

Studiengang
"Betriebswirtschaft"
Bachelor of Arts

Modulkatalog



Inhaltsverzeichnis

Modulmatrix	4
3. Semester	6
Controlling	6
Grundlagen der quantitativen Betriebswirtschaftslehre	10
Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	14
Investition und Finanzwirtschaft	18
Sozialkompetenztraining (Soft Skills I)	22
Wirtschaftsenglisch II	25
Interkulturelles Management (Soft Skills I)	29
Job Applications (Soft Skills I)	33
Teamentwicklung (Soft Skills I)	36
4. Semester	40
Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht	40
Nachhaltige Unternehmensführung	43
Produktions- und Materialwirtschaft	46
Projektmanagement	50
Statistik	54
Business Communication (Soft Skills II)	58
Codi - Coaching Digital- und Innovationskompetenz (Soft Skill II)	62
Kommunikation und Verhandlungsführung (Soft Skills II)	65
Techniken wissenschaftlichen Arbeitens (Soft Skills II)	68
Zeitmanagement (Soft Skills II)	72
5. Semester	77
Betriebliche Steuerlehre	77
Enterprise Resource Planning Systems	80
Innovationsmanagement	83
Marktforschung	87
Change Management (Management I)	91
Dienstleistungsmanagement (Management II)	95
Innovationen in der Wissensgesellschaft (Management II)	99
Jahresabschlussanalyse (Management I)	102
Kollektives Arbeitsrecht (Management I)	105
Marketingsimulation (Management II)	109
Marketingstrategien (Management II)	112
Unternehmensgründung (Management I)	115
Wirtschaftspolitik: Ausgewählte Themen (Management II)	118

Inhaltsverzeichnis

6. Semester	121
Bachelorarbeit	121
Praktikum	124

Modulmatrix

Module	Sem.	Art	V	Ü	L	P	ges.	PF	CP
Controlling	3	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	FMP	5.0
Grundlagen der quantitativen Betriebswirtschaftslehre	3	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	3	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	FMP	5.0
Interkulturelles Management (Soft Skills I)	3	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Investition und Finanzwirtschaft	3	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Job Applications (Soft Skills I)	3	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Sozialkompetenztraining (Soft Skills I)	3	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Teamentwicklung (Soft Skills I)	3	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Wirtschaftsenglisch II	3	PM	0.0	4.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Business Communication (Soft Skills II)	4	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Codi - Coaching Digital- und Innovationskompetenz (Soft Skill II)	4	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht	4	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	FMP	5.0
Kommunikation und Verhandlungsführung (Soft Skills II)	4	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Nachhaltige Unternehmensführung	4	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	6.0
Produktions- und Materialwirtschaft	4	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	FMP	5.0
Projektmanagement	4	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Statistik	4	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	FMP	5.0
Techniken wissenschaftlichen Arbeitens (Soft Skills II)	4	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Zeitmanagement (Soft Skills II)	4	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Betriebliche Steuerlehre	5	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	FMP	6.0
Change Management (Management I)	5	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Dienstleistungsmanagement (Management II)	5	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Enterprise Resource Planning Systems	5	PM	2.0	0.0	2.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Innovationen in der Wissensgesellschaft (Management II)	5	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Innovationsmanagement	5	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Jahresabschlussanalyse (Management I)	5	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Kollektives Arbeitsrecht (Management I)	5	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	FMP	5.0
Marketingsimulation (Management II)	5	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Marketingstrategien (Management II)	5	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Marktforschung	5	PM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	6.0
Unternehmensgründung (Management I)	5	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	KMP	5.0
Wirtschaftspolitik: Ausgewählte Themen (Management II)	5	WPM	2.0	2.0	0.0	0.0	4.0	SMP	5.0
Bachelorarbeit	6	PM	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	SMP	12.0
Praktikum	6	PM	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	SMP	15.0
Summe der Semesterwochenstunden			62	64	2	0	128		
Summe der zu erreichende CP aus WPM									0
Summe der CP aus PM									105
Gesamtsumme CP									105

V - Vorlesung

Ü - Übung

PF - Prüfungsform

CP - Credit Points

FMP - Feste Modulprüfung

SMP - Studienbegleitende Modulprüfung

Modulmatrix

L - Labor

P - Projekt

* Modul erstreckt sich über mehrere Semester

PM - Pflichtmodul

WPM - Wahlpflichtmodul

KMP - Kombinierte Modulprüfung

Controlling

Modul: Controlling	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. oec. Stephan Teichmann	

Semester: 3	Semester Teilzeit: 5	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-07-11
Empfohlene Voraussetzungen: Inhalte der Module Finanzbuchhaltung/Jahresabschluss sowie Kosten- und Leistungsrechnung		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Controlling

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen den Gegenstand des Controllings, • Planung und Budgetierung im Controlling, • die Plankostenrechnung als Kerninstrument des Controllings, • Kennzahlen und Kennzahlensysteme als Controlling-Instrumente und weitere Werkzeuge des Controllers sowie • weitere Einsatzgebiete des Controllers in der Praxis. 	60%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Sie erwerben die Fähigkeit zur Anwendung von Controlling-instrumenten (Budgets, Plankostenrechnung, Kennzahlen, Berichtswesen, Früherkennungssystem) und • zur Auswertung und Interpretation von deren Ergebnissen sowie • sich zur Organisation des Controllings zu positionieren. 	30%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage Übungsaufgaben und Fallstudien verantwortlich zu bewältigen sowie • ihre Lösungen argumentativ zu vertreten. 	10%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können ökonomische Probleme aus dem Controlling eigenständig analysieren, bewerten und lösen. 	

Controlling

Inhalt:

1. Controlling und Controller
 - 1.1. Begriffsbestimmungen
 - 1.2. Merkmale des operativen und strategischen Controllings
 - 1.3. Das Berufsbild des Controllers
 - 1.4. Die Einordnung 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
 - 2.5. Grundsätze der Planung und Budgetierung
3. Kosten- und Ergebniscontrolling
 - 3.1. Systeme der Plankostenrechnung
 - 3.2. Allgemeine Voraussetzungen für Kostenplanung und Kostenkontrolle
 - 3.3. Planung der Kosten
 - 3.4. Kontrolle der Kosten
 - 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 des Controllers
 - 5.1. Berichtswesen
 - 5.2. Schwachstellenanalyse und Kostensenkung
 - 5.3. Elemente eines Früherkennungssystems
6. Überblick über weitere Einsatzgebiete des Controllers
7. Digitalisierung im Controlling

Controlling

Prüfungsform:
Klausur

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
Breithecker, V. & Haberstock, L. (1998). <i>Kostenrechnung II. (Grenz-) Plankostenrechnung mit Fragen, Aufgaben und Lösungen</i> . Schmidt Erich Verlag.
Fischer, T. & Möller, K. & Schultze, W. (2012). <i>Controlling</i> . Stuttgart.
Horváth, P. (2015). <i>Controlling (13 Auflage)</i> . München: Franz Vahlen.
Weber, J. & Schäffer, U. (2014). <i>Einführung in das Controlling</i> . Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Grundlagen der quantitativen Betriebswirtschaftslehre

Modul: Grundlagen der quantitativen Betriebswirtschaftslehre	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster	

Semester: 3	Semester Teilzeit: 7	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-03-14
Pflicht Voraussetzungen: Modul Mathematik I		
Empfohlene Voraussetzungen: Modul Mathematik II		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	30.0
Projektarbeit:	60.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	150

Grundlagen der quantitativen Betriebswirtschaftslehre

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • 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 u. 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. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden werden durch das Arbeiten in Gruppen in die Lage versetzt, sich über abstrakte Probleme auszutauschen. Sie verbessern ihre Kommunikationsfähigkeiten. Sie entwickeln ein Wir-Gefühl in der Arbeitsgruppe. Sie lernen, ihre Ergebnisse vor anderen Studierenden zu präsentieren und die Ergebnisse geeignet zu kommunizieren. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Durch das Arbeiten in Gruppen lernen die Studierenden, Probleme selbstständig zu lösen. Sie lernen, ihre Ergebnisse selbstständig zu formulieren und zu präsentieren. 	

Grundlagen der quantitativen Betriebswirtschaftslehre

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

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (85%)

Präsentation (15%)

Zusätzliche Regelungen:
(i.d.R. in Arbeitsgruppen)

Grundlagen der quantitativen Betriebswirtschaftslehre

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
<p>Domschke, W. & Drexl, A. & Klein, R. & Scholl, A. & Voß, S. (2004). <i>Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research (Springer-Lehrbuch)</i>. Springer.</p> <p>Domschke, W. & Drexl, A. (2011). <i>Einführung in Operations Research</i>. Heidelberg [u.a.]: Springer.</p> <p>Zimmermann, H. (2005). <i>Operations Research Methoden und Modelle</i>. Wiesbaden.</p>

Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht

Modul: Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. jur. Jörg Peter	

Semester: 3	Semester Teilzeit: 5	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2017-08-04
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> 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. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> 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; sie können einfache Fällen lösen und bei rechtlichen Gestaltungsmöglichkeiten zwischen den verschiedenen rechtlichen Optionen interessengeleitet auswählen. 	20%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können beurteilen, wie sich unternehmerische Entscheidungen auf die Lebenswirklichkeit der im Kontext des Unternehmens eingebundenen Personen (Arbeitnehmer, Eigentümer, Vertragspartner) auswirken. 	40%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> 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 sind sie in der Lage, selbständig die Problemlage so zu definieren, dass weitergehender Expertenrat unmittelbar ansetzen kann. 	

Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht

Inhalt:

1. Einführung in das Modul 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
 - 2.3.3. Limited
 - 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

Prüfungsform:

Klausur

Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht

Pflichtliteratur:
Müssig, P. (2013). <i>Wirtschaftsprivatrecht</i> . Heidelberg ; München [u.a.]: Müller. (Abschnitte zu den Rechtsgebieten des Moduls)
Empfohlene Literatur:
Führich, E. (2012). <i>Wirtschaftsprivatrecht</i> . München: Vahlen. Steckler, B. (2009). <i>Kompendium Wirtschaftsrecht</i> . Ludwigshafen (Rhein): Kiehl. Wörten, R. & Kokemoor, A. (2009). <i>Arbeitsrecht</i> . Köln: Heymanns.

Investition und Finanzwirtschaft

Modul: Investition und Finanzwirtschaft	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Stefanie Kunze	

Semester: 3	Semester Teilzeit: 5	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2017-08-04
Empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine BWL, Finanzbuchführung, Kosten- und Leistungsrechnung		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Investition und Finanzwirtschaft

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Arten und Hauptproblemstellungen der Investition, • Finanzierungs- und Investitionsziele in der Unternehmenspraxis in Ableitung aus den Unternehmenszielen, • Problemlösungsprozess der Investition sowie die grundlegenden, klassischen und dynamischen Methoden der Investitionsrechnung, • wesentliche Inhalte und Arten der Beteiligungsfinanzierung für Emissions- und nicht emissionsfähige Unternehmen, • Grundlagen und Inhalte der Innenfinanzierung, • Grundlagen der Kreditfinanzierung sowie die Kreditwürdigkeitsprüfung und die wesentlichsten 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • statische und dynamische Methoden praxisbezogen anzuwenden sowie die Ergebnisse kritisch zu würdigen, • Finanzierungsmöglichkeiten für ein Unternehmen zu entwickeln, • verschiedene Finanzierungsarten auf ihre wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit zu überprüfen und zu bewerten, • Finanzierungs- und Liquiditäts- und Investitionspläne praxisbezogen zu erarbeiten sowie die Finanzkontrollen im Unternehmen durchzuführen, • selbständig Finanzanalysen zu realisieren. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsprozesse kooperativ planen und gestalten, Abläufe und Ergebnisse begründen, Sachverhalte umfassend darstellen, bereichsspezifische und übergreifende Diskussion führen, Kommunikation 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsziele setzen, Verantwortung , Selbstständigkeit, Reflexivität 	

Investition und Finanzwirtschaft

Inhalt:

1. Grundlagen des Finanzmanagements
2. Grundbegriffe der Investition und der betrieblichen Finanzwirtschaft
3. Systematisierung der Investition und betrieblichen Finanzierung
4. Problemlösungsprozess der Investition und Finanzierung
5. statische Methoden der Investitionsrechnung
6. dynamische Methoden der Investitionsrechnung
7. Finanzplanung und -kontrolle
8. Aktienkapital und Partizipationskapital
9. Kapitalerhöhung
10. Emission von Genuss-Scheinen
11. Going Public
12. Marktformen für Beteiligungsfinanzierungen und Mezzanine
13. Finanzierung auf Abschreibungsgegenwerten
14. Selbstfinanzierung
15. Kreditwürdigkeitsprüfung
16. Rating und Basel II
17. Kurzfristiges Fremdkapital
18. Langfristiges Fremdkapital
19. Sonderformen der Finanzierung

Prüfungsform:

Klausur (0%)

Zusätzliche Regelungen:

Diskussion der Übungsaufgaben und Lösungswege

Investition und Finanzwirtschaft

Pflichtliteratur:
Skript; Bösch, M. Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung
Empfohlene Literatur:
<p>Thommen, J. & Achleitner, A. (2012). <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht</i>. Gabler Verlag.</p> <p>Bösch, M. (2013). <i>Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung</i>. Vahlen.</p> <p>Kruschwitz, L. (2011). <i>Investitionsrechnung</i>. München: Oldenbourg.</p> <p>Perridon, L. & Steiner, M. & Rathgeber, A. (2009). <i>Finanzwirtschaft der Unternehmung</i>. München: Vahlen.</p> <p>Olfert, K. (2013). <i>Finanzierung (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft)</i>. NWB Verlag.</p> <p>Wöhe, G. & Bilstein, J. & Ernst, D. & Häcker, J. (2013). <i>Grundzüge der Unternehmensfinanzierung (Lernbücher für Wirtschaft und Recht)</i>. Vahlen.</p>

Sozialkompetenztraining (Soft Skills I)

Modul: Sozialkompetenztraining (Soft Skills I)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Christian Müller	

Semester: 3	Semester Teilzeit: 7	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2020-03-17
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	55.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	10.0
Gesamt:	125

Sozialkompetenztraining (Soft Skills I)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen und verstehen theoretische Grundlagen von Fachkompetenz, Sozialkompetenz und Methodenkompetenz in ihrer Gleichberechtigung für die Verwirklichung von Tagesaufgaben der Beschäftigten in Betrieb, Organisation und Verwaltung; ebenfalls die Grundlagen zu Kommunikation, Kritik, Team, Konflikt, und Kompetenter Entscheidung und Handlung. Die Studierenden lernen Moderationsmethoden als unverzichtbaren Bauteil einer effizienten Teamarbeit kennen. 	20%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Die eigenen Fähigkeiten selbst einzuschätzen, mit Fremdbildern abzugleichen und eigene Schlüsse zu selbstbestimmten Veränderungen herauszuziehen und umzusetzen. Sicherheit im Umgang mit Praxismethoden, Techniken und Werkzeugen erreichen. In einem Arbeitsteam sich kooperativ einbinden und in der Zielsetzung die Gemeinsamkeiten suchen, und das Trennende verhindern. Umgang mit gruppensdynamischen Prozessen. Regeln für eine Teamarbeit erarbeiten und umsetzen. 	60%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Selbstbewusstsein durch respektvollen Umgang mit anderen Studierenden erreichen. Empathie in angstfreier Atmosphäre praktisch umsetzen. Kulturelle Vielfalt akzeptieren und ihr wertfrei begegnen. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Aus den erprobten Methoden für sich eine Auswahl zu treffen und zu entscheiden, in welchen späteren Betriebssituationen eine Anwendung sinnvoll erscheint. Von der motivierenden Prämisse ausgehend, selbst über Methoden zu verfügen, die im Betriebsalltag zielorientiert und unter Ihrer Leitung eingesetzt werden können. 	

Sozialkompetenztraining (Soft Skills I)

Inhalt:

1. Theoretische Einführung: Sozialkompetenz in Betrieb und Wirtschaft. (Begleitskript) Vorstellung Seminarprogramm und Aufbau und Struktur der Belegarbeiten (Hand-out)
2. Einführung in Kommunikationsfähigkeit (power Point) Anwendung ausgewählter Praxisübungen
3. Einführung in Kritikfähigkeit (Kurzschrift) Vorstellung acht Phasen Modell Adler Praxisübung: Kritikgespräch Teamleiter/Teammitarbeiter
4. Einführung in Teamarbeit (power Point) Bedeutung von Moderation für die Teamarbeit: Ablauf sechs Schritte Modell (Kurzschrift) Vorstellung von Methoden aus einer von außen institutionalisierten Arbeitsgruppe auf Zeit ein funktionierendes Team zu gestalten Anwendung weiterer ausgewählter Praxisübungen
5. Einführung Konflikt (Kurzschrift) Unterschied zwischen Problem und Konflikt Vorstellung Konfliktlösungsmodell Adler Anwendung ausgewählter Praxisübungen
6. Einführung Kompetente Entscheidung und Handlung (Kurzschrift) Entwicklung von konkreten Arbeitsplänen in sechs Schritten Anwendung ausgewählter Praxisübungen

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (75%)
Präsentation (25%)

Pflichtliteratur:

Daneben erhalten die Studierenden ein vom Dozenten erarbeitetes Begleitskript zu Sozialkompetenz.

Empfohlene Literatur:

Antons, Klaus, Ehrensperger, Heidi, Miles Rita: Praxis der Gruppendynamik Verlag Hogrefe 2018
Cohn, Ruth C.: Von der Psychoanalyse zur themenzentrierten Interaktion, Verlag Klett Cotta, 19. Auflage 2004
Francis Dave, Young Don: Mehr Erfolg im Team, Verlag Windmühle 2009
Glasl, Friedrich: Konfliktmanagement, Verlag Freies Geistesleben 11. Auflage 2017
Organisationsplanung – Planung durch Kooperation, Siemens Hrsg. 8. Auflage 1992
Vester Frederic: Die Kunst vernetzt zu denken, Verlag DTV 9. Auflage 2012
Watzlawick, Paul.: Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien, 17. Auflage Hogrefe Verlag 2016

Wirtschaftsenglisch II

Module: Wirtschaftsenglisch II	
Degree programme: Betriebswirtschaft	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: M.A. John Paul O Donoghue	

Semester: 3	Semester part time: 7	Duration: 1
Hours per week per semester: 4.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/4.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Compulsory	Language: English	As of: 2018-12-19
Recommended prior knowledge: B1 Englischsprachiges Sprachniveau		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations:		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	60.0
Project:	28.0
Examinations:	2.0
Total:	150

Wirtschaftsenglisch II

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
Knowledge <ul style="list-style-type: none"> The students should learn how to read financial statements (income statement and balance sheet) and understand the key terms relating to financial accounting. They become familiar with the basic requirements for a business plan, including relevant financial and marketing information. They acquire the basic vocabulary related to marketing and learn to interpret the Product Life Cycle and Boston Matrix 	40%
Skills <ul style="list-style-type: none"> The students are able to interpret figures in financial statements. They are trained to listen to, read and interpret texts on financial matters and actors. They are able to present statistical information in the form of different graphs (pie chart/bar chart etc.). They learn how to present a convincing business plan to other students in small groups (role-play). 	20%
Personal competences	
Social competence <ul style="list-style-type: none"> In small teams students present a business plan and criticize, evaluate and provide feedback on the business plans of other students. In teams they analyse the collocational behavior of key lexical items and present relevant findings (see Just The Word). 	40%
Autonomy <ul style="list-style-type: none"> The students devise and coordinate their own business plans and present them. Students identify and analyse collocations in groups and devise appropriate test material for fellow-students. The resulting online material (Moodle) is designed for independent study. They learn to recognize language as clusters of multi-word groups and develop appropriate lexical fluency. 	

Wirtschaftsenglisch II

Content:

1. Topic One: Finance and Investing
 - 1.1. The Enron Story
 - 1.2. The Auditor
 - 1.3. Venture Capitalist
2. Topic Two: Business Plan Graphs
 - 2.1. Business plan/Business Angel
3. Topic Three: Presenting Graphs
 - 3.1. Graphs/Describing trends
4. Topic Four: Marketing
 - 4.1. Products and Brands
 - 4.2. The Product Life Cycle
 - 4.3. Boston Matrix
5. Porter's Five Forces: Analyzing the Competition

Examination format:

Presentation of Business Plan (25%)
written examination Fachprüfung (75%)

Wirtschaftsenglisch II

Compulsory reading:
Recommended reading:
<p>Brieger, N. & Comfort, J. (1992). <i>Language reference for business English</i>. New York [u.a.]: Prentice Hall.</p> <p>Brieger, N. & Comfort, J. (1992). <i>Marketing</i>. Hertfordshire: Prentice Hall.</p> <p>Brieger, N. & Sweeney, S. (1994). <i>The language of business English</i>. New York [u.a.]: Prentice Hall.</p> <p>Clarke, D. & Dieter Wessels, D. (2004). <i>Commercial Correspondence - Intermediate Commercial Correspondence: B1-B2 - Schülerbuch</i>. Cornelsen Verlag.</p> <p>Cotton, D. (2000). <i>Course book [Market leader/[1]]</i>. Edinburgh [u.a.]: Pearson Education; Longman.</p> <p>Corbert, J. (2002). <i>English for International Banking and Finance</i>. Klett.</p> <p>Duckworth, M. (2009). <i>Business grammar & practice</i>. Oxford [u.a.]: Oxford Univ. Press.</p> <p>Emmerson, P. (2010). <i>Business Grammar Builder</i>. Hueber Verlag.</p> <p>Fitzgerald, J. (2001). <i>Getting on in Business Marketing</i>. Genoa.</p> <p>Frendo, E. & Mahoney, S. (2003). <i>English for accounting</i>. Berlin: Cornelsen.</p> <p>Herbert Geisen, D. & Dieter Hamblock, D. & Poziemski, J. & Dieter Wessels, D. (2002). <i>Englisch in Wirtschaft und Handel - Aktuelle Ausgabe: B2-C1 - Kursbuch</i>. Cornelsen Verlag.</p> <p>Johnson, C. (2000). <i>Market Leader: Business English with The Financial Times: Students' Course Book</i>. Berlin: Langenscheidt-Longman.</p> <p>Lau, S. (2001). <i>Money Matters. Englisch für Bankkaufleute. Schülerbuch</i>. Berlin: Cornelsen Verlag.</p> <p>Mascull, B. (2002). <i>Business vocabulary in use</i>. Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press [u.a.].</p> <p>Powell, M. (1996). <i>Business matters/Students' book</i>. Hove: Language Teaching Publ..</p>

Interkulturelles Management (Soft Skills I)

Modul: Interkulturelles Management (Soft Skills I)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Olga Rösch	

Semester: 3	Semester Teilzeit: 7	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2020-11-02
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	50.0
Projektarbeit:	20.0
Prüfung:	20.0
Gesamt:	150

Interkulturelles Management (Soft Skills I)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisierung für kulturelle Aspekte der Kommunikation;; Entwicklung eines berufsrelevanten tieferen Kulturverständnisses; • Das Wissen um die psychologischen Prozesse der Wahrnehmung und des Fremdverstehens; Stereotypisierungsprozesse; • Kenntnisse über kulturelle Wertesysteme und kulturbedingte kommunikative Konventionen; Kulturbedingte Führungsstile; • Kenntnisse über die für das internationale Management entwickelte Kulturbeschreibungsmo- delle; • Kenntnisse über die Interkulturalitätsstrategien von internationalen Unternehmen und über das Wesen der Interkulturalität; • Diagnose und Management von kritischen interkulturellen Interaktionen: Umgang mit kulturellen Differenzen u. Konflikten im Berufsleben; 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können eine kritische interkulturelle Interaktionssituation identifizieren und analysieren (theoretische-analytische Kompetenz); • Sie sind in der Lage, Lösungsstrategien für kulturbedingte Missverständnisse und Konflikte am Arbeitsplatz selbständig zu erarbeiten (Problemlösungskompetenz) und sich in die Entscheidungsprozesse konstruktiv einzubringen (Führungskompetenz). • Sie werden befähigt, unternehmerisch relevante Interkulturalitätsstrategien zu erarbeiten. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, unter Heranziehung von Kulturwissen und unter Berücksichtigung von fremdkulturellen Konventionen die kommunikativen Prozesse zu steuern sowie das Zusammenarbeiten in einem Projekt konstruktiv zu gestalten. • Selbstständige Vorbereitung auf einen Auslandseinsatz: Strategien zur Erschließung einer fremden Landeskultur • Einordnung des Faktors Kultur im beruflichen Kontext • Entwicklung der Fähigkeit zur schriftlichen Verfassung von wissenschaftlichen Arbeiten (Belegarbeit); 	30%

Interkulturelles Management (Soft Skills I)

Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Das Fach Interkulturelles Management fördert die Entwicklung sozialer Kompetenz für interkulturelle Kontexte im Berufsleben. Das erworbene Fachwissen auf dem Gebiet der interkulturelle Kommunikation stützt den Ausbau einer reflektierten sozialen Kompetenz, d.h. der Fähigkeit zur Selbstreflexion; Stärkung der Empathie und Ambiguitätstoleranz für interkulturelle Zusammenarbeit, Teamfähigkeit und Konfliktfähigkeit. 	30%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Selbstständige problemorientierte Bearbeitung von kulturelevanten Themen des Berufslebens; Kritische Auseinandersetzung mit der Fachliteratur; 	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aus den Grundlagen der Interkulturellen Kommunikation: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Kulturbegriff; Strukturmerkmale von Kulturen; Kulturen als Wertesysteme; 1.2. Wahrnehmung und Prozesse des Fremdverstehens: Das Fremde und das Eigene, das Interkulturelle; Stereotypenbildung und Umgang mit Selbst- und Fremdbildern; 1.3. Möglichkeiten der Erfassung von kulturellen Differenzen: Kulturbeschreibungsmodelle, Kulturdimensionen und Kulturstandards; 1.4. Gesellschafts- und Organisationskulturen; Bedeutung der Kultur für die Wirtschaftskonzepte 2. Praxisfelder des interkulturellen Managements: <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Kulturelle Anpassungsprozesse bei längeren Auslandseinsätzen: Kulturschock, Akkulturation, kulturelle Grenzen; Identitätswandel, Reintegration; 2.2. Ausarbeitung von Interkulturalitätsstrategien in international agierenden Unternehmen; Bedeutung der Kultur für die Wirtschaftskonzepte; 2.3. Steuerung von kommunikativen Prozessen in einem multikulturellen Arbeitsteam (Phasen der Teambildung, Dynamik, Problemlösungsfindung); Einfluss unterschiedlicher Organisationskulturen auf die Zusammenarbeit; 2.4. Ethische Fragen, ethisches Handeln, ethische Entscheidungen im interkulturellen Kontext.

Interkulturelles Management (Soft Skills I)

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (60%)
Projektarbeit (30%)
Präsentation (10%)

Zusätzliche Regelungen:

Anfertigung und Präsentation einer Belegarbeit zu einem Themenbereich der LV;
Fallbeispielanalyse in Projektarbeit;

Pflichtliteratur:

Bolten, J. (2018): Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. 3. Auflage, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht

Kutschker, M. & Schmid, S. (2017) Internationales Management. 6. Auf. München, Oldenbourg

Lang, R. & Baldauf, N. (2016): Interkulturelles Management, Wiesbaden, Springer. (In der Bibliothek der TH Wildau in elektronischer Form vorhanden: ISBN 978-3-658-11235-6, e-Book).

Thomas, A. & Schroll-Machl, S. & Kammhuber, S. & Kinast, E. (Hg.)(2009): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation: Band 1 + 2, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Empfohlene Literatur:

Thomas, A. (2017): Technik und Kultur. Interkulturelle Handlungskompetenz für Techniker und Ingenieure. Wiesbaden, Springer/Gabler, essentials

Fisher, Roger/ Ury, William / Patton, Bruce (2018): Das Harvard-Konzept. Die unschlagbare Methode für beste Verhandlungsergebnisse - Erweitert und neu übersetzt, Frankfurt/ New York, Campus Verlag

Schroll-Machl, S. (2010): Die Deutschen - Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben, Göttingen, Vandenhoeck Ruprecht,

Hofstede G.& Hofstede G.-J. & Minkov, M. (2017): Lokales Denken und globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 6. Auflage, München, dtv Beck Wirtschaftsberater

Müller, S. & Gelbrich, K.(2014): Interkulturelle Kommunikation, Verlag Vahlen, München

Job Applications (Soft Skills I)

Module: Job Applications (Soft Skills I)	
Degree programme: Betriebswirtschaft	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: M.A. John Paul O Donoghue	

Semester: 3	Semester part time: 7	Duration: 1
Hours per week per semester: 4.0	Of which L/S/LW/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2017-08-04
Recommended prior knowledge: ---		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations:		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	60.0
Project:	28.0
Examinations:	2.0
Total:	150

Job Applications (Soft Skills I)

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
Knowledge <ul style="list-style-type: none"> Students become familiar with the principles, structure and style of Anglo-American CVs and Covering Letters. They learn how to structure answers to general and specific interview questions. 	30%
Skills <ul style="list-style-type: none"> The students learn how to structure an effective and impressive CV and Covering Letter. They learn how to analyse and interpret a Job Advert and formulate their CV/Letter accordingly. 	30%
Personal competences	
Social competence <ul style="list-style-type: none"> Students comment on and evaluate other students' CVs and Covering letters in class and on the Moodle platform. They perform a simulation job interview in pairs. 	40%
Autonomy <ul style="list-style-type: none"> Students write their own CV and Covering Letter. Students prepare and conduct their own interview, as interviewer and interviewee based on their own material. They reflect on their own written work and that of other students in the light of the principles presented in the first part of course. This is carried out both in class and on the Moodle platform. 	

Content:
<ol style="list-style-type: none"> 1. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Job Applications 1.2. Start with yourself 1.3. How to read ads 1.4. Presenting your strengths and weaknesses 2. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. CVs and Résumés 2.2. Essential elements 2.3. CV Formats 2.4. CV Style 2.5. Chronological CV

Job Applications (Soft Skills I)

- 2.6. Making a positive first impression
- 2.7. Highlighting your professional experience

3.

- 3.1. Covering Letters
- 3.2. Purpose of a covering letter
- 3.3. Example
- 3.4. Writing a clear opening paragraph
- 3.5. Integrating key words from the job advert
- 3.6. Writing a convincing final paragraph
- 3.7. Covering letter key phrases

4.

- 4.1. Interviews
- 4.2. Advice for interview preparation
- 4.3. Phases of the interview
- 4.4. How to deal with interview questions
- 4.5. Asking questions yourself
- 4.6. Demonstrating your experience and skills
- 4.7. Structuring your answer: situation, action, result
- 4.8. Common questions
- 4.9. Example interview

Examination format:
short written test (50%) simulation job interview(role-play) (50%)

Compulsory reading:
Handout provided by course instructor.
Recommended reading:

Teamentwicklung (Soft Skills I)

Modul: Teamentwicklung (Soft Skills I)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Markus Karp	

Semester: 3	Semester Teilzeit: 7	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-25
Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	35.0
Projektarbeit:	55.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	150

Teamentwicklung (Soft Skills I)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none">• Die Teilnehmer lernen Teamentwicklung als wichtiges Motivationsinstrument und wichtigen Baustein der Organisationsentwicklung kennen.• Sie kennen typische Situationen, in denen Teams eingesetzt werden (z.B. Produkt-, Prozess- und Organisationsentwicklungen mit einem besonders großen Komplexitäts- und Innovationsanspruch).• Den Teilnehmern sind sowohl die Vorteile und der Nutzen als auch die Nachteile und Grenzen von Teamarbeit bekannt.	35%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none">• Die Teilnehmer erarbeiten in praktischen Übungen konkrete Techniken der Teamentwicklung.	35%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none">• Erwerb verschiedener Komponenten der Sozial- und Selbstkompetenz, die für den Aufbau und die Führung von Teams erforderlich sind.	30%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none">• Die Selbstständigkeit der Studierenden wird durch eigenständiges Üben weiter ausgeprägt.	

Teamentwicklung (Soft Skills I)

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. Gestaltung von Qualifizierungsangeboten
 - 3.3. Team-Soziogramm
4. Führung von Teams
 - 4.1. Funktion des Teamleiters
 - 4.2. Teamdesign
 - 4.3. Führungssubstitute
5. Projektteams
 - 5.1. Klassische und virtuelle Projektteams
 - 5.2. Groupware zur Unterstützung der Teamarbeit
6. Fallübungen zu Techniken der Teamentwicklung
 - 6.1. Kreativität im Team
 - 6.2. Team-Kommunikation
 - 6.3. Teamentwicklung und Entscheidungsfindung durch Workshops
 - 6.4. Konfliktlösung im Team

Prüfungsform:

- Präsentation (40%)
- Schriftliche Arbeit (60%)

Teamentwicklung (Soft Skills I)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Herrmann, D. & Hüneke, K. & Rohrberg, A. (2006). *Führung auf Distanz*. Wiesbaden: Gabler.

Kauffeld, S. (2001). *Teamdiagnose*. Göttingen: Verl. für Angewandte Psychologie.

Stahle, W. (1999). *Management*. München: Vahlen.

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.

Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht

Modul: Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus	

Semester: 4	Semester Teilzeit: 6	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-03-14
Pflicht Voraussetzungen: Buchführungskenntnisse		
Empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine BWL, Finanzbuchführung/Jahresabschluss, Kosten- und Leistungsrechnung, betriebliche Steuerlehre		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Aufgaben des Rechnungswesens und des Jahresabschlusses • Metazweck der Rechnungslegung • Maßgeblichkeitsprinzip • Latente Steuern • Aktiva: Ansatz, Bewertung und Ausweis • Passiva: Ansatz, Bewertung und Ausweis • Anhang und Lagebericht • Jahresabschlussanalyse • Abgrenzung Jahresabschluss und Konzernabschluss; Einführung in die Konzernrechnungslegung • Ansatzpunkte der internationalen Rechnungslegungsvorschriften. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Einen Jahresabschluss aus der Finanzbuchhaltung und dem Inventar selbständig und in Gruppenarbeit erstellen können, • Ansatz-, Bewertungs- und Ausweissachverhalte für aktivische und passivische Bilanzposten beurteilen und entscheiden können, • Jahresabschlüsse "lesen" und verstehen können, • Wirtschaftsnachrichten und Fachliteratur verstehen und bewerten sowie mitdiskutieren können. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsprozesse kooperativ planen und gestalten, Abläufe und Ergebnisse begründen, Sachverhalte umfassend darstellen, bereichsspezifische und übergreifende Diskussion führen, Kommunikation • Eigenständige Darstellung von Lösungen zu Fallbeispielen an der Tafel; didaktische Kompetenz entwickeln 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsziele setzen, Verantwortung , Selbstständigkeit, Reflexivität 	

Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht

Inhalt:

1. Zweck (insbesondere) des (externen) Rechnungswesens
2. Überblick über die verschiedenen Adressaten des Rechnungswesens und deren Informationsbedürfnisse
3. Maßgeblichkeitsprinzip
4. Aktiva: Ansatz dem Grunde nach
5. Latente Steuern
6. Aktiva: Ansatz der Höhe nach
7. Passiva: Ansatz dem Grunde nach
8. Passiva: Ansatz der Höhe nach
9. Weitere Abschlussbestandteile, Lagebericht und Jahresabschlussanalyse
10. Einführung in die Konzern- und internationale Rechnungslegung

Prüfungsform:

Klausur

Pflichtliteratur:

Wichtige Steuergesetze (gebundene Verlagsausgabe) in aktueller Fassung
Wird zum Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Empfohlene Literatur:

Nachhaltige Unternehmensführung

Modul: Nachhaltige Unternehmensführung	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Markus Karp	

Semester: 4	Semester Teilzeit: 10	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 6.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-25
Empfohlene Voraussetzungen: Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	25.0
Projektarbeit:	25.0
Prüfung:	25.0
Gesamt:	135

Nachhaltige Unternehmensführung

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen: die grundsätzlichen Probleme und Lösungsansätze der Unternehmensführung; • den Begriff der Nachhaltigkeit im ökonomischen Kontext; • die zentralen Prinzipien der Unternehmensethik; • Konfliktpotenziale im Spannungsfeld von Ökonomie, Ökologie und sozialer Verantwortung; • die Hintergründe der Argumentationen in der gesellschaftlichen und politischen Diskussion. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Sie erwerben die Fertigkeiten unterschiedliche Interessenstandpunkte in wirtschaftliche Entscheidungen einzubinden sowie • eigene Positionen zu nachhaltigem unternehmerischen Handeln mit zu entwickeln und zu vertreten. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, in Teamarbeit verschiedene Perspektiven eines Problem zu beleuchten und Vorschläge zu entwickeln. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, selbständig zu recherchieren und zu analysieren. 	

Nachhaltige Unternehmensführung

Inhalt:

1. Die Rolle der Wirtschaft in der Gesellschaft
2. Externe Effekte und Wirtschaftspolitik
3. Traditionelle Konzepte der Unternehmensführung
4. Allgemeine Ethik und Unternehmensethik
5. Der Begriff der Nachhaltigkeit
6. Soziale Verantwortung des Unternehmens
7. Interessen und Konfliktpotenziale
8. Umsetzungsprobleme in der Praxis
9. Nachhaltige Unternehmensführung in der globalen Wirtschaft
10. Fallstudien (z.B. Umweltverträglichkeit der Produktion, Korruption, Whistleblower-Problematik, Diversity, Corporate Governance)

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (100%)
Präsentation (0%)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

- Balderjahn, I.** (2013). *Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten*. Konstanz [u.a.]: UVK.
- Dyckhoff, H. & Souren, R.** (2008). *Nachhaltige Unternehmensführung*. Berlin [u.a.]: Springer.
- Göbel, E.** (2010). *Unternehmensethik: Grundlagen und praktische Umsetzung*. UTB, Stuttgart.
- Hemel, U.** (2007). *Wert und Werte*. München [u.a.]: Hanser.
- Jonker, J. & Stark, W. & Tewes, S.** (2011). *Corporate Social Responsibility und nachhaltige Entwicklung*. Berlin [u.a.]: Springer.
- Schneider, A.** (2012). *Corporate Social Responsibility*. Berlin [u.a.]: Springer/Gabler.

Produktions- und Materialwirtschaft

Modul: Produktions- und Materialwirtschaft	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster	

Semester: 4	Semester Teilzeit: 6	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-03-14
Pflicht Voraussetzungen: Modul Mathematik I		
Empfohlene Voraussetzungen: Modul Mathematik II		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Produktions- und Materialwirtschaft

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p data-bbox="150 398 424 432">Kenntnisse/Wissen</p> <ul data-bbox="150 443 1235 1227" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="150 443 1235 633">• Die Studierenden können die grundlegenden Begriffe der Produktions- und Kostentheorie definieren, die Produktions- und Materialwirtschaft in den betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen und von anderen Modulen (z.B. Organisation und Personalwirtschaft, Investition und Finanzwirtschaft) unterscheiden. <li data-bbox="150 645 1235 790">• 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. <li data-bbox="150 801 1235 947">• Die Studierenden können substitutionale und limitationale Produktion unterscheiden. Sie kennen die Produktionsfunktionen vom Typ A und vom Typ B und können diese anwenden (Eigenschaften, Berechnungen, Kennzahlen). <li data-bbox="150 958 1235 1104">• Die Studierenden verstehen den Zusammenhang der Phasen eines PPS-Systems und können Programmplanung, Mengenplanung, Losgrößenplanung, Durchlaufterminierung und Kapazitätsterminierung unterscheiden. <li data-bbox="150 1115 1235 1227">• Die Studierenden kennen die Aufgaben eines Lagers und die Grundbegriffe der Lagerwirtschaft. Sie kennen das statische Grundmodell der Bestellmengenplanung und können es anwenden. 	<p data-bbox="1321 398 1390 432">40%</p>
<p data-bbox="150 1258 320 1292">Fertigkeiten</p> <ul data-bbox="150 1303 1219 1729" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="150 1303 1219 1404">• Die Studierenden bekommen die Fähigkeit, Faktoren, Kapazitäten und Prozessabläufe in der Produktions- und Materialwirtschaft zu planen und zu berechnen. <li data-bbox="150 1415 1219 1494">• Sie können wichtige Formeln der Produktions- und Materialwirtschaft sinnvoll anwenden. <li data-bbox="150 1505 1219 1583">• Die Studierenden können Produktionssysteme durch Kenntnis der Eigenschaften einordnen u. analysieren. <li data-bbox="150 1594 1219 1729">• Sie können wichtige Fragestellungen des Produktionsmanagements einordnen und ggf. durch Rechnen beantworten. Die Studierenden bekommen die Fähigkeit, typische Fragestellungen der Lagerwirtschaft einzuordnen und ggf. durch Rechnen zu beantworten. 	<p data-bbox="1321 1258 1390 1292">40%</p>

Produktions- und Materialwirtschaft

Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none">Die Studierenden werden in den Übungen befähigt, die richtigen Fragen zu stellen und Antworten zu kommunizieren. Sie lernen, Managementfragen in kleinen Gruppen zu diskutieren.	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none">In den Übungen lernen die Studierenden, Probleme des Produktionsmanagements selbstständig zu lösen. Sie lernen, ihre Ergebnisse selbstständig zu formulieren und zu kommunizieren.	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen der Produktions- und Kostentheorie<ol style="list-style-type: none">1.1. Produktionsfaktoren1.2. Produktionsfunktionen vom Typ A und Typ B1.3. Kostenfunktionen1.4. Anpassungsformen (zeitlich, intensitätsmäßig, quantitativ)2. Produktionssysteme<ol style="list-style-type: none">2.1. Merkmale und Elemente von Produktionssystemen2.2. Typen von Produktionssystemen und deren Merkmalsausprägungen3. Produktions- und materialwirtschaftliche Planungsaufgaben<ol style="list-style-type: none">3.1. Strategische, taktische und operative Planung3.2. Programmplanung, Mengenplanung und Erzeugnisstrukturen3.3. Eigenfertigung/Fremdbezug3.4. Losgrößenplanung, Durchlaufterminierung und Kapazitätsterminierung4. Lagerwirtschaft<ol style="list-style-type: none">4.1. Lageraufgaben4.2. ABC-Analyse und XYZ-Analyse4.3. Lagerhaltungspolitiken und Bestellmengenplanung

Prüfungsform:
Klausur

Produktions- und Materialwirtschaft

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
<p>Dinkelbach, W. & Rosenberg, O. (2000). <i>Erfolgs- und umweltorientierte Produktionstheorie</i>. Berlin ; Heidelberg ; New York ; Barcelo: Springer.</p> <p>Dyckhoff, H. (2000). <i>Grundzüge der Produktionswirtschaft</i>. Berlin [u.a.]: Springer.</p> <p>Steven, M. (2013). <i>Einführung in die Produktionswirtschaft</i>. Kohlhammer.</p> <p>Wöhe, G. & Kaiser, H. & Döring, U. (2002). <i>Übungsbuch zur Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>. München: Vahlen.</p>

Projektmanagement

Modul: Projektmanagement	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 4	Semester Teilzeit: 8	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-03-14
Empfohlene Voraussetzungen: Grundlagen der ABWL, Unternehmensführung, Unternehmensorganisation, Personalwirtschaft		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	58.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Projektmanagement

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben Kenntnisse zu den Grundlagen, den Erfordernissen und Vorteilen des Projektmanagements aus Unternehmenssicht (Wissensbasis), • den Zielen und Methoden des Projektmanagements (Wissensbasis), • der Integration des Projektmanagements in die Unternehmensorganisation (Wissensverbreiterung), • den Aufgaben, Positionen und Verantwortlichkeiten der einzelnen Akteure des Projektmanagements (Wissensvertiefung). 	30%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben die Fertigkeiten selbständig Projekte aus der Sicht von Unternehmen zu entwickeln, • Projekte planen, steuern und kontrollieren zu können, • Projekte erfolgreich zu bearbeiten, • Projektablaufpläne zu erstellen, • zur arbeitsteiligen und koordinierten Teamarbeit im Rahmen von Praxisprojekterarbeitungen, • Projektergebnisse zu kommunizieren und zu präsentieren. 	30%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden arbeiten eigenverantwortlich in Teams, • gehen vorausschauend sowie anleitend/führend mit entstehenden Problemen innerhalb der team-basierten Projektarbeiten um, • können komplexe fachbezogene Anforderungen sowie Lösungen kommunizieren, argumentativ vertreten und gemeinsam weiterentwickeln. 	40%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden definieren, reflektieren, präsentieren und bewerten selbständig Ziele sowie Anforderungen der kontextbezogenen Lernprozesse, • gestalten eigenständig und nachhaltig ihre Selbst-Studienprozesse durch effizientes Zeitmanagement. 	

Projektmanagement

Inhalt:

1. Einführung in das Projektmanagement
 - 1.1. Begriffe
 - 1.2. Inhalt
 - 1.3. Entwicklungen
2. Formen der Projektorganisation
3. Planung von Projekten
 - 3.1. Voraussetzungen
 - 3.2. Methoden der Projektplanung
 - 3.3. Wechselwirkungen
4. Steuerung und Überwachung von Projekten
5. Verhalten und Kommunikation in Projekten
 - 5.1. Aufgaben und Kompetenzen des Projektleiters
 - 5.2. Team
6. Virtuelle Team- und Projektarbeit
7. Agiles Projektmanagement

Prüfungsform:

- Klausur (50%)
- Projektdokumentation und Abschlusspräsentation (50%)

Projektmanagement

Pflichtliteratur:
Dozentenskript auf der Moodleplattform
Empfohlene Literatur:
Alam, D., & Gühl, U. (2016). Projektmanagement für die Praxis. Berlin, Heidelberg. Meyer, H., & Reher, H. J. (2015). Projektmanagement: Von der Definition über die Projektplanung zum erfolgreichen Abschluss. Springer-Verlag. Techt, U., & Lörz, H. (2007). Critical Chain: beschleunigen Sie Ihr Projektmanagement;[mehr Effizienz durch Projekt-Reengineering]. Haufe-Lexware. Preußig, J. (2015). Agiles Projektmanagement (Vol. 270). Haufe-Lexware. Peipe, S. (2018). Crashkurs Projektmanagement-inkl. Arbeitshilfen online: Grundlagen für alle Projektphasen (Vol. 353). Haufe-Lexware. Pichler, R. (2013). Scrum: agiles Projektmanagement erfolgreich einsetzen. dpunkt. verlag. Schwaber, K. (2012). Agiles Projektmanagement mit Scrum. Microsoft Press.

Statistik

Modul: Statistik	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Dr. rer. nat. Gabriela Birgit Witte	

Semester: 4	Semester Teilzeit: 8	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-08-20
Empfohlene Voraussetzungen: Inhalte des Moduls Mathematik I		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Statistik

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die grundlegenden Methoden der deskriptiven Statistik im Zusammenhang erklären. • Sie kennen u.a. die Kriterien, Merkmale zu klassifizieren und Daten sinnvoll in Tabellen und Graphiken darzustellen. • Sie können die verschiedensten Parameter (wie Lage- und Streuungsparameter, Quantile, geometrisches Mittel) in ihrer Zielsetzung voneinander abgrenzen und die zugehörigen Berechnungsformeln angeben. • Sie können den Unterschied zwischen uni- und bivariaten Fragestellungen darlegen und verstehen die Prinzipien der Regressions- und Korrelationsrechnung. • Weiterhin haben die Studierenden vertiefte Kenntnisse zu ökonomischen Zeitreihen. • Sie kennen deren Komponenten und dazu verschiedene Dekompositionsalgorithmen, • sie verstehen die Prinzipien unterschiedlicher Prognosetechniken und sehen den Sinn einer Fehlerrechnung. 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können fremd erstellte Statistiken kritisch lesen und hinterfragen, • Daten angemessen und aussagekräftig darstellen und geeignete Parameter zielgerichtet und begründet auswählen, berechnen und interpretieren. • Sie können Korrelationen und (nichtlineare) Regressionsfunktionen berechnen, auswerten und diskutieren. • Weiterhin können die Studierenden die o.g. Kenntnisse zu den Zeitreihen anwenden. • Sie können ökonomische Zeitreihen analysieren, Trends und Saisonkomponenten auf verschiedene Arten extrahieren und • Prognosen sowohl auf der Basis von Trend- Saisonmodellen, als auch mittels exponentieller Glättung erster und zweiter Ordnung berechnen und anschließend einer Fehleranalyse unterziehen. 	40%

Statistik

Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none">Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in die Unterrichtsdiskussion einzubringen. Sie können sich selbständig in einem Team organisieren und dort Aufgabenstellungen in begrenzter Zeit diskutieren, strukturieren und lösen. Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe vertreten und Lösungswege begründen.	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none">Die Studierenden können sich Lernziele eigenverantwortlich setzen und realisieren. Sie können Lerninhalte eigenständig recherchieren und sich Fachwissen aus unterschiedlichen Quellen aneignen.	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none">1. Einführung und Grundbegriffe der deskriptiven Statistik (Typische Fragestellungen, Abgrenzung deskriptive/induktive Statistik, Grundgesamtheit, Stichproben, Rolle der Wahrscheinlichkeitsrechnung, Merkmale und Merkmalsträger, Klassifizierung von Merkmalen)2. Univariate Statistik (Häufigkeitstabellen ohne/mit Klassenbildung, Diagramme, Parameter von Häufigkeitsverteilungen)3. Bivariate Statistik (Korrelations- und Regressionsanalyse)4. Zeitreihenanalyse (Komponenten von ökonomischen Zeitreihen, Trendbestimmung mittels gleitender Durchschnitte und Trendfunktionen, Bestimmung additiver und multiplikativer Saisonkomponenten)5. Prognosetechniken (Naive Verfahren, Prognosen auf der Basis von Trend-Saison-Modellen, exponentielle Glättung erster und zweiter Ordnung, Fehlerrechnung)

Prüfungsform:
Klausur

Statistik

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
Bamberg, G. & Baur, F. & Krapp, M. (2012). <i>Statistik</i> . München: Oldenbourg. Eckstein, P. (2013). <i>Repetitorium Statistik</i> . Wiesbaden: Springer Gabler. Schira, J. (2009). <i>Statistische Methoden der VWL und BWL</i> . München [u.a.]: Pearson Studium. Schwarze, J. (2014). <i>Grundlagen der Statistik Band 1 – Beschreibende Verfahren</i> . NWB-Verlag .

Business Communication (Soft Skills II)

Module: Business Communication (Soft Skills II)	
Degree programme: Betriebswirtschaft	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: M.A. John Paul O Donoghue	

Semester: 4	Semester part time: 10	Duration: 1
Hours per week per semester: 4.0	Of which L/S/LW/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2018-12-19
Recommended prior knowledge: B1- English Language level		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations:		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	60.0
Project:	28.0
Examinations:	2.0
Total:	150

Business Communication (Soft Skills II)

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
<p>Knowledge</p> <ul style="list-style-type: none"> The students study a theory of negotiation and present one of its key aspects. They learn to relate such aspects to relevant negotiating situations. The students acquire the key lexis contained in a business contract. 	25%
<p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> Students analyse, present and evaluate one aspect of negotiation theory, demonstrating a relevant practical application. They learn to use standard negotiating phrases/grammar in role-play practice and develop language fluency. 	25%
Personal competences	
<p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none"> The students prepare in small groups a presentation based on one of the theoretical topics from the theory of Negotiations (Getting to Yes). They have to create and role-play a negotiation and practice interacting within a negotiating team and towards an opposing party. 	50%
<p>Autonomy</p> <ul style="list-style-type: none"> Students have to select and present one element of the Negotiation Theory (Getting To Yes). They also have to choose a negotiation group and develop a topic with suitable content for the negotiation simulation. They are encouraged to reflect on the application of theory to their specific negotiating situation. 	

Business Communication (Soft Skills II)

Content:

1. The language of negotiations
 - 1.1. Types of negotiations
 - 1.2. Exploring positions
 - 1.3. Making offers and concessions
 - 1.4. Checking understanding
 - 1.5. Refusing an offer
 - 1.6. Accepting an offer
 - 1.7. Playing for time
 - 1.8. Open and closed questions
 - 1.9. Softening phrases
 - 1.10. Signalling phrases
 - 1.11. Summarising
2. The Theory of Negotiations Getting To Yes
 - 2.1. The Problem
 - 2.1.1. Don't Bargain over Positions (2 Students)
 - 2.2. The Method
 - 2.2.1. Separate the People from the Problem (2 Students)
 - 2.2.2. Focus on Interests, Not Positions (2 Students)
 - 2.2.3. Invent Options for Mutual Gain (2/3 Students)
 - 2.2.4. Insist on Using Objective Criteria (2/3 Students)
 - 2.3. Yes, But â€¦
 - 2.3.1. What If They Are More Powerful? The BATNA. (2/3 Students)
 - 2.3.2. What If They Won't Play? (3 Students)
 - 2.3.3. What If They Use Dirty Tricks? (3 Students)
 - 2.3.4. 10 Questions (3 Students)

Examination format:

Presentation, written test and role play Fachprüfung (100%)

Business Communication (Soft Skills II)

Compulsory reading:
Fisher, R. & Ury, W. (2012) Getting to Yes. London. Random House
Recommended reading:
Crowther-Alwyn, J. (1997). <i>12 simulations for business English [Business roles/[1]]</i> . Stuttgart [u.a.]: Klett.
Kerridge, D. (1997). <i>International Business Role Plays</i> . Ismaning bei München: Hueber.
J. Lewicki, R. (2014). <i>[(Negotiation)] [By (author) Roy J. Lewicki, By (author) David M. Saunders, By (author) Bruce Barry] [February, 2014]</i> . McGraw Hill Higher Education.
Mascull, B. (2002). <i>Business vocabulary in use</i> . Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press [u.a.].
Sweeney, S. (2003). <i>English for business communication/CD..</i> Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press.
Business Spotlight Magazine, English for International Communication

Codi - Coaching Digital- und Innovationskompetenz (Soft Skill II)

Modul: Codi - Coaching Digital- und Innovationskompetenz (Soft Skill II)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: M.A. Eva Ismer & Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 4	Semester Teilzeit: 10	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-25
Pflicht Voraussetzungen: -		
Empfohlene Voraussetzungen: -		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Das Modul wird im Blockformat angeboten.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	0.0
Projektarbeit:	60.0
Prüfung:	30.0
Gesamt:	150

Codi - Coaching Digital- und Innovationskompetenz (Soft Skill II)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden befassen sich während des Moduls mit einem Innovationsprojekt aus der Unternehmenspraxis. Sie erwerben Kenntnisse zu einem spezifisches Innovationsproblem (Schwerpunkt: Digitalisierung) aus einem am Modul beteiligten KMU. Sie erwerben Wissen zu den Herausforderungen in der unternehmerischen Praxis, ausgelöst durch neue Technologien (insbesondere digitalen Technologien). Die Studierenden kennen einschlägige Methoden und Werkzeuge zur Durchführung von Innovationsprojekten in interdisziplinären Teams und fachfremden Wissensbereichen und entwickeln eigenständig Lösungsansätze. 	30%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erwerben Fertigkeiten in der Nutzung von Problemlösungstechniken, kollaborativen Arbeitstechniken sowie Präsentations- und Visualisierungstechniken. Die Studierenden erwerben Fertigkeiten für die Generierung und Realisierung eigener Projektideen im Sinne der Lösung eines Innovationsproblems. Die Studierenden erwerben Fertigkeiten in der Nutzung von Methoden des Rapid Prototypings. 	50%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Durch die Arbeit in einem (interdisziplinären) Team lernen die Studierenden sich in ein Team zu integrieren und die Problemstellung aus unterschiedlichen Perspektiven zu erfassen. Die Studierenden erwerben Fähigkeiten im Bereich des selbständigen Problemlösens, im Bereich der Planung eines effizienten Ressourcen- und Zeiteinsatzes, im Bereich der Kommunikation im Team sowie im Bereich der Herbeiführung von Konsensentscheidungen. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> Das Modul unterstützt die Entwicklungen von Kompetenzen auch unter Zeitdruck selbstständig effiziente Lösungen für eine Problemstellung aus der Unternehmenspraxis zu erarbeiten. Das Modul bietet einen methodischen Rahmen, der die selbstständige Bearbeitung der Problemstellung im Team unterstützt. 	

Codi - Coaching Digital- und Innovationskompetenz (Soft Skill II)

Inhalt:

1. Vorstellung eines Unternehmens, des Branchenumfeldes und seiner spezifischen, aktuellen Herausforderungen, insbesondere vor dem Hintergrund der Digitalisierung
2. Vorstellung, Vermittlung und Nutzung von Präsentations-, Arbeits- und Kommunikationstechniken
3. Vorstellung und Nutzung von Methoden des Innovationsmanagements
4. Vorstellung und Nutzung von digitalen Tools und Techniken
5. Bearbeitung und Bewertung eines spezifischen Innovationsfeldes vor dem Hintergrund des durch die Digitalisierung ausgelösten Veränderungsdrucks

Prüfungsform:

Präsentation (50%)
Projektarbeit (50%)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Arnold; Neuburger, Rahild (2014). Arbeit in der digitalen Welt (...);
Heidenreich, Kevin (2011). Erwartungen der Wirtschaft an Hochschulabsolventen
Kampe, Carsten; Walter, Anja (2017). Wirtschaft 4.0 in Brandenburg! Eine explorative Vorstudie der Wirtschaftsförderung Land Brandenburg GmbH
Stifterverband/McKinsey (2018). Future Skills: Welche Kompetenzen in Deutschland fehlen.
Chesbrough, Henry (2003): Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting From Technology. Harvard Business School Press, Boston.
Kaplan, S. Vakili, K. 2015. The double-edged sword of recombination in breakthrough innovation. Strategic Management Journal, 36, 1435-1457.
Meinel, C., Leifer, L., & Plattner, H. (2011). Design Thinking: Understand - Improve - Apply. (Design thinking.) Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
Pruitt, J. Grudin, J. (2003): Personas: practice and theory." Proceedings of the 2003 conference on Designing for user experiences. ACM.

Kommunikation und Verhandlungsführung (Soft Skills II)

Modul: Kommunikation und Verhandlungsführung (Soft Skills II)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Markus Karp	

Semester: 4	Semester Teilzeit: 10	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-25
Empfohlene Voraussetzungen: ---		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	60.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	30.0
Gesamt:	150

Kommunikation und Verhandlungsführung (Soft Skills II)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unser persönlicher Erfolg hängt entscheidend davon ab, wie wir kommunizieren – ganz egal, ob wir im Team arbeiten, am Arbeitsplatz verhandeln oder im privaten Umfeld etwas bewegen wollen. Die Lehrveranstaltung soll Sie dabei unterstützen, klassische Kommunikationssituationen schnell und sicher einzuschätzen und diese (noch) zielgerichteter und erfolgreicher meistern zu können. • Die Studierenden – kennen und verstehen ausgewählte kommunikationstheoretische Konzepte – kennen die wichtigsten verhandlungstheoretischen Ansätze und Methoden zur Verhandlungsvorbereitung und –analyse. – haben Konfliktvorbeugungs- und Konfliktlösungsstrategien erlernt 	30%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden: • erwerben grundlegende Fähigkeiten und Kenntnisse in der Gesprächsführung und Einschätzung von Kommunikationssituationen. • erwerben die Kompetenzen Kommunikation auf der Basis dieser Grundlagen zu analysieren, die eigene Rolle im Kommunikationsprozess kritisch zu reflektieren • und können Kommunikationsprozesse und Verhandlungen (auch im interkulturellen Kontext) konstruktiv gestalten. 	50%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Team-, Konflikt- und Kommunikationsfähigkeit werden ebenso trainiert wie Selbstreflexion. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden • erkennen ihre Stärken und Verbesserungspotenziale hinsichtlich der eigenen Kommunikations- und Konfliktmuster um die für sie geeigneten Methoden herauszufiltern. 	

Kommunikation und Verhandlungsführung (Soft Skills II)

Inhalt:

1. Kommunikationstheoretische Grundlagen (Kommunikationsquadrat, 5 Axiome, Johari-Fenster, Themenzentrierte Interaktion, Transaktionsanalyse)
2. Kommunikationsebenen: verbal, nonverbal, paraverbal
3. Gesprächstechniken (Fragetechniken, Feedback, aktives Zuhören, Ich-Botschaften)
4. Grundlagen der Gesprächsführung (Phasen des Gesprächsverlaufs, Gesprächsstile)
5. Konflikte (Eskalationsmodelle) und Konfliktgespräche
6. Der eigene Konflikt- und Verhandlungsstil
7. Verhandlungsprozess (Verhandlungsvorbereitung, -strategie, -taktiken) (Harvard-Konzept)
8. Interkulturelle Kommunikation

Prüfungsform:

- Schriftliche Arbeit (60%)
Präsentation (40%)

Pflichtliteratur:

- Argyle, M. (2013): Körpersprache und Kommunikation. Nonverbaler Ausdruck und soziale Interaktion, 10. Auflage, Junfermannsche Verlagsbuchhandlung, Paderborn
- Bolten, J. (2007): Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen
- Fisher, R., Ury, W., Patton, B. (2009): Das Harvard-Konzept: Der Klassiker der Verhandlungstechnik. 23. Aufl. Campus, Frankfurt/M.
- Hofstede, G. (2011): Lokales Denken, globales Handeln, 5. Aufl., dtv, München
- Schulz von Thun, F. (2010): Miteinander reden 1-3, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek
- Thomas, A. / Kinast, E.-U. / Schroll-Machl, S. (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation – Band 1: Grundlagen und Praxisfelder. Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit, 2. überarbeitete Aufl., Vandenhoeck & Trompenaars, A. F., Hampden-Turner, C. (2005): Riding the Waves of Culture. Understanding cultural diversity in business. Brealey, London.
- Watzlawick, P.; Beavin, J. H.; Jackson, D. D. (2000): Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien, Huber Verlag, Bern
- Whorf, B. L. (1963) Sprache Denken Wirklichkeit. Rowohlt, Reinbek

Empfohlene Literatur:

Techniken wissenschaftlichen Arbeitens (Soft Skills II)

Modul: Techniken wissenschaftlichen Arbeitens (Soft Skills II)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Mag. rer. soc. oec. Reinhard Hanneschläger	

Semester: 4	Semester Teilzeit: 10	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-03-27
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	54.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	14.0
Gesamt:	158

Techniken wissenschaftlichen Arbeitens (Soft Skills II)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verfügen über grundlegende Aspekte des wissenschaftlichen Arbeitens sowie zur Anwendung wissenschaftlicher Denkstrukturen. • Sie kennen die wesentlichen Vorschriften, Werkzeuge und Methoden für der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit • Sie erlernen den Umgang mit unterstützender Software wie Citavi und geeigneter Literatur, sowie die Grundlagen der Wissenschaftstheorie. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verfügen über Anwendungswissen und Werkzeuge zur Produktion eines wissenschaftlichen Textes. • Sie können wissenschaftliche Arbeitsmethoden und empirische Ansätze sicher anwenden und klar strukturierte Seminararbeiten anfertigen und insbesondere korrekt zitieren. • Sie verfügen weiterhin über die Fertigkeit wissenschaftliche Literatur zu bewerten und die wesentlichen Informationen aus der Vielzahl von Quellen auszuwählen. • Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse in der Hypothesenbildung sowie Falsifizierung. • Sie können ihre Arbeitsaufgaben strukturieren und Prioritäten besser setzen (Zeitmanagement). 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage in Gruppen/Teams zu arbeiten und eine gemeinsame schriftliche Arbeit zu erstellen. • Sie sind weiterhin in der Lage eine Balance mit anderen Bedürfnissen (Nebenjobs, Freizeit, Familie) zu finden. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage ihre Aufgaben eigenständig zu organisieren, strukturiert zu arbeiten und Deadlines einzuhalten 	

Techniken wissenschaftlichen Arbeitens (Soft Skills II)

Inhalt:

1. Grundlagen der Wissenschaftstheorie
2. Einordnung und Bedeutung wissenschaftlicher Forschung und die Bedeutung von (Wirtschafts-) Theorien
3. Aufbau wissenschaftlichen Arbeitens und deren Notwendigkeit
4. Erarbeiten von wissenschaftlichen Fragestellungen und Hypothesenbildung mittels verschiedener Themenfindungsmethoden (mind mapping)
5. Zeitmanagement
6. Erfolgsfaktoren der Gruppenarbeit
7. Einführung in Lesetechniken
8. Literaturrecherche und die Bewertung von verschiedener Literatur und Quellen
9. Umgang mit Illustrationen, Tabellen und Grafiken
10. Grundlagen zu Zitiertechniken
11. Formatierungs- und Gestaltungshinweise
12. Einführung in Citavi
13. Wissenschaftliche Texte schreiben
14. Präsentation vorbereiten und vortragen

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (80%)
Präsentation (20%)

Techniken wissenschaftlichen Arbeitens (Soft Skills II)

Pflichtliteratur:
Ebster, C. & Stalzer, L. (2008). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. Wien: facultas.wuv. Franck, N. & Stary, J. (2011). Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens: Eine praktische Anleitung. 16. Auflage. Stuttgart: utb. Kornmeier, M. (2016). Wissenschaftliches Schreiben leicht gemacht. 7. Auflage. Bern: Haupt Verlag. Theisen, M. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten. 17. Auflage. München: Franz Vahlen Verlag.
Empfohlene Literatur:

Zeitmanagement (Soft Skills II)

Modul: Zeitmanagement (Soft Skills II)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Ulrike Tippe	

Semester: 4	Semester Teilzeit: 10	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-04-15
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	60.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	30.0
Gesamt:	150

Zeitmanagement (Soft Skills II)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie bringe ich die verschiedenen Bereiche meines Lebens (Studium, Freunde, Job, etc.) unter einen Hut, ohne mich â€“ gerade in Zeiten hoher Arbeitsbelastung â€“ zu verzetteln und das Wesentliche aus den Augen zu verlieren? • Die Studierenden kennen und verstehen die: - Handlungsfelder individuellen Zeitmanagements sowie - Methoden/Werkzeuge für ein erfolgreiches Selbstmanagement 	30%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben die Fähigkeiten: • ein Gefühl für den Umgang mit der Zeit (qualitative & quantitatives Zeitmanagement) und der eigenen Selbstorganisation zu entwickeln (Ziele, Ressourcen und Erwartungen erkennen: Was motiviert mich im Studium? Was ist mir wichtig? Wie gehe ich mit Stress, (Prüfungs-) Ängsten und Prokrastination um?) • eigene Lern- und Leistungsfähigkeit, Stärken und Verbesserungspotenziale hinsichtlich des eigenen Selbstmanagements zu erkennen • Organisation des eigenen Arbeitsplatzes, der Arbeitszeit (Work-Life-Balance) und zur Priorisierung der anstehenden Aufgaben 	50%

Zeitmanagement (Soft Skills II)

Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Gutes Zeitmanagement und Selbstorganisation sind Schlüsselqualifikationen, die im Zweifelsfall über Erfolg bzw. Misserfolg jeglicher Tätigkeit entscheiden können. Nicht zuletzt ist auch der Studienerfolg ganz maßgeblich davon abhängig. Das Seminar soll Anregungen dazu geben, diese sowohl in den privaten als auch zukünftigen beruflichen Alltag zu integrieren. In diesem Modul wird es viel um Sie selbst – um Ihre Arbeits- und Lerngewohnheiten – gehen. Selbstreflexion ist also, neben dem Kennenlernen anwendungsbezogener Modelle zu den einzelnen Themenbereichen, von zentraler Bedeutung. Andererseits entwickeln Sie Verständnis für die Verschiedenartigkeit des Umgangs mit Aufgaben, Terminen usw. in Abhängigkeit von der handelnden Person und lernen mit dieser Verschiedenartigkeit umzugehen.	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind in der Lage, ihre eigenen Präferenzen und Fähigkeiten hinsichtlich des Themas –Selbstmanagement– zu erkennen und die für sie geeigneten Methoden herauszufiltern und konkrete Anwendungsstrategien für den zielgerichteten Umgang mit ihrer Zeit zu erarbeiten. Sie können konkrete Handlungskonzepte in praxisnahen Fallstudien und Beispielen anwenden.	

Zeitmanagement (Soft Skills II)

Inhalt:

1. Zeit im Wandel der Zeit
2. Handlungsfelder erfolgreichen Zeitmanagements und erfolgreicher Selbstorganisation
 - 2.1. Zeitfallen und Zeitfresser
 - 2.2. Umgang mit Störungen
 - 2.3. Werkzeuge für Zeitmanagement und Selbstorganisation in Abhängigkeit von der Persönlichkeit
 - 2.4. Ziele identifizieren, formulieren und verbindlich fixieren
 - 2.5. Prioritäten setzen, wichtig, dringend oder weder noch?
3. Anwendungsfelder:
 - 3.1. Aufschiebeverhalten reflektieren, Strategien entwickeln
 - 3.2. die persönliche Motivation steigern / Selbstwirksamkeit und Selbstregulation
 - 3.3. Arbeits- und Prüfungsplanung
 - 3.4. Besprechungen organisieren, effektiv und effizient durchführen
 - 3.5. Methoden zum Stressmanagement
 - 3.6. Zu einem individuellen Selbst- und Zeitmanagement (Work-Life-Balance) finden

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (50%)
Präsentation (50%)

Zeitmanagement (Soft Skills II)

Pflichtliteratur:

Beyer, G. (1992). Zeitmanagement. Arbeitsmethodik, Zeitplanung und Selbststeuerung. München: Econ

Heckhausen, J., Heckhausen, H. (2010): Motivation und Handeln. 4. Aufl. Springer: Heidelberg

Kaluza, G. (2007): Gelassen und sicher im Stress. 3. vollst. überarb. Aufl., Springer: Heidelberg

Rückert, H.-W. (2014): Schluss mit dem ewigen Aufschieben! Wie Sie umsetzen, was Sie sich vornehmen. 8. überarb. Aufl., Campus Verlag. Frankfurt/ New York

Seiwert, L. J. (2005). Wenn Du es eilig hast, gehe langsam (9. Auflage). Frankfurt/M.: Campus Verlag

Seiwert, L. J. (2007): Das neue 1x1 des Zeitmanagement (12. Auflage). München: Gräfe und Unzer Verlag

Seiwert, L. J. (2009): Noch mehr Zeit für das Wesentliche: Zeitmanagement neu entdecken. München: Goldmann Verlag

Stollreiter, M. (2006): Aufschieberitis dauerhaft kurieren

Empfohlene Literatur:

Betriebliche Steuerlehre

Modul: Betriebliche Steuerlehre	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ivonne Klipstein	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 9	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 6.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-12-02
Empfohlene Voraussetzungen: Finanzbuchhaltung/Jahresabschluss und Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	118.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	180

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen die Grundzüge des Verfahrensrechts sowie die der Ertragsteuern, sind in der Lage, diese Rechtsgrundlagen praxisorientiert anzuwenden. 	40%

Betriebliche Steuerlehre

Fertigkeiten • Die Studierenden sind in der Lage, ertragsteuerliche Belastungen bei gegebener Sachlage zu ermitteln und die Auswirkungen von Entscheidungen auf die Besteuerung zu erkennen.	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz • Die Studierenden werden befähigt, sich gegenseitig bei der Bewältigung der Anforderungen, die sich aus der Anwendung der steuerlichen Fragestellungen ergeben, gegenseitig zu unterstützen.	20%
Selbstständigkeit • Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig zu bewerten, mit welchen steuerlichen Vorschriften Fragestellungen aus den Modulinhalten bearbeitet bzw. beantwortet werden können.	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen des deutschen Steuerrechts (Begriffe und Merkmale, Rechtsquellen, Überblick über die Unternehmensbesteuerung)2. Grundzüge der Abgabenordnung3. Grundzüge der Einkommensteuer (Persönliche und sachliche Steuerpflicht, Abzugsfähigkeit von in der Privatsphäre der natürlichen Person anfallende Aufwendungen, Ermittlung der Bemessungsgrundlage, Steuertarif, Veranlagung, Steuererhebung)4. Grundzüge der Körperschaftsteuer (Persönliche und sachliche Steuerpflicht, Bewertungsunterschiede im Handels- und Steuerrecht und deren Steuerwirkungen, Ermittlung der Bemessungsgrundlage, Steuertarif, Steuerrückstellung im Jahresabschluss, Steuererhebung, Besteuerung der Anteilseigner, Verdeckte Gewinnausschüttung)5. Grundzüge der Gewerbesteuer (Steuergegenstand, Steuerschuldner, Ermittlung des Gewerbeertrags inkl. Hinzurechnungen und Kürzungen, Steuertarif, Steuerrückstellung, Steuererhebung, Wechselwirkungen mit der Einkommensteuer)

Prüfungsform:
Klausur

Betriebliche Steuerlehre

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
<p>Bornhofen, M. & C. Bornhofen, M. (2016). <i>Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 1 Rechtslage 2016: Mit zusätzlichen Prüfungsaufgaben und Lösungen (Bornhofen Steuerlehre 1 LÖ)</i>. Springer Gabler.</p> <p>Bornhofen, M. & C. Bornhofen, M. (2016). <i>Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 2 Rechtslage 2015: Mit zusätzlichen Prüfungsaufgaben und Lösungen (Bornhofen Steuerlehre 2 LÖ)</i>. Springer Gabler.</p> <p>Bornhofen, M. & C. Bornhofen, M. (2016). <i>Steuerlehre 1 Rechtslage 2016: Allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung, Umsatzsteuer (Bornhofen Steuerlehre 1 LB)</i>. Springer Gabler.</p> <p>Bornhofen, M. & C. Bornhofen, M. (2016). <i>Steuerlehre 2 Rechtslage 2015: Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Bewertungsgesetz und Erbschaftsteuer (Bornhofen Steuerlehre 2 LB)</i>. Springer Gabler.</p> <p>Haberstock, L. & Breithecker, V. (2010). <i>Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre</i>. Berlin: Schmidt.</p> <p>Jung, H. (aktu). <i>Training; Betriebliche Steuerlehre</i>. Berlin: Cornelsen-Verlag .</p> <p>Köllen, J. & Reichert, G. & Vogl, E. & Wagner, E. (2014). <i>Lehrbuch Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer (Steuerfachkurs)</i>. NWB Verlag.</p> <p>Rick, E. (2005). <i>Lehrbuch der Einkommensteuer</i>. Herne [u.a.]: Verl. Neue Wirtschafts-Briefe.</p>

Enterprise Resource Planning Systems

Modul: Enterprise Resource Planning Systems	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Dipl.-Informatikerin Jacqueline Markwardt	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/0.0/2.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2020-05-11
Empfohlene Voraussetzungen: Betriebliches Rechnungswesen, Geschäftsprozess-Modellierung		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Enterprise Resource Planning Systems

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind befähigt Konzepte, Vor- und Nachteile von betriebswirtschaftlichen Individual- und Standardsoftware-Systemen zu erläutern. Sie lernen die Grundlagen der betrieblichen Geschäftsprozessmodellierung kennen, verstehen die Abläufe verschiedener Geschäftsprozesse und haben den Fokus auf dem Integrationsaspekt im Geschäftsprozessing. Mittels des Integrationsaspektes verstehen die Studierenden die Vorteile eines ERP-Systems hinsichtlich der Optimierung von Geschäftsprozessabläufen und der Planung und Bereitstellung von Unternehmensressourcen. Zudem erkennen Studierende Möglichkeiten und Grenzen spezifischer ERP Systeme und erlangen Wissen zum Aufbau, der Struktur und der wichtigsten Kernkomponenten eines ERP-Systems. 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> Studierende sind in der Lage ausgewählte Geschäftsprozesse (GP) anwenden, durchführen und zu verstehen. Es werden ERP-System-Tools (z.B. SAP o.ä.) genutzt (Modellfirma). Die Studierenden setzen ihr theoretisches Grundlagenwissen anhand der praktischen Durchführung von Geschäftsprozessen in einer Modellfirma um und verstehen so die Arbeitsweise eines ERP-Systems und können diese aktiv begleiten und modifizieren. 	40%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Studierende können sich in den Übungsstunden gegenseitig unterstützen. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und in der Unterrichtsdiskussion betriebswirtschaftliche Geschäftsinhalte 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. Theoretisches Wissen aus den Vorlesungsveranstaltungen wird praktisch anhand von Fallstudien angewendet, Übungen dazu finden im Laborraum statt: Die Nutzung eines ERP-Systems (Modellfirma -> ist einem echten System äquivalent) erfolgt selbstständig durch Ausführung verschiedener Aufgabenrollen (Vertrieb, Einkauf, Logistik, Rechnungswesen) als Einzelperson oder im Teamabsprachen und festigt damit den Intergrationsaspekt zwischen den verschiedenen Geschäftsbereichen eines Unternehmens. 	

Enterprise Resource Planning Systems

Inhalt:

1. Darstellung von unterstützenden Leistungs- und Austauschbeziehungen in Unternehmen, zwischen Unternehmen und zwischen Unternehmen und Konsumenten, zwischen Geschäftspartnern
2. Präsentation wesentlicher Komponenten aktueller ERP Softwaresysteme zum Supply Chain Management (SCM), Customer Relationship Management (CRM), Supplier Relationship Management (SRM), Electronic Business und deren Beurteilung für die betriebliche Praxis
3. Aspekte betrieblicher Informationssysteme
4. Modellierung, Abläufe, Zusammenhänge von Geschäftsprozessen
5. Aufbau, Struktur, Kernfunktionen von ERP-Systemen
6. Integrationsaspekt innerhalb eines ERP-Systems
7. Optimierung von Geschäftsabläufen, Planung und Bereitstellung von Unternehmensressourcen

Prüfungsform:

Digitale Klausur 80% und Praxistest 20% (100%)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Literaturempfehlungen erfolgen im Kursraum

Innovationsmanagement

Modul: Innovationsmanagement	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 9	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-05-21
Empfohlene Voraussetzungen: Projektmanagement		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	30.0
Projektarbeit:	58.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Innovationsmanagement

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p data-bbox="148 398 424 432">Kenntnisse/Wissen</p> <ul data-bbox="148 443 1238 913" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="148 443 1238 790">• 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-Industries Innovation vertraut. Die Studierenden sind auf den Umgang mit Barrieren im Management von Innovationen vorbereitet und kennen Handlungsansätze zum Umgang mit Widerständen. <li data-bbox="148 801 1238 913">• Die Studierenden kennen einschlägige Methoden und Werkzeuge des Innovationsmanagements, erlernen diese anzuwenden und auf ihren Nutzen zu bewerten. 	40%
<p data-bbox="148 940 320 974">Fertigkeiten</p> <ul data-bbox="148 985 1238 1332" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="148 985 1238 1209">• Die Studierenden durchlaufen in Teams ein Innovationsprojekt. Die Studierenden wenden Methoden der Trendbeobachtung, Ideengenerierung und Ideenauswahl sowie ausgewählte Prototyping-Methoden an. Durch die Entwicklung eines eigenen Prototypen, werden Fertigkeiten im Hinblick auf die Visualisierung und Konzeptualisierung von Innovationen entwickelt. <li data-bbox="148 1220 1238 1332">• Die Studierenden arbeiten in Teams an einem konkreten Innovationsprojekt oder an Fallstudien. Die Studierenden steuern dabei ein Innovationsprojekt und durchlaufen den Design Thinking Prozess. 	40%

Innovationsmanagement

Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Arbeit in (heterogenen) Teams soll dazu führen, dass die Studierenden lernen sich in eine Gruppe zu integrieren. Dort sollen sie ihre Meinungen und Ansichten äußern und diese argumentativ vertreten. Sie haben die Probleme und Herausforderungen bei der Teamarbeit erfahren und gelernt, wie man die Verschiedenheit eines Teams gewinnbringend nutzen kann. Ein weiterer Schwerpunkt ist das Erlernen und Anwenden von Handlungsstrategien zur Bewältigung von Konfliktsituationen.	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Arbeit an Fallstudien soll eine Selbstreflektion der einzelnen Studierenden verstärken. Ziel ist es dabei, dass sie ihre Stärken und Schwächen identifizieren und ihre Ressourcen und Kompetenzen zielgerichtet einsetzen und weiterentwickeln. Durch die Definition von Terminen, werden die Studierenden dazu gebracht sich ziel- und ergebnisorientiert zu organisieren, ihre Arbeiten sinnvoll zu dokumentieren und somit Wissensstände zu sichern.	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none">1. Bedeutung von Innovationen für das Unternehmen und die Wettbewerbsfähigkeit2. Umgang mit Barrieren und Widerständen im Management von Innovationen3. Faktoren für den Erfolg und Misserfolg von Innovationen4. Quellen für Innovationen5. Methoden der Ideengenerierung und des Prototyping6. Gestaltung des Innovationsprozesses7. Open Innovation und Cross Industries Innovation8. Organisation des Innovationsmanagements im Unternehmen9. Entwicklung von Innovationsstrategien und strategische Vorausschau10. Innovationsfördernde Unternehmenskultur

Innovationsmanagement

Prüfungsform:

Klausur (50%)
Projektarbeit (50%)

Zusätzliche Regelungen:

Die Projektarbeit erfolgt im Team. Beide Prüfungsleistungen müssen für den erfolgreichen Modulabschluss bestanden werden.

Pflichtliteratur:

Skript zur Vorlesung

Empfohlene Literatur:

Abele, T. (2013). *Suchfeldbestimmung und Ideenbewertung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

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.

Chesbrough, H. *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting From Technology..* Boston: Harvard Business School Press.

Dark Horse (Hrsg.) (2016). *Digital innovation playbook. Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager*, 1.

Gassmann, O. & Frankenberger, K. & Csik, M. (2013). *Geschäftsmodelle entwickeln*. München: Hanser.

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.

Tidd, J. & Bessant, J. (2013). *Managing innovation*. Chichester, West Sussex (UK): Wiley.

Wannke, M. & Storm, M. & Liebsch, U. (2012). *Innovationskompetenz in Unternehmen*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Marktforschung

Modul: Marktforschung	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Frank Sistenich	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 9	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 6.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2017-08-04
Empfohlene Voraussetzungen: Marketing-Einführung; Statistik; Makroökonomie und Wirtschaftspolitik; Datenbanken		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	118.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	180

Marktforschung

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen der Marktforschung; • Bedeutung der Untersuchung von Zielgruppen im Konsumgüter- und Industriegütermärkten; • Bedeutung der Differenzierung in Sekundär- und Primärforschung; • Notwendigkeit der Differenzierung in diverse Methoden und Instrumente der Erhebung von Daten je nach Zielstellung der Fragestellung; • Notwendigkeit der Unterscheidung in qualitative und quantitative Forschungsansätze der Marktforschung und der Dateninterpretation. 	50%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können eigenständig Marktentwicklungen erkennen und bewerten; • eine Sekundäranalyse zu einer Forschungsfrage durchführen; • ein Studiendesign entwickeln und eine Primärmarktforschungsstudie selbständig konzipieren und durchführen; • einen Fragebogen unter Berücksichtigung diverser Fragetechniken entwickeln und Daten auszuwerten bzw. zu interpretieren. 	30%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage Aktiv im Verbund einer Kleingruppe zu arbeiten und deren Lern- oder Arbeitsumgebung mit zu gestalten und kontinuierlich zu unterstützen; • Aufgabenstellungen, Abläufe und Ergebnisse im Team zu legitimieren; • Sachverhalte umfassend darzustellen, Lösungswege aktiv zu vertreten und auf Nachfragen adäquat zu reagieren. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele zusetzen und eigenverantwortlich zu realisieren. Sie können eigene Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen abgleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten. Inhalte können eigenständig recherchiert, Fachwissen aus diversen Quellen sich angeeignet werden. 	

Marktforschung

Inhalt:

1. Einleitung
 - 1.1. Aufgaben und Bedeutung der Marktforschung
 - 1.2. Anforderungen an Informationen (Relevanz, Validität, Repräsentativität, Signifikanz)
 - 1.3. Untersuchung von Märkten, Konkurrenten und Verwendern
2. Datenquellen der Marktforschung
 - 2.1. Sekundärmarktforschung (interne und externe Quellen)
 - 2.2. Primärmarktforschung (Tracking Studien, Marktpotenzialstudien, Positionierungsstudien usw.)
3. Methoden der Datenerhebung
 - 3.1. Beobachtung
 - 3.2. Befragung
 - 3.3. Experiment
4. Durchführung der Primärforschung
 - 4.1. Qualitative und Quantitative Erhebungsformen
 - 4.2. Fragebogenentwicklung
 - 4.3. Auswertung und Dateninterpretation

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (100%)

Zusätzliche Regelungen:

Präsentation mit schriftlicher Ausarbeitung

Marktforschung

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Backhaus, K. & Erichson, B. & Plinke, W. & Weiber, R. (2015). *Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung.* Springer Gabler.

Berekoven, L. & Eckert, W. & Ellenrieder, P. (2009). *Marktforschung.* Wiesbaden: Gabler.

Bühl, A. & Zöfel, P. (2005). *SPSS 12.* München: Pearson Studium.

Raab, G. & Unger, A. & Unger, F. (2009). *Methoden der Marketing-Forschung.* Wiesbaden: Gabler.

Change Management (Management I)

Modul: Change Management (Management I)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Ulrike Tippe	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-04-15
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	60.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	30.0
Gesamt:	150

Change Management (Management I)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Das Thema »Veränderung« begegnet Unternehmen auf verschiedene Art und Weise und stellt die betroffenen Führungskräfte und Mitarbeitenden in der Regel vor große Herausforderungen. Zur Sicherung nachhaltiger Unternehmenserfolge ist es wichtig, die Veränderungsprozesse und -maßnahmen möglichst effektiv und wirkungsvoll zu gestalten, die Beteiligten einzubeziehen und gut zu kommunizieren. 	10%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden.. • erlernen die theoretischen Grundlagen zu organisationalen Wandelprozessen, verstehen die Merkmale und relevanten Methoden und Konzepte nach denen in modernen Organisationen notwendige Veränderungen erkannt und gestaltet werden können. um diese entsprechend beschreiben und gestalten zu können. • lernen die verschiedenen Auslöser für Wandelprozesse kennen und setzen sich kritisch mit strukturellen und persönlichen Voraussetzungen auseinander, die gegeben sein müssen, um Veränderungsprozesse nachhaltig zu implementieren. • können den Einfluss des Managements, typische Aufgaben von Führungskräften zur Initiierung und Begleitung von Veränderungsprozessen analysieren. • kennen sinnvolle Wege im Umgang mit auftretenden Widerständen bei den betroffenen Stakeholdern. 	70%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen wichtige Grundgedanken, Konzepte und Vorgehensweisen im Rahmen des Change Managements. Sie erkennen die Wichtigkeit von Soft Skills für die erfolgreiche Umsetzung von Change-Management-Strategien. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, konkrete Anwendungsstrategien für den zielgerichteten Einsatz von Soft Skills in Veränderungsprojekten und für den Umgang mit Widerständen bei Change Management zu erarbeiten. Sie können konkrete Handlungskonzepte in praxisnahen Fallstudien und Beispielen anwenden. 	

Change Management (Management I)

Inhalt:

1. Arten von Veränderungen in Organisationen
2. Dynamik und Phasen des organisationalen Wandels , Modelle zum Unternehmenswandel
3. Gründe für das Scheitern von Veränderungsvorhaben
4. Bedeutung der Unternehmenskultur in Veränderungsprozessen, die Rolle der organisatorischen Rahmenbedingungen, strukturelle Blockaden und Hindernisse
5. Erfolgsfaktoren von Veränderung
6. Stakeholder-Analyse und Stakeholder-Management (Triebkräfte, Strategien und Theorien zur Beherrschung des Wandels)
7. Change-Leadership: Besonderheiten der Führung im Wandel, Einfluss der Persönlichkeit im Veränderungsprozess, kritische Selbstreflexion: eigene Stärken und Schwächen, Umgang mit Macht
8. Die menschliche Komponente im Change-Management-Prozess: Einbindung der Mitarbeitenden, Gefühle und Veränderungsdynamik, Vertrauen, Umgang mit Angst, Widerständen, Konfliktdiagnostik und „prävention, Konfliktlösungsstrategien
9. Tools: Methoden und Instrumente nachhaltiger Veränderung (Steuerungsstrategien, Kommunikationsstrategien, Informations- und Motivationsstrategien und ihre jeweiligen Instrumente)

Prüfungsform:

Die konkreten Prüfungsmodalitäten entnehmen Sie bitte dem Prüfungsschema, welches vom Dozenten innerhalb der ersten beiden Vorlesungswochen bereit gestellt wird. (0%)

Zusätzliche Regelungen:

Anfertigung und Präsentation einer Belegarbeit zu einem Themenbereich der Lehrveranstaltung.

Change Management (Management I)

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
Deutinger, G. (2013): Kommunikation im Change - Erfolgreich kommunizieren in Veränderungsprozessen, Springer Gabler, Wiesbaden Doppler, K./Lauterburg, C. (2010): Change-Management: Den Unternehmenswandel gestalten, 10. aktualisierte und erw. Aufl., Campus- Verlag, Frankfurt/Main Weinert, A.(2004): Organisations- und Personalpsychologie, 6. Aufl., Beltz, Weinheim von Rosenstiel, L. (2011): Grundlagen der Organisationspsychologie. Basiswissen und Anwendungshinweise, 7. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart Vahs, D. (2015): Organisation: ein Lehr- und Managementbuch, 9. Aufl. Schäffer-Poeschel, Stuttgart Stolzenberg, K., Heberle, K. (2013): Change Management: Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten - Mitarbeiter mobilisieren. Vision, Kommunikation, Beteiligung, Qualifizierung, 3. Aufl., Springer, Berlin, Heidelberg Schein E. H (2008): Führung und Veränderungsmanagement: Persönlichkeit als Motor von Organisationskultur und Organisationstransformation, Edition Humanistische Psychologie, Bergisch Gladbach Lauer, T. (2010): Change Management - Grundlagen und Erfolgsfaktoren. Springer Verlag, Heidelberg Rank S./Scheinpflug R. (2010): Change-Management in der Praxis: Beispiele, Methoden, Instrumente, 2. Aufl. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co, Berlin Kotter, J.P. (2008). Harvard-Business-Manager: Das Wissen der Besten. Das Unternehmen erfolgreich erneuern. Manager-Magazin-Verl.-Ges., Hamburg Doppler, K., Fuhrmann H., Lebbe- Waschke, B., Voigt, B.(2013): Unternehmenswandel gegen Widerstände: Change Management mit den Menschen, 3. Aufl., Campus-Verlag, Frankfurt/Main Schreyögg G. / Conrad, P. (2000): Organisatorischer Wandel und Transformation. Gabler Verlag, Wiesbaden

Dienstleistungsmanagement (Management II)

Modul: Dienstleistungsmanagement (Management II)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Markus Karp	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2017-08-04
Empfohlene Voraussetzungen: Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	60.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	30.0
Gesamt:	150

Dienstleistungsmanagement (Management II)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen betriebswirtschaftlich relevante Besonderheiten der Dienstleistung, • Dimensionen der Dienstleistung, • konkrete Herausforderungen im Management von Dienstleistungen (Auslastungsproblematik, Integration des externen Faktors) 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Sie erwerben die Fähigkeiten Dienstleistungskonzepte zu entwickeln und zu vermarkten, • Servicebereiche wirtschaftlich erfolgreich zu steuern, • Servicemitarbeiter zielorientiert zu führen. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, in Teamarbeit verschiedene Perspektiven eines Problems zu beleuchten und Vorschläge zu entwickeln. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, selbständig zu recherchieren und zu analysieren. 	

Dienstleistungsmanagement (Management II)

Inhalt:

1. Grundlagen
 - 1.1. Industrie- oder Dienstleistungsgesellschaft?
 - 1.2. Begriffsabgrenzungen und Besonderheiten
 - 1.3. Ergebnis-, Prozess- und Potenzialdimension
2. Kapazität und Kostenproblematik
 - 2.1. Kosten der Betriebsbereithaltung
 - 2.2. Saisonalitätsprobleme
 - 2.3. Möglichkeiten der Kapazitätssteuerung
3. Serviceprozesse gestalten
 - 3.1. Service Design
 - 3.2. Kundenintegration
 - 3.3. Prozessoptimierung
4. Preisstrategien im Service
 - 4.1. Produkt- und Preisdifferenzierung
 - 4.2. Innovative Preispolitik
 - 4.3. Service Level Agreements
 - 4.4. Yield Management
5. Qualitätsmanagement in der Dienstleistung
 - 5.1. Servicequalität und Kundenorientierung
 - 5.2. Das Lücken-Modell der Qualitätspolitik
 - 5.3. Servicequalität messen und steuern
 - 5.4. Qualitätsmanagement-Werkzeuge
6. Aktuelle Probleme des Dienstleistungsmanagements
 - 6.1. Servicemitarbeiter führen und motivieren
 - 6.2. Öffentliche Dienstleistungen
 - 6.3. Import und Export von Dienstleistungen
 - 6.4. Dienstleistung und Innovation
7. Zusammenfassung / Prüfungsvorbereitung

Dienstleistungsmanagement (Management II)

Prüfungsform:
Klausur (0%)
Zusätzliche Regelungen: in Fallstudienform

Pflichtliteratur:
Biermann, T. (2007). <i>Kompakt-Training Dienstleistungsmanagement</i> . Ludwigshafen (Rhein): Kiehl.
Empfohlene Literatur:
Biermann, T. (1997). <i>Dienstleister müssen besser werden</i> . in Harvard Business Manager 2. Bruhn, M. (2000). <i>Dienstleistungsqualität</i> . Wiesbaden: Gabler. Haller, S. (2012). <i>Dienstleistungsmanagement</i> . Wiesbaden: Springer Gabler. Lovelock, C. (1992). <i>Managing services</i> . London u.a.: Prentice-Hall Internat.. Bruhn, M. & Meffert, H. (2012). <i>Handbuch Dienstleistungsmarketing</i> . Wiesbaden: Gabler.

Innovationen in der Wissensgesellschaft (Management II)

Modul: Innovationen in der Wissensgesellschaft (Management II)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof.Dr.rer.pol.habil. Iciar Dominguez Lacasa	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-03-23
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	50.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	10.0
Gesamt:	150

Innovationen in der Wissensgesellschaft (Management II)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierende können Kernelemente und Grundphänomene einer Wissensökonomie wiedergeben. • Studierende verstehen die Rolle von Wissen und Innovation für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. • Studierende verstehen die Rolle von Wissen und Innovation für die wirtschaftliche Entwicklung von Regionen und Ländern. • Die Studierende kennen Indikatoren für die Analyse von Innovationsprozessen in Unternehmen, Regionen und Ländern. 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind in der Lage, wirtschaftswissenschaftliche Daten und Informationen in öffentlich zugänglichen Datenbanken und Publikationen zu recherchieren und zusammenzufassen. • Studierende analysieren Innovationsstrategien von Unternehmen in wissensintensiven Sektoren (Fallbeispielanalyse). • Studierende analysieren den Wandel von Regionen und Ländern in ihrer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung (Fallbeispielanalyse). • Studierende sind in der Lage, eine kurze schriftliche Arbeit zu verfassen (oder alternativ ein Poster zu erstellen) zu einer vorgegebenen Fragestellung. 	40%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	

Innovationen in der Wissensgesellschaft (Management II)

Inhalt:

1. Wissensgesellschaft und Wissensökonomie: Einführung und Grundlagen
2. Innovationssysteme
3. Unternehmens Ecosysteme
4. Innovationsindikatoren für Unternehmen, Regionen und Länder
5. Analyse von Regionen und Ländern im Wandel zu einer Wissensgesellschaft (Fallbeispiele)
6. Analyse von Unternehmensstrategien in wissensintensiven Sektoren (Fallbeispiele)

Prüfungsform:

Die konkreten Prüfungsmodalitäten entnehmen Sie bitte dem Prüfungsschema, welches vom Dozenten innerhalb der ersten beiden Vorlesungswochen bereit gestellt wird. (100%)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

The Oxford Handbook of Innovation (Oxford Handbooks) von Jan Fagerberg

The Oxford Handbook of Innovation Management (Oxford Handbooks) von Mark Dodgson

Fallstudien zum Technologie- & Innovationsmanagement : Praxisfälle zur Wissensvertiefung (2019) Abele, Thomas [Herausgeber] Wiesbaden : Springer Gabler

Jahresabschlussanalyse (Management I)

Modul: Jahresabschlussanalyse (Management I)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Stefanie Kunze	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2017-08-04
Empfohlene Voraussetzungen: Grundlagen der Bilanzierung, der Finanzmathematik und der Investitionsrechnungen		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Jahresabschlussanalyse (Management I)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Theorie zum Jahresabschluss • Teilbereiche der Bilanzanalysen (Horizontalstrukturanalysen, Erfolgsanalysen, Kapitalflussrechnungen) • Erstellung von Bilanzanalysen mittels originäre Daten aus Konzernabschlüssen 	50%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Sie erwerben die Fähigkeiten wie Unternehmen zu analysieren sind und welche Folgerungen sich aus der Analyse für den Zustand des Unternehmens ableiten lassen. 	30%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage Übungsaufgaben verantwortlich zu bewältigen und ihre Lösungen argumentativ zu vertreten. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können sich Lernziele selbst setzen. • Sie können ihren Lernprozess planen und kontinuierlich umsetzen. 	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Überblick zu den Grundlagen eines Jahresabschlusses/Konzernabschlusses: Ziele, Bestandteile, Datenauswahl Konzernabschluss. 2. Übersicht der Bestandteile von Bilanzanalysen. 3. Bilanzanalysen mit originären Daten ausgewählter Konzerne DAX 30: (u.a. Daimler, Siemens, ThyssenKrupp, Bayer, BASF, RWE). <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Analyse der Fristigkeitsstruktur/Statische Liquidität. 3.2. Analyse der Kapitalstruktur. 3.3. Strukturelle Erfolgsanalyse: Aufwands- und Ertragsstruktur. 3.4. Rentabilitätsanalyse. 3.5. Analyse der Kapitalflussrechnung/Dynamische Liquidität. 3.6. Analyse Gewinn je Aktie. 4. Grundlagen der Unternehmensbewertung: Substanzwertverfahren, Ertragswertverfahren, DCF.

Jahresabschlussanalyse (Management I)

Prüfungsform:
Klausur (0%)
Zusätzliche Regelungen: Die Klausur beinhaltet etwa 6 Aufgaben zu diesen Analysen, aber am Beispiel anderer Konzerne, mit Berechnungen und Wertungen.

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
Baetge, J. & Kirsch, . & Thiele, S. (2008). <i>Bilanzanalyse</i> . IDW. Küting, K. & Weber, C. (2004). <i>Bilanzanalyse, 2.Aufl.</i> . Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Coenenberg, A. & Haller, A. & Schultze, W. (2016). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</i> . Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

Kollektives Arbeitsrecht (Management I)

Modul: Kollektives Arbeitsrecht (Management I)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. iur. Peter Hantel	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-03-18
Empfohlene Voraussetzungen: Grundlagen des Arbeitsrechts sowie des Handels- und Gesellschaftsrechts		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	63.5
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	1.5
Gesamt:	125

Kollektives Arbeitsrecht (Management I)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden mit den juristischen Grundlagen des kollektiven Arbeitsrechts vertraut zu machen. Sie sollen in der Lage sein, durch Quellenstudium alltägliche arbeitsrechtliche Probleme im Unternehmen selbständig zu lösen. 	25%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Anfertigen einfacher Schreiben im HR-Bereich, z. B. Mitteilungsschreiben an Betriebsräte, Anhörungsschreiben in Kündigungsangelegenheiten, Interessenausgleich und Betriebsvereinbarungen. 	25%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sollen mit der Denkweise der mit dem Arbeitsrecht befassten maßgeblichen Personen, insbesondere Arbeits- und Sozialrichter, Personalleiter, Betriebsräte und Gewerkschaftler, vertraut gemacht werden. 	50%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die arbeitsrechtlichen Probleme sollen unter Berücksichtigung der maßgebenden Gesetze und Rechtsprechung in Wort und Schrift gelöst werden. • Sprachliche Kompetenzen: Erlernen einzelner englischer Fachbegriffe im Arbeitsrecht in Ergänzung zu einem Praktikum, ggf. Auslandspraktikum. 	

Kollektives Arbeitsrecht (Management I)

Inhalt:

1. Wiederholung Individualarbeitsrecht
 - 1.1. Grundlagen
 - 1.1.1. Arbeitsrechtlicher und sozialrechtlicher Arbeitnehmerbegriff, Â§ 84 Abs. 1 Satz 2 HGB, Â§ 7 Abs. 1 SGB IV
 - 1.1.2. Abgrenzung zur freien Mitarbeit/Werkvertrag/Arbeitnehmerüberlassung
 - 1.2. Rechte und Pflichten im Arbeitsverhältnis
 - 1.2.1. Arbeitnehmerpflichten und -rechte
 - 1.2.2. Arbeitgeberpflichten und -rechte
 - 1.2.3. Fragen des Kündigungsschutzes und der Teilzeitbeschäftigung
2. Tarifvertragsrecht/Betriebsverfassungsrecht
 - 2.1. Allgemeine Ausführungen zum TVG
 - 2.2. Allgemeine Ausführungen zum AEntG
 - 2.3. Arbeitskämpfe (Streik, Aussperrung, atypische kollektive Maßnahmen)
 - 2.4. Verhältnismäßigkeits- und Haftungsfragen
 - 2.5. Europarechtliche Fragestellungen
3. Betriebsverfassungsrecht
 - 3.1. Allgemeine Aufgaben des Betriebsrates/Abgrenzung zum PersVG
 - 3.2. Allgemeine Mitbestimmungs- und Mitwirkungsrechte des Betriebsrates
 - 3.3. Mitbestimmung in sozialen, personellen und wirtschaftlichen Angelegenheiten
 - 3.4. Kosten der Betriebsratstätigkeit
 - 3.5. Europarechtliche Fragestellungen

Prüfungsform:

Klausur

Kollektives Arbeitsrecht (Management I)

Pflichtliteratur:
Vorlesungsunterlagen sowie Veröffentlichungen auf der Moodle-Plattform
Empfohlene Literatur:
Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, C.H. Beck Verlag, 17. Auflage Manfred Löwisch, Arbeitsrecht, Werner Verlag, 7. Auflage Hantel, Europäisches Arbeitsrecht, Springer Verlag, 2. Auflage, 2019

Marketingsimulation (Management II)

Modul: Marketingsimulation (Management II)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Dr. sc. Thomas Stürzer	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-07-15
Empfohlene Voraussetzungen: Grundlagen der ABWL , der Unternehmensführung und -finanzierung, des Marketing, der Materialwirtschaft, der Preiskalkulation, des Controlling		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	58.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Marketingsimulation (Management II)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben Kenntnisse zu den Grundlagen der Unternehmensführung in Verbindung mit der Nutzung von Simulationstechniken (Planspiele) mit dem Schwerpunkt Marketing, • der Bedeutung des vernetzten Denkens beim Treffen von Unternehmensentscheidungen dem Aspekt der Berücksichtigung aller relevanten Marketingaktivitäten, • der Entwicklung sowie Umsetzung von Marketingstrategien, • dem ganzheitlichen Treffen von operativen Entscheidungen zur erfolgreichen Marktpositionierung des virtuellen Unternehmens, • der Auswertung von Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnungen sowie weiterer Geschäfts- und vorrangig Marketingberichte 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben Fertigkeiten zur Analyse und Prognose von Faktoren und Kenndaten zur Unternehmensentwicklung infolge von Marketingentscheidungen, • zur Selbstmotivation und kreativen Anwendung neuen betriebswirtschaftlichen Wissens im Rahmen des Teamworking in simulierten Geschäftsführungsteams, • zur ganzheitlichen Gestaltung der Marketingleitung anhand der Führung eines virtuellen Konsumgüterunternehmens. 	40%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden arbeiten eigenverantwortlich in Teams, • gehen vorausschauend sowie anleitend/führend mit entstehenden Problemen innerhalb der Teamarbeit um, • können komplexe fachbezogene Anforderungen sowie Lösungen kommunizieren, argumentativ vertreten und gemeinsam weiterentwickeln. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden definieren, reflektieren, präsentieren und bewerten selbständig Ziele sowie Anforderungen der kontextbezogenen Simulationsprozesse, • gestalten eigenständig und nachhaltig ihre Selbststudienprozesse durch effizientes Zeitmanagement. 	

Marketingsimulation (Management II)

Inhalt:

1. Management von Unternehmen unter sich verändernden Markt- und Wettbewerbsbedingungen im Rahmen einer Unternehmenssimulation durch die Übernahme sowie Ausführung der Marketingleitung
2. Denk- und Arbeitsweisen von Führungskräften und Typisierung von Managerrollen
3. Analyse von Unternehmenskennzahlen, Bilanzen, Gewinnrechnungen und weiteren Geschäfts- sowie Marktberichten
4. Erarbeitung von Marketingstrategien
5. Operative Steuerung des Unternehmens in den Bereichen
 - 5.1. Produktpolitik
 - 5.2. Marketing
 - 5.3. Preiskalkulation
 - 5.4. Personal- und Materialdisposition
 - 5.5. Investition/Finanzierung
6. Auswertung und Präsentation von Marketinggeschäftsdaten
7. Bewältigung von emotional psychologischen Situationen

Prüfungsform:

Die konkreten Prüfungsmodalitäten entnehmen Sie bitte dem Prüfungsschema, welches vom Dozenten innerhalb der ersten beiden Vorlesungswochen bereit gestellt wird. (100%)

Zusätzliche Regelungen:

Bewertung der Planspielergebnisse und Präsentation

Pflichtliteratur:

Teilnehmerhandbuch zur Unternehmenssimulation TOPSIM-MARKETING
HandSim-Planspielunterlagen.

Empfohlene Literatur:

Dillerup, R. & Stoi, R. (2011). *Unternehmensführung*. München: Vahlen.

Hopfenbeck, W. (2002). *Allgemeine Betriebswirtschafts- und Managementlehre*. München: Redline Wirtschaft bei Verl. Moderne Industrie.

Stürzer, T. (2014). *HandSim2: in Planspiele in der beruflichen Bildung BIBB*. Bielefeld.

Marketingstrategien (Management II)

Modul: Marketingstrategien (Management II)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Frank Sistenich	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-04-05
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen und Notwendigkeit der strategischen, langfristigen Marketing-Planung. 	20%

Marketingstrategien (Management II)

Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none">• Sie erwerben die Fähigkeiten die verschiedenen Methoden der strategischen Marketingplanung anzuwenden und auf einander abzustimmen,• in Führungspositionen, besonders des mittleren Managements, Marketingabteilungen zu leiten.	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none">• In Kleingruppenarbeit und Präsentationen erlangen die Studierenden Teamfähigkeit und Durchsetzungsvermögen.	40%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden können sich selbst organisieren.	

Inhalt:

1. Herausforderungen an eine moderne, marktorientierte Unternehmensführung
 - 1.1. politisch-gesellschaftlich
 - 1.2. ökologisch
 - 1.3. technologisch
 - 1.4. ökonomisch
2. Trends im Verhalten der Marktteilnehmer
 - 2.1. Trends im Wettbewerbsverhalten
 - 2.2. Trends im Handelsverhalten
 - 2.3. Trends im Konsumverhalten
3. Aufgaben und Prozess der strategischen Marketing-Planung
 - 3.1. Systematisierung von Marketing-Zielen
 - 3.2. Marketing-Planung als iterativer und dynamischer Umsetzungsprozess
 - 3.3. Strategische Planung als Bindeglied zwischen Strategischer Unternehmensplanung und operativer Marketing-Planung
4. Methoden und Techniken der strategischen Marketing-Planung
 - 4.1. Bestimmung von unternehmerischen Betätigungsfeldern
 - 4.2. SWOT Analyse
 - 4.3. Lebenszyklusanalyse
 - 4.4. Erfahrungskurvenanalyse

Marketingstrategien (Management II)

- 4.5. Portfolio-Analyse
- 5. Instrumente des Marketing-Managements
 - 5.1. Marktidentifikationsstrategien
 - 5.2. Marktdifferenzierungsstrategien
 - 5.3. Massenmarktstrategien
 - 5.4. Marktstimulierungsstrategien
- 6. Strategieausrichtung nach den Marktteilnehmern
 - 6.1. Abnehmergerichtete Strategien
 - 6.2. Konkurrenzgerichtete Strategien
 - 6.3. Absatzmittlergerichtete Strategien
 - 6.4. Anspruchsgruppengerichtete Strategien
- 7. Strategieausrichtung nach dem Zeitpunkt
 - 7.1. Markteintrittsstrategien
 - 7.2. Marktaustrittsstrategien
 - 7.3. Markteintrittsbarrieren
 - 7.4. Marktaustrittsbarrieren

Prüfungsform:

Die konkreten Prüfungsmodalitäten entnehmen Sie bitte dem Prüfungsschema, welches vom Dozenten innerhalb der ersten beiden Vorlesungswochen bereit gestellt wird. (100%)

Zusätzliche Regelungen:

in der Regel wird eine Projektarbeit oder/und eine Belegarbeit erwartet

Pflichtliteratur:

Meffert, H. Marketing-Management, Wiesbaden 2001

Kotler, P./Bliemel, F., Marketing-management, 11. Aufl., Stuttgart, 2003

Homburg, C./Krohmer, H., Marketing-management, 1. Aufl., Wiesbaden, 2003

Empfohlene Literatur:

Unternehmensgründung (Management I)

Modul: Unternehmensgründung (Management I)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-14
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	57.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	3.0
Gesamt:	150

Unternehmensgründung (Management I)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> 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. 	35%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden durchlaufen den Prozess der Entwicklung einer Geschäftsidee und eines Geschäftsmodells. Die Studierenden wenden ausgewählte Methoden der Ideengenerierung, Geschäftsmodellentwicklung und Businessplanung an. Die Studierenden arbeiten in Teams an Gründungsideen oder an Fallstudien. 	35%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Arbeit in Teams soll dazu führen, dass die Studierenden lernen sich in eine Gruppe zu integrieren. Dort sollen sie ihre Meinungen und Ansichten äußern und diese argumentativ vertreten. Sie haben die Probleme und Herausforderungen bei der Teamarbeit erfahren und gelernt mit unterschiedlichen Sichtweisen umzugehen und gewinnbringend zu nutzen. Durch das Vorstellen, die Visualisierung und Diskussion von erarbeiteten Ergebnissen entwickeln die Studierenden Kommunikationskompetenz. 	30%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Die selbstständige Arbeit an einer Gründungsidee oder an Fallstudien soll die Selbstreflektion der einzelnen Studierenden verstärken. Ziel ist es dabei, dass sie ihre Stärken und Schwächen identifizieren und ihre Ressourcen und Kompetenzen zielgerichtet einsetzen und weiterentwickeln. 	

Unternehmensgründung (Management I)

Inhalt:

1. Zentrale Begriffe und Definitionen in der Unternehmensgründung
2. Unternehmensgründung im internationalen Vergleich
3. Gründerpersönlichkeit und Gründerteam
4. Entwicklung einer Geschäftsidee
5. Geschäftsmodellentwicklung mit verschiedenen Instrumenten
6. Bedeutung, Rolle und Elemente des Businessplans
7. Überblick zu Instrumenten der Gründungsfinanzierung und Gründungsförderung

Prüfungsform:

Klausur (50%)
Projektarbeit (50%)

Pflichtliteratur:

Skript zur Vorlesung
Hoxtell, A., & Hasewinkel, V. (Eds.). (2020). Fallstudien zu Berliner Gründerpersönlichkeiten: Chancenâ€Risikenâ€Einflussfaktoren. Springer-Verlag.
Grichnik, D., & Gassmann, O. (2013). Das unternehmerische Unternehmen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Empfohlene Literatur:

Wirtschaftspolitik: Ausgewählte Themen (Management II)

Modul: Wirtschaftspolitik: Ausgewählte Themen (Management II)	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Christian Hederer	

Semester: 5	Semester Teilzeit: 11	Dauer: 1
SWS: 4.0	davon V/Ü/L/P: 2.0/2.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2019-01-15
Empfohlene Voraussetzungen: Grundkenntnisse in Mikro- und Makroökonomik		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	60.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	150

Wirtschaftspolitik: Ausgewählte Themen (Management II)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die wesentlichen Elemente und Probleme der (zu Beginn der Veranstaltung gemeinsam ausgewählten) Felder der Wirtschaftspolitik. Zur Wahl stehen insbesondere: • Internationale Handels- und Investitionspolitik â€¢ Ökonomie und Politik der Europäischen Wirtschafts- und Währungsunion â€¢ Standortpolitik, internationaler Standortwettbewerb, standortbasierte Ländervergleiche â€¢ Energie- und Klimapolitik â€¢ Steuerlehre und Steuerpolitik â€¢ Wirtschaftswachstum im globalen Vergleich; Entwicklungspolitik â€¢ "Varieties of capitalism": Marktwirtschafts- und Sozialsysteme im globalen Vergleich â€¢ Der Aufstieg Chinas und seine wirtschaftspolitischen Implikationen â€¢ Wirtschaftskrisen im historischen Vergleich und Lehren für die Gegenwart 	50%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Beurteilung wirtschaftspolitischer Strategien und Maßnahmen in Hinblick auf Zielerreichung und Zielkonflikte • Einschätzung wirtschaftspolitischer Strategien und Maßnahmen in Hinblick auf ihre Konsequenzen für einzelne Branchen und Unternehmen • Verständnis ökonomischer Fachliteratur und Studien im Überblick • Argumentation und Vertretung wirtschaftspolitischer Maßnahmevorschläge 	20%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung und Organisation von Gruppendiskussionen • (Kurz-)Präsentation von Rechercheergebnissen vor einer größeren Gruppe • Sachliche Diskussion und ggf. Kompromissfindung bez. verschiedener (wirtschafts)politischer Positionen 	30%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Durchführung eigenständiger Kurzrecherchen unter Zeitdruck; Präsentation der Ergebnisse • Eigenständige Ausarbeitung einer wissenschaftlichen Kurzanalyse eines spezifischen wirtschaftspolitischen Problems (Belegarbeit) 	

Inhalt:

1. Der Inhalt der Veranstaltung richtet sich nach den ausgewählten Teilgebieten (siehe oben). Es wird jeweils eine kurze ökonomisch-theoretische Einführung mit einer empirischen Bestandsaufnahme kombiniert.

Wirtschaftspolitik: Ausgewählte Themen (Management II)

Prüfungsform:
Die konkreten Prüfungsmodalitäten entnehmen Sie bitte dem Prüfungsschema, welches vom Dozenten innerhalb der ersten beiden Vorlesungswochen bereit gestellt wird. (100%)

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:

Bachelorarbeit

Modul: Bachelorarbeit	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ivonne Klipstein	

Semester: 6	Semester Teilzeit:	Dauer: 1
SWS: 0.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/0.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 12.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch, Englisch	Stand vom: 2021-05-07
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	0.0
Vor- und Nachbereitung:	360.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	360

Bachelorarbeit

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden • kennen den aktuellen Stand der theoretischen und methodischen Diskussionen des Faches. • kennen theoretische und methodische Zugänge für eine wissenschaftliche Arbeit. • vertiefen und verbreitern ihr bisher erworbenes Wissen im konkreten Themengebiet. 	35%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden • erarbeiten sich themenspezifisches Wissen zielgerichtet selbst und übertragen ihr Wissen auf die konkrete Problemstellung ihres Themas. • bearbeiten ein konkretes Thema umfassend, systematisch und lösungsorientiert. • entwickeln wissenschaftlich und gesellschaftlich relevante Schlussfolgerungen und identifizieren ggf. weiteren Forschungsbedarf. 	35%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden • können ihren Arbeitsstand und ihre Fragen dem Betreuer gegenüber konkret und verständlich vermitteln. 	30%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden • organisieren und gestalten einen wissenschaftlichen Arbeitsprozess für eine klar abgegrenzte Aufgabenstellung selbständig. • recherchieren ihre spezifischen Fragen anhand der maßgeblichen Primär- und Sekundärliteratur eigenständig. • reflektieren den eigenen Arbeitsstand kritisch. 	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none"> 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

Bachelorarbeit

Prüfungsform:
Schriftliche Arbeit (100%)

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:

Praktikum

Modul: Praktikum	
Studiengang: Betriebswirtschaft	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ivonne Klipstein	

Semester: 6	Semester Teilzeit: 12	Dauer: 1
SWS: 0.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/0.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 15.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch, Englisch	Stand vom: 2021-05-07
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	0.0
Vor- und Nachbereitung:	450.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	450

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Gewährung eines Einblicks in betriebliche Einzelaufgaben und in übergeordnete sachliche und organisatorische Zusammenhänge 	20%

Praktikum

Fertigkeiten • Erfahren des methodischen Vorgehens zur möglichst vollständiger Erfassung der Aufgabe und finden einer kosten- und termingerechten Lösung	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz • Unternehmen bestehen aus Menschen unterschiedlicher Eigenschaften und Aufgaben. Der Studierende soll lernen mit diesen Menschen konstruktiv im Sinne der Erfüllung einer übertragenen Aufgabe zusammenzuarbeiten.	40%
Selbstständigkeit • Der Studierende soll im Praktikum eine ihm übertragenen Aufgabe selbstständig bearbeiten. Dazu muss er mit anderen Menschen in dem Unternehmen zielgerichtet kommunizieren.	

Inhalt:

1. Die Studierenden sollen im Praktikum an die Tätigkeit der Betriebswirtin/des Betriebswirts durch konkrete Aufgabenstellung 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. Der Inhalt ergibt sich aus den Tätigkeiten in den verschiedenen Betriebsbereichen und den Möglichkeiten der Praxisstelle. Dabei sollen die fachlichen Neigungen und der Studiengang der Studentin/des Studenten berücksichtigt werden, insbesondere sollten sich die Tätigkeiten an den Inhalten des Studiums orientieren.

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (100%)

Zusätzliche Regelungen:

Zum Praktikum ist ein Praktikumsbericht anzufertigen.

Praktikum

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur: