020): *Adobe Photoshop: das umfassende Handbuch*. Rheinwerk Verlag.

Digitales Marketing I (Kopie)

Modulname Digitales Marketing I (Kopie)		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse		
Stand vom 2026-02-27	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart KMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 10	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Marketing
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Digitales Marketing I (Kopie)

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende kennen praxisrelevante digitale Marketingstrategien und -konzepte und können diese auch unter verschiedenen Rahmenbedingungen und unternehmerischen Herausforderungen gegenüberstellen und optimieren.
- Für einzelne Bereiche digitaler Kommunikation können sie Strategien und Handlungsempfehlungen ableiten.
- Sie können mit digitaler Kommunikation Zielgruppen konkretisieren, ansprechen und binden.

Fertigkeiten

- Studierende sind in der Lage, Konzepte digitale Kommunikationsmaßnahmen zu entwerfen.
- Studierende verfügen über eine wissenschaftlich-systematische Arbeits- und Herangehensweise. Sie sind in der Lage, Theorien, Modelle und systematische Wissensbestände zu gebrauchen. Sie können empirische Methoden für die Auswahl, Planung und Durchführung von Marketingmaßnahmen anwenden.
- Die Studierenden sind befähigt, Ihr Vorgehen sinnvoll aufbereitet zusammenzufassen und zu präsentieren.
- Sie können komplexe Zusammenhänge und Ergebnisse in der Argumentation visualisieren und darstellen.
- Sie können digitale Inhalte entwickeln, integrieren und überarbeiten.
- Die Studierenden sind in der Lage, analoge und digitale Medien zu vernetzen.
- Die Studierenden können Geschäftsmodelle digitaler Medien bewerten und diese für die Nutzung von Unternehmen und deren kommunikationspolitische Aktivitäten optimieren.

Soziale Kompetenz

- Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren. Sie können ihre Deutschkenntnisse sehr gut in Wort und Schrift anwenden.
- Die Studierenden können in kleinen Arbeitsgruppen interaktiv und seminaristisch lernen, Aussagen analysieren und Lösungswege zum Lehrgebiet entwickeln.
- Die Studierenden sind in der Lage, die Modulinhalte in angemessener Fachsprache zu kommunizieren.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden besitzen die Fähigkeit und Bereitschaft, selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.
- Die Studierenden können Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich erledigen.
- Die Studierenden können ein berufliches Selbstbild entwickeln, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert. Sie sind befähigt, ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen zu reflektieren.

Digitales Marketing I (Kopie)

Inhalt

1. Aufgaben der Medien, sowie Grundlagen, Nutzung und Implikationen des digitalen Marketings
2. Spezifische Bedingungen der digitalen Medienproduktion und deren Management
3. Online Marketing Strategie und Konzeption
4. Digitale Kommunikation
 - 4.1 Überblick Above-the-Line & Below-the-Line Instrumente Digitaler Kommunikation
 - 4.2 Spezielle und/oder innovative digitale Kommunikationsmaßnahmen sowie Trends: In Zusammenarbeit mit Studierenden wird ein Set an weiteren speziellen oder innovativen digitalen Kommunikationsmaßnahmen definiert
 - 4.3 Content Marketing
5. Spezielle Herausforderungen des digitalen Marketings

Pflichtliteratur

- Murschetz, P. (2019). *Die digitale Mediamorphose und der Wandel der traditionellen Massenmedien aus Sicht der Medienökonomie*. Wiesbaden : Springer Gabler.
- Wirtz, B. (2003). *Handbuch Medien- und Multimediamanagement* (1. Aufl.). Wiesbaden : Gabler.
- Krone, J. & Pellegrini, T. (2020). *Handbuch Medienökonomie*. Wiesbaden : Springer VS.
- Bauer, M. & Müble, T. (2020). *Psychologie der digitalen Kommunikation*. München: utzverlag.

Literaturempfehlungen

- Ascherl, S. (2021): Content Marketing Kompendium: Digitales Unternehmensmarketing einfach und einfallsreich erklärt. Landshut: BMU Media Verlag.
- Bravo, C. (2021): Social Media Marketing für Einsteiger: Erfolgreiches Marketing auf Facebook, Instagram, LinkedIn und Co. Landshut: BMU Media Verlag.
- Heinrich, S. (2020). *Content Marketing: So finden die besten Kunden zu Ihnen : wie Sie Ihre Zielgruppe anziehen und stabile Geschäftsbeziehungen schaffen* (2., überarbeitete Auflage). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Ivanova, J. & Gawenda, A. (2021): Online-Mediaplanung für Einsteiger : Grundlagen, Begriffe, Arbeitsschritte und Praxisbeispiele für B2C und B2B. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (Verlag).
- Pilz, G. (2021): Online-Marketing Schritt für Schritt : Arbeitsbuch. UTB - Konstanz: UVK Konstanz.

Betriebliches Schnittstellenmanagement

Modulname		
Betriebliches Schnittstellenmanagement		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus		
Stand vom	Sprache	
2026-09-04	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Pflicht	SMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Die für die Unternehmensführung wesentlichen Methoden und Instrumente werden in diesem Modul gemäß des Studienverlaufs weitgehend als bekannt vorausgesetzt (Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule). Grundlagen einer Tabellenkalkulationssoftware
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 30,0 Std.	Projektarbeit 56,0 Std.	Prüfung 4,0 Std.	Summe 150 Std.

Betriebliches Schnittstellenmanagement

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage:
- unternehmerisch zu denken und Methoden der Geschäftsmodellentwicklung systematisch anzuwenden.
- die Gründung eines Start Ups professionalisiert zu planen und umzusetzen.
- die grundlegenden Herausforderungen im Gründungsprozess erfolgreich zu bewältigen und dabei die modernen Instrumente des Gründungsmanagements anzuwenden.

Fertigkeiten

- Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage:
- Kreativtechniken anzuwenden und mit verschiedenen Instrumenten der systematischen Geschäftsmodellentwicklung, wie beispielsweise dem Business Model Canvas (BMC), zu arbeiten.
- Kundengruppen professionalisiert abgrenzen, Persona fundiert zu entwickeln und Wechselwirkungen mit dem sowie innerhalb des BMC zu erkennen.
- Elemente des Design Thinking sowie ausgewählte Lean Startup Methoden strukturiert anzuwenden.

Soziale Kompetenz

- Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Studierende dazu in der Lage:
- lösungsorientiert in Teams zusammenzuarbeiten.
- im Team ihre Meinungen und Ansichten sachlich und professionell zu äußern und diese fundiert argumentativ zu vertreten.
- mit den Problemen und Herausforderungen, die bei der Teamarbeit auftreten, resilient und professionell umzugehen, unterschiedliche Sichtweisen zu akzeptieren und positiv zu nutzen.

Selbständigkeit

- Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage:
- unter Verwendung des BMC selbstständig eine Gründungsidee zu erarbeiten.
- ihren Arbeitsstand selbstständig zu reflektieren und kritisch zu beurteilen.
- ihre Stärken und Schwächen zu identifizieren und ihre Ressourcen und Kompetenzen zielgerichtet einzusetzen und weiterzuentwickeln.

Betriebliches Schnittstellenmanagement

Inhalt

1. Theorieeinheiten zum Betrieblichen Schnittstellenmanagement
 - 1.1 Lean Startup
 - 1.2 Business Model Canvas
 - 1.3 Design Thinking
 - 1.4 Personas
2. Unternehmensplanspiel
 - 2.1 Grundlegende Konzepte der Unternehmensführung (strategische und operative Unternehmensziele, Führungstechniken)
 - 2.2 Aufbau und Systematik von computergestützten Simulationen;
 - 2.3 Wiederholung der wichtigsten Zusammenhänge der internen und externen Unternehmensrechnungen im ganzheitlichen Kontext
 - Erläuterung und Diskussion der Periodenberichte des Planspiels zu den Aspekten der (wertorientierten) Unternehmensführung
 - Unternehmensleitbild (Vision, Mission, Zielbildung)
 - Strategisches Marketing (Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Corporate Identity)
 - Geschäftsfeldentwicklung
 - Personalplanung und -qualifikation
 - Produktivität und Fluktuation
 - Produktmanagement
 - Beschaffungsmanagement (Make-or-Buy Decision; Global Sourcing)
 - Ökologische Produktion, Rationalisierung
 - Investitions- und Auslastungsplanung
 - Finanz- und Rechnungswesen (Kostenrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz, GuV, Cash-Flow Statement und Kennzahlensysteme)
3. Reflexion

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Ulrich, P., Baltzer, B. & Becker, W. (2019). *Wertschöpfung in der Betriebswirtschaftslehre : Festschrift für Prof. Dr. habil. Wolfgang Becker zum 65. Geburtstag*. Wiesbaden, Germany : Springer Gabler.
- Röder, R. (2001). *Kooperation an Schnittstellen: eine empirische Untersuchung*. Frankfurt am Main; Berlin; Bern; Bruxelles; New York; Oxford; Wien: Lang.
- Eckardt, G.H. (2010). *Business Management - Angewandte Unternehmensführung*, Göttingen.
- Swoboda, B., Weiber, R. (2013). *Grundzüge betrieblicher Leistungsprozesse, Marketing, Innovation, Produktion, Logistik und Beschaffung*. Verlag Franz Vahlen München.

Empirische Forschungsmethoden

Modulname Empirische Forschungsmethoden		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. Susanne Marx		
Stand vom 2024-09-23	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 3

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 2	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 2
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 2	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 2

Empfohlene Voraussetzungen Wissenschaftliches Arbeiten
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 30,0 Std.	Selbststudium 50,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 10,0 Std.	Summe 90 Std.

Empirische Forschungsmethoden

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen den Unterschied ausgewählter wissenschaftstheoretischer Perspektiven.
- Die Studierenden kennen ausgewählte qualitative und quantitative Forschungsdesigns.
- Die Studierenden kennen ausgewählte qualitative und quantitative sozialwissenschaftliche Erhebungs- und die dazu passenden Auswertungsmethoden.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können eigene empirische Forschungsfragen formulieren, in Subfragen zerlegen sowie Hypothesen formulieren.
- Die Studierenden können empirische Forschungsartikel in analoger und digitaler Umgebung recherchieren sowie digital organisieren.
- Die Studierenden können ein eigenes empirisches Forschungsdesign entwickeln.
- Die Studierenden können für das eigene empirische Forschungsdesign adäquate Methoden benennen und anwenden.
- Die Studierenden können für ausgewählte Methoden die notwendigen Auswertungen erstellen und interpretieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage mündlich und schriftlich ein eigenes empirisches Forschungsdesign darstellen und erläutern.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, ein Forschungsexposé selbstgesteuert zu entwickeln.
- Die Studierenden sind befähigt, sich vertieftes Wissen zu ausgewählten empirischen Forschungsmethoden eigenständig anzueignen.

Inhalt

1. Einführung, Forschungsansätze & Forschungsprozess
2. Wiederholung zu Literaturrecherche
3. Forschungsziel, Forschungsfragen & Hypothesen
4. Forschungsdesigns
5. Erhebungsmethoden
6. Auswertungsmethoden (qualitativ, quantitativ)
7. Forschungsexposé

Empirische Forschungsmethoden

Pflichtliteratur

- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2023). *Research methods for business students* (Ninth edition). Harlow, England ; London ; New York : Pearson.
- Mayring, P. & Julius Beltz GmbH & Co. KG. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse : Grundlagen und Techniken* (13., überarbeitete Auflage). Weinheim ; Basel : Beltz.
- Häder, M. (2019). *Empirische Sozialforschung : eine Einführung* (4. Auflage). Wiesbaden : Springer VS.

Literaturempfehlungen

- Kuckartz, U. & Rädiker, S. (2020). *Fokussierte Interviewanalyse mit MAXQDA : Schritt für Schritt*. Wiesbaden : Springer VS.

Interdisziplinäres Modul

Modulname Interdisziplinäres Modul		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr.-Ing. Stefan Kubica		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch, Englisch	
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 4 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 4 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Vorgelagerte Fachkompetenzen sollten erfolgreich erworben sein.
Besondere Regelungen Besonderer Fokus liegt auf dem Erlernen von zukunftsrelevanten Kompetenzen („Future Skills“). Dafür werden Studierende aus verschiedenen Studiengängen in interdisziplinäre Teams zusammengeführt, damit sie Aufgabenstellungen aktiv und prozessorientiert bearbeiten können. Die Themen des Interdisziplinären Moduls werden so geplant, dass sie mindestens 4 SWS enthalten und über ein Semester laufen. Sie werden im Wintersemester und im Sommersemester angeboten. Sie werden zu Beginn des vorhergehenden Semesters angekündigt und in einem Wahlkatalog freigegeben. Für jedes Semester werden neue Themen für das Interdisziplinäre Modul konzipiert, so dass bei einem Nichtbestehen der Modulprüfung bereits bestandene Teilleistungen verfallen und nicht im nächsten Versuch angerechnet werden können. Bei Nichtbestehen erfolgt der Wiederholungsrhythmus matrikelweise.

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 10,0 Std.	Projektarbeit 77,0 Std.	Prüfung 3,0 Std.	Summe 150 Std.

Interdisziplinäres Modul

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden wissen um die Herausforderungen, die sich während der Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams ergeben und können mit diesen umgehen.
- Die Studierenden können eine bestimmte Aufgabenstellung aus ihrer fachlichen Expertise, die sie sich in ihrem jeweiligen Studienverlauf angeeignet haben, bewerten und in die Umsetzung des Projektes einbringen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden werden befähigt ihr Projektteam so zu organisieren, dass eine erfolversprechende Projektdurchführung ermöglicht wird.
- Die Studierenden können zeigen, dass sie über Grundkenntnisse des Projektmanagements (Phasen, Methoden und Kriterien des Einsatzes) verfügen und anwenden.
- Die Studierenden können ihr Fachwissen in einem interdisziplinären Praxiskontext anwenden, vertiefen und weiterentwickeln.
- Studierende können fachspezifische Theorien, Modelle und Konzepte in einem interdisziplinären Kontext vorstellen, diese für eine konkrete Problemlösung einbringen und einander gegenüberstellen.
- Die Studierenden können interdisziplinäre Themenstellungen zielgruppenspezifisch präsentieren.
- Die Studierenden können wertbezogene Aspekte in interdisziplinärer Perspektive reflektieren (z. B. Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit).
- Die Studierenden entwickeln ihr lösungsorientiertes Denken – bezogen auf die Durchführung eines interdisziplinären Projektes – weiter, um gemeinsam mit ihrem Projektteam neue Lösungsansätze zu formulieren und umzusetzen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden arbeiten konstruktiv in interdisziplinären Teams zusammen und können mit auftretenden Störungen im Projektverlauf umgehen.
- Vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Kenntnisse und Fertigkeiten in den heterogenen Gruppen der Studierenden, leiten sie sich gegenseitig an und unterstützen sich.
- Die Studierenden sind in der Lage, ihre jeweiligen Arbeitsergebnisse zu reflektieren.
- Die Studierenden können unterschiedliche Fachperspektiven voneinander abgrenzen und einander gegenüberstellen.
- Die Studierenden können im interdisziplinären Kontext adressatengerecht sowie professionell mündlich und schriftlich kommunizieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden setzen und realisieren ihre eigenen Arbeitsziele im Projektverlauf.
- Die Studierenden planen und überprüfen selbstständig und verantwortungsbewusst ihren Fortschritt und setzen sich mit verschiedenen – teils gegensätzlichen – Blickwinkeln auf die Projektdurchführung auseinander.

Interdisziplinäres Modul

Inhalt

1. Die Inhalte bedienen zukunftsrelevante Querschnittsthemen und sind je nach Aufgabenstellung variabel.
2. Es gelten folgende übergeordnete Leitlinien für die Ausgestaltung der interdisziplinären Themen:
 - Authentische, problembasierte Aufgabenstellungen, damit Studierende im interdisziplinären Austausch selbstständig und systemisch Lösungswege entwickeln und Elemente aus dem Projektmanagement anwenden; deutlicher Bezug zu einer späteren Berufstätigkeit und/oder
 - Förderung von Kommunikations-, Konfliktlösungs- und Kooperationsfähigkeit durch Teamarbeit
 - Anregen zum fachlichen und überfachlichen Perspektivwechsel zum Erkennen von Mehrwerten und Synergieeffekten interdisziplinären Arbeitens

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Future Skills – Lernen der Zukunft – Hochschule der Zukunft, 2020, Ulf-Daniel Ehlers, Springer VS Wiesbaden, <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-29297-3>
- Hofert, S. (2018). Das agile Mindset: Mitarbeiter entwickeln, Zukunft der Arbeit gestalten, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Neue Narrative (Magazin für neues Arbeiten), <http://www.neuenarrative.de>
- enorm (Magazin für gesellschaftliche Verantwortung), <https://enorm-magazin.de>

Betriebliche Steuern II

Modulname		
Betriebliche Steuern II		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Ivonne Klipstein		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	SMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Externes Rechnungswesen, Jahresabschluss und betriebliche Steuern
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 30,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 60,0 Std.	Summe 150 Std.

Betriebliche Steuern II

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die wichtigsten (Ertragsteuer-)Arten und deren Rechtsquellen.
- Sie kennen die jeweiligen Tatbestände der Besteuerung (Steuersubjekt und -objekt, Bemessungsgrundlage, Steuersatz / Tarif).
- Sie kennen die wesentlichen Unterschiede zwischen der Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften.
- Sie haben einen Überblick über die Determinanten der Ertragsteuerbelastung von Unternehmen.
- Sie können die Verfahren der Steuererhebung unterscheiden und kennen den Ablauf des Veranlagungsverfahrens.

Fertigkeiten

- Sie sind in der Lage, die Einkommens-, Körperschaft- und Gewerbesteuer anhand von Fallaufgaben zu ermitteln.
- Sie können die behandelten Steuerarten zueinander in Beziehung setzen.
- Darüber sind sie befähigt, steuerliche Datenbanken und weitere Informationsquellen zu nutzen, so dass unbekannte Sachverhalte selbst recherchiert und ermittelt werden können.

Soziale Kompetenz

- Sie können in Gruppen Falllösungen erarbeiten und die Lösungen vorstellen.

Selbstständigkeit

- Sie können Lehr- und Lernziele reflektieren und diese eigenverantwortlich verfolgen.
- Sie können sich unbekannte Sachverhalte selbstständig erarbeiten, indem sie u.a. in einschlägigen Fachdatenbanken recherchieren.

Betriebliche Steuern II

Inhalt

1. Einkommensteuer (Besteuerung des Einkommens der natürlichen Personen)
 - 1.1 Persönliche Einkommensteuerpflicht
 - 1.2 Sachliche Einkommensteuerpflicht: Zuordnung zu den Einkunftsarten und Ermittlung der Einkünfte (Gewinneinkünfte, Überschusseinkünfte)
 - 1.3 Private Abzugsbeträge und Ermittlung der Bemessungsgrundlage
 - 1.4 Einkommensteuertarif (abzuleitende Steuersätze) und Veranlagung
 - 1.5 Steuerfestsetzung und Steuererhebung
2. Körperschaftsteuer (Besteuerung des Einkommens der juristischen Personen)
 - 2.1 Persönliche und sachliche Körperschaftsteuerpflicht
 - 2.2 Bemessungsgrundlage: Ermittlung des körperschaftsteuerlichen Einkommens
 - 2.3 Körperschaftsteuertarif und Veranlagung
 - 2.4 Steuerfestsetzung und Steuererhebung, Körperschaftsteuerrückstellung
 - 2.5 Gesellschaftsrechtliche und schuldrechtliche Leistungsbeziehungen (offene und verdeckte Gewinnausschüttungen)
3. Gewerbesteuer
 - 3.1 Steuergegenstand und Steuerschuldnerschaft
 - 3.2 Grundschemata zur Ermittlung des Gewerbeertrags
 - 3.3 Überblick über die Hinzurechnungen und Kürzungen nach §§ 8 und 9 GewStG
 - 3.4 Gewerbesteuertarif und Gewerbesteuererhebung, Gewerbesteuerückstellung
 - 3.5 Wechselverhältnis mit der Einkommensteuer: Gewerbesteueranrechnung gem. § 35 EStG
4. Unternehmensbesteuerung und Ertragsteuerbelastung: Rechtsformvergleich von Personen- und Kapitalgesellschaften

Betriebliche Steuern II

Pflichtliteratur

- Wichtige Steuergesetze mit Durchführungsverordnungen (aktu.), NWB-Verlag
- Wichtige Steuerrichtlinien (aktu.), NWB-Verlag
- Kudert, S. (2023). *Steuerrecht - leicht gemacht : eine Einführung für Studium und Praxis* (7., überarbeitete Auflage). Berlin : Edition Wissenschaft & Praxis.

Literaturempfehlungen

- Budilov-Nettelmann, N., Immenkötter, C., Ruge, S. & Wiley-VCH. (2021). *Steuerlehre für dummies* (1. Auflage). Weinheim : Wiley-VCH.
- Campenhausen, O. & Grawert, A. (2021). *Steuerrecht im Überblick : Zusammenfassungen und Grafiken* (6., überarbeitete, erweiterte und aktualisierte Auflage, Rechtsstand: 1. Juli 2021). Stuttgart : Schäffer-Poeschel Verlag.
- Kraft, C. & Kraft, G. (2018). *Grundlagen der Unternehmensbesteuerung : Die wichtigsten Steuerarten und ihr Zusammenwirken* (5., aktualisierte Auflage). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Bornhofen, M. & Bornhofen, M. (2023). *Steuerlehre; 2: Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Bewertungsgesetz und Erbschaftsteuer, Rechtslage 2022* (43rd ed. 2023). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.

Controlling

Modulname Controlling		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Ivonne Klipstein		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Externes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Controlling

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen den Gegenstand des Controllings.
- Die Studierenden kennen und verstehen Planung und Budgetierung im Controlling.
- Die Studierenden kennen und verstehen die Plankostenrechnung als Kerninstrument des Controllings.
- Die Studierenden kennen und verstehen Kennzahlen und Kennzahlensysteme als Controlling-Instrumente und weitere Werkzeuge des Controllers.
- Die Studierenden kennen weitere Einsatzgebiete des Controllers in der Praxis.

Fertigkeiten

- Sie können Controlling-Instrumente (Budgets, Plankostenrechnung, Kennzahlen, Berichtswesen, Früherkennungssystem) anwenden.
- Sie sind in der Lage, deren Ergebnisse auszuwerten und zu interpretieren.
- Sie können sich zur Organisation des Controllings zu positionieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage Übungsaufgaben und Fallstudien verantwortlich zu bewältigen.
- Die Studierenden sind in der Lage ihre Lösungen argumentativ zu vertreten.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können ökonomische Probleme aus dem Controlling eigenständig analysieren, bewerten und lösen.

Controlling

Inhalt

1. Controlling sowie Controllerinnen und Controller
 - 1.1 Begriffsbestimmungen
 - 1.2 Das Berufsbild der Controllerin und des Controllers
 - 1.3 Die Einordnung der Controllerin und des Controllers in die Unternehmenshierarchie
2. Planung und Budgetierung im Controlling
 - 2.1 Grundlagen
 - 2.2 Der Einfluss der Zielsetzung auf Planung und Budgetierung
 - 2.3 Die Koordination der periodischen Budgetierung
 - 2.4 Der Soll-Ist-Vergleich sowie Forecasting
3. Plan- und Prozesskostenrechnung
 - 3.1 Überblick
 - 3.2 Planung und Kontrolle der Einzelkosten
 - 3.3 Planung der Gemeinkosten
 - 3.4 Plankalkulation
 - 3.5 Grundzüge der Prozesskostenrechnung
4. Controlling mit Kennzahlen und Kennzahlensystemen
 - 4.1 Grundlagen
 - 4.2 Ausgewählte traditionelle Kennzahlensysteme
 - 4.3 Das Kennzahlen- und Managementsystem der Balanced Scorecard
 - 4.4 Grenzen von Kennzahlen und Kennzahlensystemen
5. Weitere Werkzeuge
 - 5.1 Benchmarking
 - 5.2 Berichtswesen, Schwachstellenanalyse und Kostensenkung
 - 5.3 Früherkennungssysteme
6. Digitalisierung des Controllings
7. Überblick über weitere Einsatzgebiete

Pflichtliteratur

- Horváth, P., Gleich, R. & Seiter, M. (2020). *Controlling* (14., komplett überarbeitete Auflage). München : Verlag Franz Vahlen.

Literaturempfehlungen

Digitales Marketing II

Modulname		
Digitales Marketing II		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse & Prof. Dr. Friederike Busch		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	SMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Marketing, Digitales Marketing I
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Digitales Marketing II

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden haben erweiterte Kenntnisse im Bereich der Gestaltung digitaler Kommunikationsmaßnahmen. Die Studierenden können aufzeigen, wie Unternehmen digitale Technologien in der Gestaltung weiterer Marketingmix-Instrumente einsetzen.
- Die Studierenden können bereits bei der Planung und Gestaltung digitaler Marketingmaßnahmen erkennen, wo rechtliche "Fallstricke" existieren könnten und können hierauf frühzeitig reagieren.

Fertigkeiten

- In der Vertiefung im Bereich digitale Kommunikation sind die Studierenden in der Lage, an der Planung, Umsetzung und Steuerung digitaler Kommunikationsmaßnahmen aktiv mitzuwirken.
- Die Studierenden wissen, wie man ethisch und rechtlich korrekt mit Daten Dritter umgeht. Sie können digitale Inhalte entwickeln, integrieren und überarbeiten.
- Die Studierenden verfügen über eine wissenschaftlich-systematische Arbeits- und Herangehensweise. Sie sind in der Lage, Theorien, Modelle und systematische Wissensbestände anzuwenden. Des Weiteren sind die Studierenden befähigt, wissenschaftliche Beiträge zu erstellen. Sie können komplexe Zusammenhänge und Ergebnisse in der Argumentation visualisieren und darstellen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren. sie können die Deutsche Sprache sehr gut in Wort & Schrift anwenden.

Selbständigkeit

- Die Studierenden besitzen Verantwortungsbewusstsein. Sie sind fähig und bereit, selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.
- Die Studierenden haben ein berufliches Selbstbild entwickelt, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert. Sie können die eigenen Fähigkeiten einschätzen, reflektieren autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten und können diese unter Anleitung nutzen. Die Studierenden reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.

Digitales Marketing II

Inhalt

1. Erweiterung des erworbenen Kenntnisstands hinsichtlich rechtlicher Aspekte digitaler Marketingkommunikation; Gestaltung weiterer digitaler Marketinginstrumente (digitale Preispolitik, Vertriebspolitik & Produktpolitik)
 - 1.1 Die Frage, ob eine Maßnahme des digitalen Marketing gesetzeskonform ist oder nicht, beantwortet sich in erster Linie nach dem Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG). Weitere rechtliche Rahmenbedingungen ergeben sich aus den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB), der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), des Medienstaatsvertrages (MStV), des Telemediengesetzes (TMG) und des Gesetzes über Urheberrechte und verwandte Schutzrechte (UrhG). Die Erläuterung dieser zur rechtlichen Beurteilung digitaler Marketingmaßnahmen grundlegenden Vorschriften gehört zum Inhalt dieses Moduls.
 - 1.2 Zu Semesterbeginn wird ein Baukasten (auf den Dimensionen Marketing Mix und Lern-/Lehrformat) an Entwicklungsmöglichkeiten bereitgestellt, aus denen Studierende wählen können. Im Kern besteht die Möglichkeit, Kompetenzen im Feld digitaler Kommunikation zu vertiefen und/oder Kompetenzen in der Gestaltung weiterer digitaler Marketingmaßnahmen (Digitalisierung im Bereich Produkt & Services; Preisgestaltung und Distribution) zu erwerben.

Pflichtliteratur

- Über die Digitale Bibliothek der TH Wildau steht den Studierenden u.a. die juristische Datenbank "Beck-Online" zur Verfügung. Hierüber haben die Studierenden Zugriff auf die Erläuterungswerke ("Kommentare") zu allen im Modul behandelten (in Inhalt genannten) Gesetzen.

Literaturempfehlungen

Projektmodul - Digitales Marketing & Design

Modulname Projektmodul - Digitales Marketing & Design			
Studiengang Betriebswirtschaftslehre		Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse			
Stand vom 2026-09-01		Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung		Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Projektmanagement, Marketing, Digitales Marketing I, Kommunikationsdesign
Besondere Regelungen Das Projektmodul stellt im Kern praktische Arbeiten dar, dessen Lernziele nicht ohne aktive Beteiligung der Studierenden in der Lehrveranstaltung erreicht werden können. Für ein erfolgreiches Absolvieren wird daher eine regelmäßige Anwesenheit empfohlen.

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 0,0 Std.	Projektarbeit 88,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Projektmodul - Digitales Marketing & Design

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- In Abhängigkeit der Projekthinhalte beherrschen die Studierenden vertieftes Wissen in der digitalen Kommunikation oder ergänzende branchenbezogene Kenntnisse. Die Studierenden kennen Methoden zur Bearbeitung komplexer Probleme auf dem Gebiet der (digitalen) Marketingkommunikation und können diese anwenden.

Fertigkeiten

- Die Studierenden besitzen managementbezogene Kompetenzen. Sie sind in der Lage, digitale Kommunikationsmaßnahmen basierend auf strategischen Konzepten/Rahmenbedingungen in einem Team zu entwickeln (Grundlagenniveau). Sie können dabei die Analysen zur Erstellung und Bewertung von digitalen Kommunikationsmaßnahmen durchführen und Tools und Methoden zur visuellen und textlichen Gestaltung von Medien praxisbezogen anwenden (Grundlagenniveau). Studierende sind befähigt, ein Denken in Systemen und Prozessen zu praktizieren.
- Die Studierenden sind befähigt, unter Anleitung Projektpläne, Zeitpläne und Berichte zu konzipieren und zu realisieren. Sie beherrschen auf Einsteigerniveau unternehmerisches, lösungsorientiertes und innovatives Denken und Handeln. Sie sind in der Lage, zur Bearbeitung komplexer praktischer Probleme im Feld der Marketingkommunikation erlernte Methoden einzusetzen. Sie können systematisch arbeiten und Entscheidungen unter Berücksichtigung ökonomischer und nicht ökonomischer Aspekte treffen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind befähigt, mit Ansprechpartnern zu kommunizieren (mündlich & schriftlich), um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen. Sie können innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen formulieren und diese im Diskurs mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen. Sie sind in der Lage, zur Untermauerung ihrer Argumentation komplexe Zusammenhänge & Ergebnisse zu visualisieren.
- Die Studierenden sind befähigt, erfolgreich in Teams zu arbeiten und unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter zu berücksichtigen.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden können zuverlässig arbeiten und sich an vereinbarte Regeln und Absprachen halten. Sie sind in der Lage, ihre Aufgaben in der zugesagten Qualität zu erledigen.
- Studierende besitzen die Fähigkeit und Bereitschaft, selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.
- Studierende können gewohntes Denken und Handeln an neue veränderte Situationen anpassen, wie auch neue Aufgaben und Herausforderungen annehmen.
- Die Studierenden sind in der Lage, mit vollem Einsatz zu handeln, sich für gemeinsame Ziele aktiv, nachdrücklich und engagiert einzusetzen.
- Studierende sind experimentierfreudig und dazu befähigt, neue Wege zu gehen. Sie können unkonventionelle, ungewöhnliche neue Ideen entwickeln und dementsprechend umsetzen. Sie sind einfallsreich und probieren gerne Neues aus.

Projektmodul - Digitales Marketing & Design

Inhalt

1. Studierende wenden die im Vertiefungsstudium erworbenen Kompetenzen an und erwerben in Begleitung eines Lehrenden „reale“ Berufserfahrungen. Im Rahmen eines vorgegebenen realen Projekts erarbeiten die Studierenden im Team ein mit Projektbeteiligten & Auftraggebern abgestimmtes Konzept digitaler Marketingkommunikationsmaßnahmen sowie entsprechende Prototypen von „kleineren“ Werbe- und Visualisierungskonzepten. Hierbei kann in Abhängigkeit des Projektinhaltes auch eine Vertiefung von Lehrinhalten aus vorherigen Lehr-Lerneinheiten erforderlich sein. Die im Grundstudium erworbenen Methodenkompetenzen des Projektmanagements werden auf einen komplexen realen Anwendungsfall bezogen.

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Die verwendete Literatur ist abhängig von jeweiligen Projektinhalten und wird zu Semesterbeginn auf der Lernplattform bereitgestellt.

Fallstudien des Personalmanagements

Modulname		
Fallstudien des Personalmanagements		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Marc Roedenbeck		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	SMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Human Resource Management
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 20,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 70,0 Std.	Summe 150 Std.

Fallstudien des Personalmanagements

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende kennen das Boselie-Modell und das Vorgehen zur Analyse von Fallstudien.
- Studierende kennen praxisrelevante Fälle zu typischen Elementen der Wertschöpfungskette des Personalmanagements.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können praxisrelevante Fälle zu Elementen der Wertschöpfungskette des Personalmanagements kritisch zuordnen.
- Die Studierenden können aus praxisrelevanten Fällen die relevanten Elemente des Boselie-Modells identifizieren, bewerten und Informationen dazu beschaffen.
- Die Studierenden können auf Grundlage der Ergebnisse des Boselie-Modells Lösungsansätze erarbeiten und diese bewerten.

Soziale Kompetenz

- Studierende halten sich an Regeln & Absprachen, die sie mit anderen vereinbart haben.
- Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist. Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen.
- Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren.

Selbstständigkeit

- Studierende können sowohl eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch hinterfragen.
- Studierende können in unterschiedlichen Situationen angemessene Entscheidungen treffen und übernehmen für eigene Handlungen & Entscheidungen Verantwortung.
- Studierende erledigen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich.

Inhalt

1. Einführung in das Modell von Boselie zur Analyse strategischer Fälle des HRM
2. Fallbearbeitungen zu ausgewählten unternehmerischen Themen mit Auswirkung auf die Wertschöpfungskette des Personalmanagements (z.B. Expansionspolitik, Vergütungssystem) in unterschiedlichen Branchen (z.B. Metall- / Elektroindustrie, Bildungssektor)

Fallstudien des Personalmanagements

Pflichtliteratur

- Boselie P & van der Heijden B (2024). Strategic Human Resource Management: A Balanced Approach. McGraw Hill.

Literaturempfehlungen

- Domsch, M. (2012). *Führung von Mitarbeitern : Fallstudien zum Personalmanagement* (3., überarb. Aufl.). Stuttgart : Schäffer-Poeschel.
- Böhmer N, Schinnenburg H & Steinert C (2012). Fallstudien im Personalmanagement. Pearson: München. Teil A (p13-30).
- Becker, M. & Kluckow, N. (2011). *Fallstudien für Human Resources Management, Band I, Führung und Organisation : Lehr- und Übungsbuch für Studium und Weiterbildung, 13 Fallstudien und Lösungen*. Mering : Rainer Hampp Verlag.
- Kimball, D. (2017). *Cases in human resource management*. Los Angeles, CA : SAGE Publications, Inc.
- Fazey, M. (2017). *Cases in HR practice and strategy* (Third edition). Prahran : Mirabel Publishing.

Projekt im Personalmanagement

Modulname Projekt im Personalmanagement		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Marc Roedenbeck		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Human Resource Management
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 0,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 90,0 Std.	Summe 150 Std.

Projekt im Personalmanagement

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Systematik des evidenzbasierten Human Resource Managements.
- Die Studierenden kennen ein aktuelles Forschungsthema aus dem Bereich Human Resource Management.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können Tools und Methoden aus dem aktuellen Forschungsthemas nutzen.
- Die Studierenden können Publikationen recherchieren, zusammenfassen und bewerten.
- Die Studierenden können einen Fragebogen entwickeln, bewerten und für ein Sample Daten generieren.
- Die Studierenden können die gewonnenen Daten für das Sample auswerten und für die Grundgesamtheit generalisieren.

Soziale Kompetenz

- Studierende halten sich an Regeln & Absprachen, die sie mit anderen vereinbart haben.
- Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist. Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen.
- Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren.

Selbstständigkeit

- Studierende können sowohl eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch hinterfragen.
- Studierende können in unterschiedlichen Situationen angemessene Entscheidungen treffen, ohne fremde Hilfe handeln und übernehmen für eigene Handlungen & Entscheidungen Verantwortung.
- Studierende besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft selbstgesteuert einen Fall zu gestalten.
- Studierende erledigen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich.

Inhalt

1. Einführung in das evidenzbasierte Human Resource Management
2. Einführung in das aktuelle Forschungsthema sowie dazugehörige Tools und Methoden
3. Einführung in die Fragebogenkonstruktion und das Sampling
4. Einführung in die Datenaufbereitung und -auswertung mit wirtschafts-psychologischen Konstrukten

Projekt im Personalmanagement

Pflichtliteratur

- Anderson V & Fontinha R (2024): Research Methods in Human Resource Management. KoganPage, London.

Literaturempfehlungen

- Aktuelle Publikationen zum ausgewählten Forschungsthema

Startup Camp

Modulname Startup Camp		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Christian Schultz		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 34,0 Std.	Projektarbeit 54,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Startup Camp

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden lernen unternehmerisch zu denken und sind in der Lage systematische Methoden der Geschäftsmodellentwicklung anzuwenden.
- Sie können einen sinnvollen Plan entwickeln und umsetzen, um ein Startup zu gründen.
- Die Studierenden kennen und verstehen, die grundlegenden Herausforderungen im Gründungsprozess und sind in der Lage die aktuellen Instrumente des Gründungsmanagements anzuwenden, um diese Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können Kreativtechniken anwenden, mit dem Business Model Canvas arbeiten, Kundengruppen und Persona entwickeln.
- Sie können Elementen des Design Thinking sowie ausgewählte Lean Startup Methoden anwenden.
- Sie sind befähigt, eine Startup Idee zu entwickeln.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, in Teams zu arbeiten und sich in diese zu integrieren.
- Sie können im Team ihre Meinungen und Ansichten äußern und diese argumentativ vertreten.
- Sie sind befähigt, mit den Problemen und Herausforderungen, die bei der Teamarbeit auftreten können umzugehen, unterschiedliche Sichtweisen zu akzeptieren und gewinnbringend zu nutzen.
- Die Studierenden können ihre erarbeiteten Ergebnisse vorstellen, visualisieren und diskutieren.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden können selbstständig Arbeit an einer Problemlösung/Gründungsidee arbeiten und besitzen so eine verstärkte Selbstreflektion.
- Sie sind in der Lage, ihre Stärken und Schwächen zu identifizieren und ihre Ressourcen und Kompetenzen zielgerichtet einzusetzen und weiterzuentwickeln.

Inhalt

1. Einführung in ausgewählte Methoden des Entrepreneurship, Projekt- und Innovationsmanagements
2. Vorstellung und Diskussion ausgewählter (regionaler) Problemlagen als Ausgangspunkt für die Entwicklung von Gründungsideen
3. Systematische Entwicklung einer Startup Idee
4. Anwendung von Kreativtechniken, Business Model Canvas. Lean Startup Methoden
5. Anwendung von Methoden der Visualisierung und Kommunikation von Gründungsideen

Startup Camp

Pflichtliteratur

- Beinke, C., Kenzler, D., Petrescu, I., Steller, P., Bartl, D. & Dark Horse Innovation. (2016). *Digital innovation playbook : das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager : Taktiken, Strategien, Spielzüge*. Hamburg : Murmann Publishers.
- Vetterli, C., Brenner, W., Uebernickel, F., & Berger, K. (2012). Die Innovationsmethode design thinking.
- Ries, E. & Bischoff, U. (2013). *Lean Startup : schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen* (2. Aufl.). München : Redline-Verl.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Etienneble, F. (2020). The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the World's Best Business Models. John Wiley & Sons.

Literaturempfehlungen

Innovationsmanagement

Modulname Innovationsmanagement		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart KMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 20,0 Std.	Projektarbeit 60,0 Std.	Prüfung 10,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Innovationsmanagement

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Bedeutung des Innovationsmanagements für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen.
- Die Studierenden kennen Erfolgsfaktoren im Innovationsmanagement und wissen wie Innovationsprozesse im Unternehmen gestaltet werden können.
- Sie sind mit dem Konzept und der praktischen Umsetzung von Ansätzen des Open Innovation und der Cross-Industry Innovation vertraut.
- Die Studierenden sind auf den Umgang mit Barrieren im Management von Innovationen vorbereitet und kennen Handlungsansätze zum Umgang mit Widerständen.
- Die Studierenden kennen einschlägige Methoden und Werkzeuge des Innovationsmanagements, erlernen diese anzuwenden und auf ihren Nutzen zu bewerten.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind befähigt, in Teams an einem konkreten Innovationsprojekt oder an Fallstudien zu arbeiten und dabei den Innovationsprozess zu durchlaufen.
- Sie sind in der Lage, ihre Ergebnisse im Team zu präsentieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich in eine Gruppe zu integrieren und dort ihre Meinungen und Ansichten zu äußern und diese argumentativ zu vertreten.
- Sie können mit Problemen und Herausforderungen, die bei der Teamarbeit auftreten umgehen, und wissen wie man die Verschiedenheit eines Teams gewinnbringend nutzen kann. Sie beherrschen Handlungsstrategien zur Bewältigung von Konfliktsituationen und können diese anwenden.

Selbständigkeit

- Die Studierenden haben eine verstärkte Selbstreflexion. Sie können ihre Stärken und Schwächen identifizieren und ihre Ressourcen und Kompetenzen zielgerichtet einsetzen und weiterentwickeln.
- Sie sind in der Lage, sich ziel- und ergebnisorientiert zu organisieren, ihre Arbeiten sinnvoll zu dokumentieren und somit Wissensstände zu sichern.

Innovationsmanagement

Inhalt

1. Bedeutung von Innovationen für das Unternehmen und die Wettbewerbsfähigkeit
2. Umgang mit Barrieren und Widerständen im Management von Innovationen
3. Faktoren für den Erfolg und Misserfolg von Innovationen
4. Quellen für Innovationen
5. Gestaltung des Innovationsprozesses
6. Open Innovation und Cross Industry Innovation
7. Organisation des Innovationsmanagements im Unternehmen
8. Entwicklung von Innovationsstrategien und strategische Vorausschau
9. Innovationsfördernde Unternehmenskultur

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Beinke, C., Kenzler, D., Petrescu, I., Steller, P., Bartl, D. & Dark Horse Innovation. (2016). *Digital innovation playbook : das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager : Taktiken, Strategien, Spielzüge*. Hamburg : Murmann Publishers.
- Chesbrough, H. (2003). Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting from Technology by Henry William Chesbrough (2005-09-30). Boston: Harvard Business Review Press.
- Granig, P. & Hartlieb, E. & (Eds.) Lercher, H. (2013). Innovationsstrategien: Von Produkten und Dienstleistungen zu Geschäftsmodellinnovationen. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Hauschildt, J. & Salomo, S. (2011). Innovationsmanagement. München: Vahlen.

Optimierung in der Logistik

Modulname		
Optimierung in der Logistik		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Produktion und Logistik
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Optimierung in der Logistik

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden verstehen die Grundlagen des Operations Research, die Grundlagen der Entscheidungstheorie, den Prozess der mathematischen Modellierung und die Vorgehensweise beim Lösen logistischer Entscheidungsprobleme.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können die o.g. Kenntnisse anwenden, um logistische Entscheidungsprobleme zu verstehen und zu strukturieren, um mathematische Modelle für logistische Probleme zu erstellen, diese zu lösen und zu interpretieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage eigene Lösungen für Entscheidungsprobleme im Dialog mit anderen Studierenden zu erarbeiten und die Ergebnisse adäquat zu präsentieren.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Ziele zu definieren, eigenständig Methoden zum Lösen eines Problems zu wählen und die eigenen Lösungen zu analysieren und zu interpretieren.

Optimierung in der Logistik

Inhalt

1. Grundlagen logistischer Entscheidungen
2. Transportprobleme
 - 2.1 Überblick
 - 2.2 Das klassische Transportproblem
 - 2.3 Transportprobleme mit ungleichen Angeboten und Bedarfen
 - 2.4 Transportprobleme mit nicht-klassischen Zielfunktionen
 - 2.5 Transportprobleme mit nicht-klassischen Lieferbeziehungen
3. Logistische Zuordnungsprobleme
 - 3.1 Bi-partite Probleme
 - 3.2 Nicht-bipartite Probleme
4. Planung von Routen und Touren
 - 4.1 Kürzeste Wege und Entfernungen
 - 4.2 Rundreiseprobleme
 - 4.3 Briefträgerprobleme
 - 4.4 Tourenplanung
5. Planung von Standorten für Logistikknoten
 - 5.1 Diskrete Median- und Zentren-Probleme
 - 5.2 Kontinuierliche Median- und Zentren-Probleme
 - 5.3 Überdeckungsprobleme
 - 5.4 Warehouse-Location-Probleme

Pflichtliteratur

- Steglich, M., Feige, D. & Klaus, P. (2016). *Logistik-Entscheidungen* (2. aktualis. und kompl. überarb). Berlin : De Gruyter.
- Ghiani, G., Laporte, G., Musmanno, R. (2013). *Introduction to Logistics Systems Management*, Wiley, Chichester.
- Hillier, F.S., Lieberman, G.J. (2010): *Introduction to Operations Research*, McGraw-Hill, New York et al.
- Mattfeld, D., Vahrenkamp, R. (2014): *Logistiknetzwerke: Modelle für Standortwahl and Tourenplanung*, Wiesbaden: Springer Gabler.

Literaturempfehlungen

Projekt Produktion und Logistik

Modulname Projekt Produktion und Logistik		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster		
Stand vom 2026-09-01	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Produktion und Logistik, Produktionsmanagement und Optimierung
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 0,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 90,0 Std.	Summe 150 Std.

Projekt Produktion und Logistik

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden verstehen die in den Modulen Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik), und Produktionsmanagement und Optimierung (Produktion & Logistik) erworbenen Kenntnisse zur Lösung vorgegebener realistischer Fallstudien auf dem Gebiet der Produktion und der Logistik selbständig.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können ihre erworbenen Kenntnisse anwenden, um ausgewählte produktionswirtschaftliche und logistische Entscheidungsprobleme zu verstehen, zu strukturieren und zu lösen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage eigene Lösungen für Entscheidungsprobleme im Dialog mit anderen Studierenden zu erarbeiten und die Ergebnisse adäquat zu präsentieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Ziele zu definieren, eigenständig Methoden zum Lösen eines Problems zu wählen und die eigenen Lösungen zu analysieren und zu interpretieren.

Inhalt

1. Dieses Modul wird in seminaristischer Form bzw. als problemorientierter Lern- und Lehransatz durchgeführt.

In einem ersten Schritt müssen die Studierenden, organisiert in Gruppen, ein gegebenes realistisches Problem analysieren und die theoretischen Grundlagen des Problems herausarbeiten, um ein geeignetes mathematisches Modell zu formulieren. Das mathematische Modell hilft den Studierenden, das Ziel und die Randbedingungen des Problems zu verstehen und zu formulieren und welche Daten zur Lösung des Falls benötigt werden. Darüber hinaus müssen die Studenten die Problemdaten aus verschiedenen Quellen beschaffen. Anschließend muss das Problem inklusive der gewonnenen Daten in eine geeignete Software eingegeben und damit gelöst werden. Die letzte Aufgabe ist die Interpretation und Präsentation der gefundenen Lösung.

Es ist von der Gruppe gemeinsam eine Projektarbeit zu schreiben und die Ergebnisse des Projektes abschließend zu präsentieren.

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

Öffentliche Finanzen

Modulname Öffentliche Finanzen		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. phil. Ronny Freier		
Stand vom 2024-10-15	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Öffentliche Finanzen

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Zusammenhänge zwischen privater und öffentlicher Wirtschaft (Wirtschaftskreislauf).
- Sie verstehen die Aufgaben und Aufgabenverteilung sowie die Einnahmen und Einnahmenverteilung zwischen den staatlichen Ebenen.
- Sie kennen die vier übergeordneten wirtschaftspolitischen Ziele der Bundesregierung und können diese im Kontext aktueller Wirtschaftspolitik einordnen.
- Die Studierenden kennen ökonomische Begründungen für Staatseingriffe in Märkte und können diese mit aktuellen Beispielen erklären.
- Die Studierenden begreifen das Kosten-Nutzen-Kalkül der öffentlichen Hand sowie die Grundzüge des Vergaberechts.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können volkswirtschaftliches und wirtschaftspolitisches Wissen in Diskussionen einbringen.
- Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Prinzipien auch in Case Studies der öffentlichen Wirtschaft zur Anwendung bringen.
- Sie können die Prinzipien des öffentlichen Wirtschaften nachvollziehen und für Ihre Tätigkeit in einer privaten Unternehmung nutzen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können gemeinsame Diskussionsgrundlagen zu wirtschaftspolitischen Debatten etablieren.
- Sie sind in der Lage, argumentativ und methodisch überzeugende Lösungen einzubringen.
- Sie können in einer Gruppe Aufgaben der Recherche, der Analyse und der Interpretation gemeinsam organisieren und zu nachvollziehbaren Ergebnissen führen.

Selbständigkeit

- Sie sind in der Lage, Lern- und Arbeitsprozesse sowie deren Ergebnisse eigenverantwortlich zu analysieren, zu bewerten und ggf. zu optimieren.
- Sie können wissenschaftliche als auch politische Formen der Analyse- und Problemlösungsfähigkeit, Diskussions-, Kritik- und urteilsfähigkeit entwickeln

Öffentliche Finanzen

Inhalt

1. Begriff der öffentlichen Finanzwirtschaft
2. Rechtsgrundlagen der öffentlichen Finanzwirtschaft
3. Einnahmen und Ausgaben des Staates
4. Wirkung von Steuern
5. Eingriff des Staates in die öffentliche Wirtschaft
6. Wirtschaftspolitik
7. Öffentliche Haushalte
8. Öffentliche Vergabe

Pflichtliteratur

- Leibinger, B., Müller, R., Züll, B., Wiesner, H. & Decker's, R. (2024). *Öffentliche Finanzwirtschaft : ein Grundriss für die öffentliche Verwaltung in Bund und Ländern* (16., neu bearbeitete Auflage). Heidelberg : R. v. Decker.

Literaturempfehlungen

Projekt

Modulname Projekt		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Kathrin Bösenner & Prof. Dr. phil. Ronny Freier		
Stand vom 2024-09-25	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen -
Besondere Regelungen -

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 90,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 0,0 Std.	Summe 150 Std.

Projekt

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Grundlagen der Projektarbeit und des Projektmanagements und können diese Grundlagen auf ein konkretes Projekt anwenden.
- Sie kennen die Aufgaben, Rechte und Pflichten der in einem Projekt involvierten Personen in Abhängigkeit von der Rolle bzw. dem Gremium.
- Sie kennen Führungsprozesse sowie Methoden und Werkzeuge unter Einsatz eines kritischen Verständnisses von Theorie.
- Die Studierenden kennen verschiedene Moderations- und Präsentationstechniken.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können Projekte selbstständig planen, organisieren, kontrollieren, steuern und abarbeiten.
- Die Studierenden können die Rolle der Projektleitung in typisch projektbezogenen Fragestellungen und Situationen analysieren und einnehmen.
- Sie können selbstständig Lösungen erarbeiten, initiieren und koordinieren.
- Sie können die Projektarbeit und deren Ergebnisse systematisch und zielgerichtet präsentieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, Projekte eigenverantwortlich in einer Arbeitsgruppe zu bewältigen. Hierzu zählen insbesondere Kommunikation, Koordination und Konfliktmanagement.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind zur eigenverantwortlichen Analyse und Erarbeitung von Lösungsansätzen in ihnen übertragenen Projekten in der Lage.

Inhalt

1. Einführung in das Projektmanagement
2. Arbeits- und kommunikationspsychologische Grundlagen der Projektarbeit
3. Ausgestaltung der Rollen und Gremien im Projekt
4. Ausgestaltung der Führungsprozesse im Projekt
5. Ausgewählte Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements
6. Bearbeitung eines Fachprojektes der Landes-/Kommunalverwaltung

Projekt

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Bea, F., Scheurer, S., Hesselmann, S. & Uni-Taschenbücher GmbH. (2020). *Projektmanagement* (3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). München : UVK Verlag.
- Ewert, W. (2011). *Handbuch Projektmanagement öffentliche Dienste : Grundlagen, Praxisbeispiele und Handlungsanleitungen für die Verwaltungsreform durch Projektarbeit* (7., unveränd. Aufl.). Bremen [u.a.] : Kellner.

Consulting Management

Modulname Consulting Management		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus		
Stand vom 2026-02-26	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Interesse an dem Berufsbild des Consultant, Spaß an projekt- und problemlösungsorientiertem Arbeiten im Team Es gibt keine Pflichtvoraussetzungen.
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Consulting Management

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden haben Kenntnisse über das Berufsbild des Consultants und die erfolgreiche Abwicklung von Beratungsprojekten.
Die Studierenden kennen und verstehen ...

Fertigkeiten

- Die Studierenden besitzen die für einen erfolgreichen Einstieg als Consultant erforderlichen Fähigkeiten. Sie sind in der Lage, mit Hilfe verschiedener Methoden die zu lösenden Probleme zu identifizieren und gemeinsam mit dem Mandanten individuelle Lösungsstrategien zu entwickeln.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage erfolgreich als Team zu agieren, professionell mit dem Mandanten zu kommunizieren und zu interagieren, Verhandlungen strategisch zu führen und Lösungsansätze für etwaige Konflikte zu entwickeln.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, selbständig Lösungsansätze zu erarbeiten und die erarbeiteten Lösungsansätze vor unterschiedlichen Adressatengruppen zu präsentieren und zu diskutieren.

Inhalt

1. Beraterkompetenzen

- 1.1 Kompetenzprofil eines Unternehmensberaters: Berufsbild des Beraters, Beratungsmarkt, ethische und rechtliche Herausforderungen (Corporate Governance)
- 1.2 Projekte (richtig) bepreisen und gewinnen (pitchen)

2. Analysekompetenzen

Problem erkennen, abgrenzen und mittels unterschiedlicher Methoden Lösungsvorschläge erarbeiten; Projekte effizient und erfolgreich durchführen und abschließen

3. Sozialkompetenzen

Vermittlung erfolgskritischer sozialer Beratungskompetenzen (erfolgreich durch Business Meetings führen, Überzeugungsstrategien, Selbstvermarktung, Geschäftsetikette)

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

Corporate Finance

Modulname Corporate Finance		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Stefan Trencsik		
Stand vom 2024-09-25	Sprache Englisch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Some concepts require the use of MS Excel.
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Corporate Finance

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Students are able to describe different financing options in the corporate world and the processes involved. They are able to compare and evaluate the best options for different company scenarios.
- Students can analyse complex financial problems using relevant terms and concepts related to corporate finance.
- Students are able to critically evaluate theoretical and empirical aspects in dividend policy research, and to communicate their findings in writing and orally.

Fertigkeiten

- Students are able to explain and reflect on the main goals of a corporation, the impact of "short-termism" and responsible long-term value maximization.
- Students are able to assess an organisation's financing needs and formulate an appropriate capital structure.
- Students are able to describe and examine key issues related to dividend policy and their implications for the value of a corporation.

Soziale Kompetenz

- Students can demonstrate teamwork in producing team solutions to problems.
- Students hone their presentation and communication skills in debating discussion topics in teams and presenting important findings and conclusions to a wider audience.
- Students can explain the interaction between the world of corporate finance and societal issues.

Selbstständigkeit

- The self-preparation demanded of students for the lecture requires them to manage their workload and their time in a more effective and efficient way.
- Students can independently analyse and solve complex financial problems.

Inhalt

1. Introduction
2. Optimal Capital Structure
3. Long-Term Financing
4. Short-Term Financing
5. Optimal Payout Policy

Corporate Finance

Pflichtliteratur

- Berk, J., Demarzo, P. (2023). Corporate Finance. Person.
- Brealey, R., Myers, S., Allen, F. (2023). International Student Edition of Principles of Corporate Finance, 14th Edition. McGraw-Hill Education.
- Hillier, D., Ross, S., et. al. (2021). Corporate Finance , 4th European Edition. McGraw-Hill Education.
- Damodaran, A, (2014). Applied Corporate Finance, Fourth Edition. Wiley.

Literaturempfehlungen

- Benninga, S. (2022). Financial Modeling. Fifth Edition. The MIT Press.

FACT-Project

Modulname FACT-Project		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich, Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus & Prof. Dr. rer. pol. Stefan Trencsik		
Stand vom 2024-09-25	Sprache Englisch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Good knowledge of quantitative methods Specialization FACT (international)
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

FACT-Project

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Students can explain in depth a broad range of concepts and issues from the areas of Finance, Accounting, Controlling & Technology.
- Students can apply and combine their knowledge from previous "FACT (international)" modules to analyse complex financial problems.

Fertigkeiten

- Students can apply their knowledge from previous "FACT (international)" modules to analyse company case studies.
- Students are able to present the results of their analysis in professional presentations and reports.

Soziale Kompetenz

- Students are able to communicate and cooperate with peers to discuss problems and arrive at solutions within a team.
- Students acquire intercultural competence through interacting with peers from different social and cultural backgrounds.

Selbständigkeit

- Students are able to develop solutions to complex financial problems independently.

Inhalt

1. Case studies in finance
2. Case studies in financial statements & valuation
3. Case studies in controlling

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

Digital Marketing II

Modulname		
Digital Marketing II		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Englisch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	SMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen Marketing, Digital Marketing I

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 45,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 45,0 Std.	Summe 150 Std.

Digital Marketing II

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Marketing expertise: Students are able to expand their knowledge and demonstrate in-depth understanding of the design of digital communication measures and/or students can show how innovative companies use digital technologies in the design of other marketing mix instruments.

Fertigkeiten

- Students are able to actively participate in the planning, implementation and management of digital communication measures.
- Students demonstrate awareness of ethical and economic issues in dealing with data. Students can develop, integrate and revise digital content.
- Students are able to use a scientific and systematic approach to work, using relevant theories, models etc.
- Students are able to produce different kind of scholarly work (texts, posters, presentations). They are able to visualize and present complex contexts and results in argumentation.

Soziale Kompetenz

- Students are able to communicate constructively, effectively and consciously, both orally and in writing.
- Students reflect critically on their professional actions in relation to social expectations and consequences.

Selbständigkeit

- Students have the ability and willingness to contribute to the design of processes in a self-directed manner, taking into account possible consequences.
- Students are able to develop a professional self-image that is oriented towards goals and standards in professional fields that are predominantly outside of academia.
- Under supervision, they are able to assess their own abilities, reflect autonomously on their freedom of action and decision-making and use this freedom.

Inhalt

1. The Digital Marketing II module (5th semester) aims to expand the knowledge acquired with regard to special fields (e. g. employer branding) and legal aspects of digital marketing communication. Furthermore, students acquire skills in the design of further digital marketing instruments (digital pricing policy, sales policy & product policy).

Digital Marketing II

Pflichtliteratur

- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (Eighth edition). Harlow, England : Pearson.
- Simon Kingsnorth (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*, Second Edition, Kogan Page.

Literaturempfehlungen

Project - Digital Marketing

Modulname Project - Digital Marketing		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse		
Stand vom 2024-10-17	Sprache Englisch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 9	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Lernziele
Kenntnisse/Wissen
– Depending on the project content, students are able to deepen and supplement their knowledge of digital communication or acquire industry-related knowledge. – Students can apply relevant methods (e.g. material research/evaluation, recording of KPIs & market observations, evaluation of analyses, methods of idea generation and selection) to complex practical problems in the field of marketing communication.
Fertigkeiten
– Management-related skills: - Students are able to create digital communication measures (based on strategic concepts/frameworks) in a team (basic level).

Project - Digital Marketing

- Students are able to carry out analyses for the creation/evaluation of digital communication measures.
- Students can apply tools and methods for the visual and textual design of media.
- Methodological skills:
 - Under guidance, students are able to design and implement project plans, schedules and reports. They are able to apply entrepreneurial, solution-oriented and innovative thinking and action at beginner level.
 - Students can make systematic and strategic decisions related to digital marketing, taking into account economic & non-economic aspects

Soziale Kompetenz

- Communication skills:
 - Students are able to communicate (orally and in writing) with peers and with internal and external contacts in order to solve a task responsibly.
 - Students can formulate technical and factual solutions to problems in their work and are able to justify these using theoretically and methodologically sound arguments.
 - To substantiate their arguments, students can visualize complex relationships and results.
- Teamwork skills:
 - Students work successfully in (interdisciplinary) teams and are able to take into account the different perspectives and interests of other participants.

Selbständigkeit

- Reliability:
 - Students are able to adhere to rules and agreements that they have made with others. Their peers can rely on their own statements that tasks will be completed to the standard promised.
 - Sense of responsibility: Students tackle the design of processes in a self-directed manner.
- Flexibility:
 - Students are able to adapt their usual thinking and actions to new situations, as well as accept new tasks & challenges.
- Commitment:
 - Students demonstrate commitment and accountability (e.g. to work actively, emphatically and with dedication towards common goals).
- Creativity and open-mindedness:
 - Students are keen to experiment and are prepared to break new ground. They are able to develop unconventional, imaginative ideas and implement them accordingly

Project - Digital Marketing

Inhalt

1. Students apply the skills acquired in the specialization course and gain "real" professional experience under the supervision of a lecturer. As part of a given real project, students work in a team to develop a concept for digital marketing communication measures agreed with project participants and clients, as well as corresponding prototypes of "smaller" advertising and visualization concepts. Depending on the content of the project, it may also be necessary to consolidate teaching content from previous teaching units. The methodological skills of project management acquired in the foundation course are applied to a complex real-life use case.

Pflichtliteratur

- Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Second Edition, Kogan Page.
- Chaffey, D. , PR Smith (2023). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, Routledge, 6th ed.

Literaturempfehlungen

Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten

Modulname				
Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten				
Studiengang		Abschluss		
Betriebswirtschaftslehre		Bachelor of Arts		
Modulverantwortliche				
Prof. Dr. rer. nat. Christian Liebchen & Prof. Dr.-Ing. Ralf Kohlen				
Stand vom		Sprache		
2026-09-01		Deutsch		
Art der Lehrveranstaltung		Prüfungsart		CP nach ECTS
Spezialisierung		FMP		5
Art des Studiums		Semester	SWS	V / Ü / L / P / S
Vollzeit		5	4	2 / 0 / 2 / 0 / 0
Art des Studiums		Semester	SWS	V / Ü / L / P / S
Teilzeit		11	4	2 / 0 / 2 / 0 / 0
Empfohlene Voraussetzungen				
Besondere Regelungen				
Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz	Selbststudium	Projektarbeit	Prüfung	Summe
60,0 Std.	88,0 Std.	0,0 Std.	2,0 Std.	150 Std.

Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen wesentliche Ebenen der Verkehrsplanung und können diese gegeneinander abgrenzen (Nachfrage, Infrastruktur, Verkehrsmittel- und Routenwahl). Zudem beherrschen die Modellierung dieser Ebenen mit ausgewählter Standardsoftware.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können sich in ausgewählte Standardsoftware der Verkehrsplanung einarbeiten, darin Verkehrsmodelle bearbeiten und die mit diesen erzielten Analyseergebnisse interpretieren

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich in Arbeitsgruppen zu organisieren und gemeinsam Probleme und Aufgabenstellungen zu lösen, sowie verkehrsplanerische Entscheidungsalternativen kritisch zu reflektieren.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden können sich in ausgewählte Standardsoftware auf dem Gebiet der Verkehrsplanung einarbeiten. Sie sind in der Lage, im Team Diskussionen zu führen.

Inhalt

1. Praktische Modellierung von Verkehrsnachfrage (Verkehrserzeugung, Verkehrsverteilung, Verkehrsaufteilung; sowie Diskussion möglicher Alternativen)
2. Praktische Modellierung von Verkehrsnetzen (Individualverkehr, CR-Funktionen, Öffentlicher Verkehr, Haltestellen- und Liniensystematik)
3. Verkehrsumlegung (Kürzeste-Wege-Verfahren, Berücksichtigung von Kapazitätsbeschränkungen, konzeptionelle Analyse von Rückkoppelungseffekten)
4. Praktische Simulation des Straßenverkehrs (insb. lichtsignalgesteuerte Straßenknoten und kleine Netze)

Pflichtliteratur

- Schnabel, W. & Lohse, D. (2011). *Grundlagen der Straßenverkehrstechnik und der Verkehrsplanung; 2: Verkehrsplanung* (3., vollst. überarb. Aufl.). Berlin : Verl. für Bauwesen.

Literaturempfehlungen

- PTV AG (2022). PTV VISUM 2023 Handbuch
- Dokumentation der Software SUMO des DLR, <http://www.eclipse.org/sumo/>
- Treiber, M. & Kesting, A. (2010). *Verkehrsdynamik und -simulation : Daten, Modelle und Anwendungen der Verkehrsflussdynamik*. Heidelberg [u.a.] : Springer.
- Kohlen, R. & Liebchen, Ch. (2022). Lernvideo-Serie zur makroskopischen Verkehrsnetzmodellierung, <http://www.th-wildau.de/vst-lernvideos/>

Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt

Modulname		
Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. nat. Christian Liebchen & Prof. Dr.-Ing. Ralf Kohlen		
Stand vom	Sprache	
2026-09-01	Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Spezialisierung	FMP	5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 4 / 0 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 4 / 0 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

--

Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden besitzen Fachkenntnisse zu Akteuren in der Verkehrspolitik und zu den Strukturen von Verkehrsmärkten.
- Sie haben Wissen zur Evolution von Verkehrssystemen und der Bedeutung von Innovationen.
- Sie haben Kenntnisse zu Planungsinstrumenten der Verkehrspolitik und zu Maßnahmen und deren Wirkungen in der Verkehrsplanung.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können Strukturen in der Verkehrspolitik und der zugehörigen Verwaltung analysieren.
- Die Studierenden können verkehrspolitische Standpunkte anderer wiedergeben, ohne sich ebendiese selbst zueigen zu machen.
- Die Studierenden können verschiedenartige politische Positionen zu verkehrlichen Themen wiedergeben und die Prioritätensetzung im politischen Prozess nachvollziehen.
- Die Studierenden können aus ihren Kenntnissen über die Struktur von Verkehrsmärkten Schlussfolgerungen für ihre Handlungen ableiten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden kennen die Prozesse des politischen Willensbildungsprozesses und können diesen für verschiedene Bevölkerungsgruppen einordnen.
- Die Studierenden können sich aktiv in den politischen Diskussionsprozess einbringen und können zwischen eigener Meinung und wissenschaftlich-distanzierter Reflexion unterscheiden.
- Die Studierenden sind geübt in der konstruktiven (politischen) Diskussion zwischen Vertreter/innen verschiedener Interessen.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, ihre Arbeit selbstdiszipliniert zu organisieren.
- Sie können verkehrspolitische Fragestellungen selbständig strukturieren und recherchieren.
- Sie können ihren eigenen Arbeitsstand kritisch reflektieren und Lösungsansätze finden.

Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt

Inhalt

1. Verkehrsträger im Personen- und Güterverkehr, Determinanten der Verkehrsentwicklung
2. Volkswirtschaftliche Bedeutung des Verkehrs
3. Besonderheiten des Verkehrssektors
4. Elemente der verkehrspolitischen Praxis
5. Europäische und deutsche Verkehrspolitik
6. Verkehrsnachfrage und Transportangebot, Wirtschaftlichkeitsrechnungen im Verkehr
7. Verkehr und Umwelt
8. Maßnahmen der Verkehrspolitik im urbanen Güterverkehr
9. Personenverkehrs- und Güterverkehrsmärkte
10. Evolution des Verkehrssystems und Bedeutung von Innovationen
11. Theorien über Innovationsentstehung und Durchsetzung, Besonderheiten des Verkehrs bei Innovationen
12. Innovationspolitik im Verkehr

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Mankiw, N. & Taylor, M. (2021). *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre* (8. Auflage 2021). Freiburg : Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH.
- Aberle, G. (2009). *Transportwirtschaft : einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Grundlagen* (5., überarb. und erg. Aufl.). München : Oldenbourg.
- Stock, W. & Bernecker, T. (2014). *Verkehrsökonomie : Eine volkswirtschaftlich-empirische Einführung in die Verkehrswissenschaft* (2., vollst. überarb. Aufl. 2014). Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Grandjot, H. & Bernecker, T. (2014). *Verkehrspolitik : Grundlagen, Herausforderungen, Perspektiven* (2., komplett überarbeitete Auflage). PMC Media House GmbH : Bingen am Rhein.

Digitales Marketing II (Kopie)

Modulname				
Digitales Marketing II (Kopie)				
Studiengang		Abschluss		
Betriebswirtschaftslehre		Bachelor of Arts		
Modulverantwortliche				
Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse & Prof. Dr. Friederike Busch				
Stand vom		Sprache		
2026-02-27		Deutsch		
Art der Lehrveranstaltung		Prüfungsart	CP nach ECTS	
Spezialisierung		SMP	5	
Art des Studiums	Semester	SWS	V / Ü / L / P / S	
Vollzeit	5	4	0 / 0 / 0 / 0 / 4	
Art des Studiums	Semester	SWS	V / Ü / L / P / S	
Teilzeit	11	4	0 / 0 / 0 / 0 / 4	
Empfohlene Voraussetzungen				
Marketing, Digitales Marketing I				
Besondere Regelungen				
Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz	Selbststudium	Projektarbeit	Prüfung	Summe
60,0 Std.	45,0 Std.	0,0 Std.	45,0 Std.	150 Std.

Digitales Marketing II (Kopie)

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden haben erweiterte Kenntnisse im Bereich des konzeptionellen Einsatzes digitaler Kommunikationsmaßnahmen und deren Einfluss auf das Entscheidungsverhalten der Marktteilnehmer. Die Studierenden können aufzeigen, wie Unternehmen digitale Instrumente in der Gestaltung weiterer Marketingmix-Instrumente einsetzen.

Fertigkeiten

- In der Vertiefung im Bereich digitale Kommunikation sind die Studierenden in der Lage, an der Planung, Umsetzung und Steuerung digitaler Kommunikationsmaßnahmen aktiv mitzuwirken.
- Die Studierenden wissen, wie man Kaufprozesse über digitale Medien steuert. Sie können digitale Inhalte entwickeln, integrieren und überarbeiten.
- Die Studierenden verfügen über eine wissenschaftlich-systematische Arbeits- und Herangehensweise. Sie sind in der Lage, Theorien, Modelle und systematische Wissensbestände anzuwenden. Des Weiteren sind die Studierenden befähigt, wissenschaftliche Beiträge zu erstellen. Sie können komplexe Zusammenhänge und Ergebnisse in der Argumentation visualisieren und darstellen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren. sie können die Deutsche Sprache sehr gut in Wort & Schrift anwenden.
- Die Studierenden können in kleinen Arbeitsgruppen interaktiv und seminaristisch lernen, Aussagen analysieren und Lösungswege zum Lehrgebiet entwickeln

Selbstständigkeit

- Die Studierenden besitzen Verantwortungsbewusstsein. Sie sind fähig und bereit, selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.
- Die Studierenden haben ein berufliches Selbstbild entwickelt, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert. Sie können die eigenen Fähigkeiten einschätzen, reflektieren autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten und können diese unter Anleitung nutzen. Die Studierenden reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.

Digitales Marketing II (Kopie)

Inhalt

1. Erweiterung des erworbenen Kenntnisstands hinsichtlich weiterer digitaler Marketinginstrumente
2. Digitale Distributionspolitik und Transformation des Handels
3. Digitale Preispolitik & dynamic pricing
4. Digitale Produktpolitik und Optionen der Personalisierung
5. Digitale Entscheidungsprozesse im e-commerce
6. Verantwortungsbewusste digitale Verbraucherpolitik
7. Digitale Perspektiven zur Steuerung des Nachkaufverhaltens

Pflichtliteratur

- Weege, M. & Zweigle, T. (2025). *AI in marketing education: Capabilities required of marketers today*. Erfurt: IU Internationale Hochschule.
- Neligan, A., Lichtenthäler, S. & Schmitz, E. (2023). *Produkte und Dienste für eine zirkuläre Wirtschaft: Ergebnisse aus dem IW-Zukunftspanel*. Köln: Institut der deutschen Wirtschaft (IW).
- Büchel, J. & Neligan, A. (2025). *Digitaler Produktpass: ready to go?*. Köln: Institut der deutschen Wirtschaft (IW).
- Riehmann, D. (2016). *Algorithmen revolutionieren das Marketing - Wie der Handel mit modernster Technologie in die digitale Zukunft steuert*. St.Gallen: Thexis Verlag.

Literaturempfehlungen

- Friedrich, M. (2021). *Chancen und Risiken einer Multi-Channel-Vermarktung in zwei und dreistufigen Vertriebskanälen*. Hostert: European Institute for Knowledge & Value Management (EIKV).
- Rudolph, T., Steiner, D. & Scheidegger, G. (2021). *Dynamisches Preismanagement im Handel - Handlungsempfehlungen für eine faire Preisgestaltung*. St.Gallen: Thexis Verlag.
- Hagenhoff, S. (2020). *"Digitale Souveränität": Kontextualisierung des Phänomens in der Domäne der medial vermittelten öffentlichen Kommunikation unter besonderer Berücksichtigung von Reader Analytics*. Erlangen: Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft, Professur für Buchwissenschaft, insb. E-Publishing und Digitale Märkte.
- Angerer, T. (2023). *Digitales Marketing und Management : Revolution vs. Evolution im Marketing*. Wiesbaden : Springer Gabler.

Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Kopie)

Modulname Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Kopie)		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Lydia Göse		
Stand vom 2026-01-04	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Spezialisierung	Prüfungsart SMP	CP nach ECTS 5

Art des Studiums Vollzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4
Art des Studiums Teilzeit	Semester 11	SWS 4	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 4

Empfohlene Voraussetzungen Projektmanagement, Marketing, Digitales Marketing I, Kommunikationsdesign
Besondere Regelungen Das Projektmodul stellt im Kern praktische Arbeiten dar, dessen Lernziele nicht ohne aktive Beteiligung der Studierenden in der Lehrveranstaltung erreicht werden können. Für ein erfolgreiches Absolvieren wird daher eine regelmäßige Anwesenheit empfohlen.

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 0,0 Std.	Projektarbeit 88,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Kopie)

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- In Abhängigkeit der Projekthinhalte beherrschen die Studierenden vertieftes Wissen in der digitalen Kommunikation oder ergänzende branchenbezogene Kenntnisse. Die Studierenden kennen Methoden zur Bearbeitung komplexer Probleme auf dem Gebiet der (digitalen) Marketingkommunikation und können diese anwenden.

Fertigkeiten

- Die Studierenden besitzen managementbezogene Kompetenzen. Sie sind in der Lage, digitale Kommunikationsmaßnahmen basierend auf strategischen Konzepten/Rahmenbedingungen in einem Team zu entwickeln (Grundlagenniveau). Sie können dabei die Analysen zur Erstellung und Bewertung von digitalen Kommunikationsmaßnahmen durchführen und Tools und Methoden zur visuellen und textlichen Gestaltung von Medien praxisbezogen anwenden (Grundlagenniveau). Studierende sind befähigt, ein Denken in Systemen und Prozessen zu praktizieren.
- Die Studierenden sind befähigt, unter Anleitung Projektpläne, Zeitpläne und Berichte zu konzipieren und zu realisieren. Sie beherrschen auf Einsteigerniveau unternehmerisches, lösungsorientiertes und innovatives Denken und Handeln. Sie sind in der Lage, zur Bearbeitung komplexer praktischer Probleme im Feld der Marketingkommunikation erlernte Methoden einzusetzen. Sie können systematisch arbeiten und Entscheidungen unter Berücksichtigung ökonomischer und nicht ökonomischer Aspekte treffen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind befähigt, mit Ansprechpartnern zu kommunizieren (mündlich & schriftlich), um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen. Sie können innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen formulieren und diese im Diskurs mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen. Sie sind in der Lage, zur Untermauerung ihrer Argumentation komplexe Zusammenhänge & Ergebnisse zu visualisieren.
- Die Studierenden sind befähigt, erfolgreich in Teams zu arbeiten und unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter zu berücksichtigen.

Selbstständigkeit

- Die Studierenden können zuverlässig arbeiten und sich an vereinbarte Regeln und Absprachen halten. Sie sind in der Lage, ihre Aufgaben in der zugesagten Qualität zu erledigen.
- Studierende besitzen die Fähigkeit und Bereitschaft, selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.
- Studierende können gewohntes Denken und Handeln an neue veränderte Situationen anpassen, wie auch neue Aufgaben und Herausforderungen annehmen.
- Die Studierenden sind in der Lage, mit vollem Einsatz zu handeln, sich für gemeinsame Ziele aktiv, nachdrücklich und engagiert einzusetzen.
- Studierende sind experimentierfreudig und dazu befähigt, neue Wege zu gehen. Sie können unkonventionelle, ungewöhnliche neue Ideen entwickeln und dementsprechend umsetzen. Sie sind einfallsreich und probieren gerne Neues aus.

Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Kopie)

Inhalt

1. Studierende wenden die im Vertiefungsstudium erworbenen Kompetenzen an und erwerben in Begleitung eines Lehrenden „reale“ Berufserfahrungen. Im Rahmen eines vorgegebenen realen Projekts erarbeiten die Studierenden im Team ein mit Projektbeteiligten & Auftraggebern abgestimmtes Konzept digitaler Marketingkommunikationsmaßnahmen sowie entsprechende Prototypen von „kleineren“ Werbe- und Visualisierungskonzepten. Hierbei kann in Abhängigkeit des Projektinhaltes auch eine Vertiefung von Lehrinhalten aus vorherigen Lehr-Lerneinheiten erforderlich sein. Die im Grundstudium erworbenen Methodenkompetenzen des Projektmanagements werden auf einen komplexen realen Anwendungsfall bezogen.

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Die verwendete Literatur ist abhängig von jeweiligen Projektinhalten und wird zu Semesterbeginn auf der Lernplattform bereitgestellt.
- Litke, H., Kunow, I., Schulz-Wimmer, H. & Haufe-Lexware GmbH & Co. KG. (2022). *Projektmanagement* (5. Auflage). Freiburg : Haufe-Lexware GmbH & Co. KG.

Bachelorarbeit

Modulname		
Bachelorarbeit		
Studiengang	Abschluss	
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche		
Prof. Dr. rer. pol. Ivonne Klipstein		
Stand vom	Sprache	
2024-09-25	Deutsch, Englisch	
Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsart	CP nach ECTS
Pflicht	SMP	12

Art des Studiums Vollzeit	Semester 6
Art des Studiums Teilzeit	Semester 12

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 0,0 Std.	Selbststudium 0,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 360,0 Std.	Summe 360 Std.

Bachelorarbeit

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen den aktuellen Stand der theoretischen und methodischen Diskussionen des Faches und vertiefen auf dieser Basis ihr bisher erworbenes Wissen im konkreten Themengebiet.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können sich themenspezifisches Wissen zielgerichtet selbst erarbeiten und ihr Wissen auf die konkrete Problemstellung ihres Themas übertragen.
- Die Studierenden sind in der Lage, ein konkretes Thema umfassend, systematisch und lösungsorientiert anhand der maßgebenden Primär- und Sekundärliteratur zu bearbeiten.
- Die Studierenden wissenschaftlich und gesellschaftlich relevante Schlussfolgerungen entwickeln und ggf. weiteren Forschungsbedarf identifizieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können ihren Arbeitsstand und ihre Fragen dem Betreuer gegenüber konkret und verständlich vermitteln.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, einen wissenschaftlichen Arbeitsprozess für eine klar abgegrenzte Aufgabenstellung selbständig zu organisieren und zu gestalten.
- Die Studierenden können den eigenen Arbeitsstand kritisch reflektieren.
- Die Studierenden sind befähigt, eigenständig eine schriftliche Arbeit nach wissenschaftlichen Standards anzufertigen.

Inhalt

1. Formulieren einer bearbeitbaren Forschungsfrage (Themenfindung)
2. Operationalisieren des Themas bzw. Erarbeitung eines Arbeitskonzepts
3. Durchführung von Literaturrecherchen
4. Datenerhebung und -auswertung bzw. Literatur- und Quellenanalyse
5. Schreiben einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

Praxisphase

Modulname Praxisphase		
Studiengang Betriebswirtschaftslehre	Abschluss Bachelor of Arts	
Modulverantwortliche Claudia Wruck		
Stand vom 2025-12-03	Sprache Deutsch	
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	Prüfungsart FMP	CP nach ECTS 15

Art des Studiums Vollzeit	Semester 6
Art des Studiums Teilzeit	Semester 6

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 0,0 Std.	Selbststudium 420,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 30,0 Std.	Summe 450 Std.

--

Praxisphase

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Das Praktikum führt die Studierenden an mögliche Berufs- und Tätigkeitsfelder und deren spezifische Anforderungen heran. Abhängig vom ausgewählten Unternehmen und den übertragenen Aufgaben erkennt die/der Studierende fachliche, im Studium vermittelte Daten, Modelle, Referenzen wieder.
- Die Studierenden verstehen diese im Unternehmenskontext zu interpretieren und kann daraus folgende Handlungen ableiten.

Fertigkeiten

- Abhängig vom ausgewählten Unternehmen und den übertragenen Aufgaben können die Studierenden an konkreten Aufgabenstellungen arbeiten. Diese können vom einfachen Zusammenfassen und Veranschaulichen von Informationen, dem Einordnen in den Kontext, über die Aus- und Bewertung von Ergebnissen bis hin zum Planen und Entwickeln von Ideen, Konzepten und ganzen Unternehmensprozessen gehen.

Soziale Kompetenz

- Die Eingliederung in ein bestehendes, für die Studierenden z.T. fremdes Arbeitsumfeld hält die Studierenden dazu an, ihr Fachwissen zu (re-)aktivieren.
- Sie bringen sich in den Unternehmensalltag ein.
- Durch die Teilnahme an Meetings und das Vorstellen von Arbeitsergebnissen wird aktiv gelernt.
- Die gelebte Unternehmenskultur vermittelt den Studierenden die sozialen Werte des Unternehmens und/oder der Branche. Die Studierenden reflektieren und entscheiden für sich, ob sie diese akzeptieren können, sich ihnen verpflichtet fühlen und sie leben und verteidigen oder ablehnen. Sie leiten für sich entsprechende Handlungen ab.

Selbständigkeit

- Die übertragenen Aufgaben werden unter Anleitung und/oder selbstständig von den Studierenden bewältigt.
- Die Praxisphase dient als Orientierungshilfe für den weiteren, beruflichen Werdegang der Studierenden.
- Sie reflektieren ihre eigenen Vorstellungen, Ideen und Werte.
- Sie entwickeln einen klareren Blick auf das Berufsfeld und die damit verbundenen Aufgabenbereiche.
- Sie leiten für sich ab, ob dies für die spätere Berufstätigkeit in Frage kommt.

Praxisphase

Inhalt

1. Die Studierenden sollen ihrem angestrebten Bachelorabschluss entsprechend während der Praxisphase ein Praktikum absolvieren, bei dem sie an die Tätigkeit der Betriebswirtin/des Betriebswirtes durch konkrete Aufgabenstellungen und praktische Mitarbeit in verschiedenen betrieblichen Bereichen herangeführt werden. Sie sollen möglichst einem Team mit festem Aufgabenbereich angehören, an klar definierten Aufgaben oder Teilaufgaben mitarbeiten und so Gelegenheit erhalten, die Bedeutung der einzelnen Aufgaben im Zusammenhang mit dem gesamten Betriebsgeschehen zu sehen und zu beurteilen.
2. Ausbildungsziel des Praktikums ist es, die im Studium erworbenen theoretischen Kenntnisse in einer typischen Arbeitsumgebung zu vertiefen und durch praktische Arbeit neue Kenntnisse und Fähigkeiten zu erwerben. Die Studierenden sollen im Unternehmen studiengangspezifische Einsatzgebiete und Einsatzanforderungen kennenlernen und nützliche praktische Erfahrungen für ihre spätere Berufstätigkeit sammeln. Auf Grundlage des in den Studienmodulen erworbenen Wissens sollen anwendungsbezogene Kenntnisse und praktische Erfahrungen vermittelt und die Bearbeitung konkreter Probleme im angestrebten beruflichen Tätigkeitsfeld unter Anleitung ermöglicht werden.
3. Das Praktikum wird in dafür geeigneten Betrieben und Dienststellen von Industrie, Wirtschaft, Behörden oder sozialen Einrichtungen – hier als Unternehmen bezeichnet – durchgeführt.

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen