



Studiengang
"Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021"
Bachelor of Arts

Modulkatalog



Inhaltsverzeichnis

Modulmatrix	5
1. Semester	8
Einführung in die BWL	8
Externes Rechnungswesen	12
Mathematik I	16
Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen	20
Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken	23
2. Semester	27
Einführung in die Volkswirtschaftslehre I	27
Kosten- und Leistungsrechnung	30
Mathematik II und Statistik I	34
Reflexion und Professionalisierung	38
Wirtschaftsenglisch I	42
3. Semester	44
Einführung in das Recht	44
Jahresabschluss und Betriebliche Steuern	47
Marketing	51
Produktion und Logistik	55
Projektmanagement	59
Wirtschaftsenglisch II	62
4. Semester	64
Einführung in der Volkswirtschaftslehre II	64
Investition und Finanzierung	67
Statistik II	71
Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme	74
5. Semester	77
Betriebliches Schnittstellenmanagement	77
Praxisarbeit	82
WPM I: Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	84
WPM I: Wirtschaftsinformatik III: Datenbanken	86
6. Semester	89
Teamentwicklung und Coaching I + II	89
Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen (Verkehrsplanung)	93
Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik (Human Resource Management)	96
Betriebliche Steuern I (FACT Mittelstand)	99
Data Mining and Analytics (Marketing & Human Resource Analytics)	103

Inhaltsverzeichnis

Datenverarbeitung und -visualisierung (Data Analytics)	106
Digitales Marketing I (Digital Marketing & Design)	110
Entrepreneurship (Innovation & Entrepreneurship)	115
Fallstudie - IT Consulting (Unternehmensberatung)	118
Human Resource Management (Human Resource Management)	121
Inferenzstatistik (Data Analytics)	124
Innovation in der Wissensgesellschaft (Innovation & Entrepreneurship)	127
International Accounting (FACT International)	130
International Trade: Economics, Politics, Law I (International Trade and Investment)	133
Investition und Finanzierung für KMU (FACT Mittelstand)	137
Kommunikationsdesign (Digital Marketing & Design)	140
Management Accounting (FACT International)	144
Managementsysteme (Unternehmensberatung)	148
Operations Research (Produktion & Logistik)	151
Produktionsmanagement und Optimierung (Produktion & Logistik)	154
The Law of International Business Transactions I (International Trade and Investment)	157
Verkehrsplangungsprojekt (Verkehrsplanung)	161
Webanalytics and eHRM I (Marketing & Human Resource Analytics)	164
7. Semester	168
Betriebliche Steuern II (FACT Mittelstand)	168
Consulting Management (Unternehmensberatung)	172
Controlling (FACT Mittelstand)	175
Corporate Finance (FACT International)	179
Digitales Marketing II (Digital Marketing & Design)	182
FACT-Project (FACT International)	186
Fallstudien der HRM (Human Resource Management)	189
Innovationsmanagement (Innovation & Entrepreneurship)	192
International Trade: Economics, Politics, Law II (International Trade and Investment)	195
Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten (Verkehrsplanung)	198
Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik)	201
Prädiktive Analysetechniken (Data Analytics)	205
Projekt - Data Analytics (Data Analytics)	208
Projekt im HRM (Human Resource Management)	211
Projekt Produktion und Logistik (Produktion & Logistik)	214
Projekt Wirtschaftsberatung (Unternehmensberatung)	217
Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Digitales Marketing & Design)	219

Inhaltsverzeichnis

Projektmodul - Webanalytics and eHRM (Marketing & Human Resource Analytics)	223
Startup Camp (Innovation & Entrepreneurship)	227
The Law of International Business Transactions II (International Trade and Investment)	230
Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt (Verkehrsplanung)	233
Webanalytics and eHRM II (Marketing & Human Resource Analytics)	236
8. Semester	241
Bachelorarbeit	241
Empirische Forschungsmethoden	244
Führung und Kommunikation	247

Modulmatrix

Module	Sem.	Art	V	Ü	L	P	ges.	PF	CP
Einführung in die BWL	1	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	FMP	5.0
Externes Rechnungswesen	1	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	FMP	5.0
Mathematik I	1	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	KMP	5.0
Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen	1	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	FMP	5.0
Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken	1	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
Einführung in die Volkswirtschaftslehre I	2	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
Kosten- und Leistungsrechnung	2	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	FMP	5.0
Mathematik II und Statistik I	2	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	KMP	5.0
Reflexion und Professionalisierung	2	PM	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	SMP	2.0
Wirtschaftsenglisch I	2	PM	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	SMP	3.0
Einführung in das Recht	3	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	FMP	5.0
Jahresabschluss und Betriebliche Steuern	3	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
Marketing	3	PM	13.0	12.0	0.0	0.0	25.0	FMP	3.0
Produktion und Logistik	3	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	FMP	5.0
Projektmanagement	3	PM	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	SMP	2.0
Wirtschaftsenglisch II	3	PM	0.0	45.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
Einführung in der Volkswirtschaftslehre II	4	PM	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	SMP	2.0
Investition und Finanzierung	4	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
Statistik II	4	PM	13.0	12.0	0.0	0.0	25.0	SMP	3.0
Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme	4	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	KMP	5.0
Betriebliches Schnittstellenmanagement	5	PM	23.0	22.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
Praxisarbeit	5	PM	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	SMP	15.0
WPM I: Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	5	WPM	22.0	23.0	0.0	0.0	45.0	FMP	5.0
WPM I: Wirtschaftsinformatik III: Datenbanken	5	WPM	45.0	0.0	0.0	0.0	45.0	FMP	5.0
Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen (Verkehrsplanung)	6	WPM	30.0	30.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik (Human Resource Management)	6	WPM	22.0	23.0	0.0	0.0	45.0	FMP	5.0
Betriebliche Steuern I (FACT Mittelstand)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Data Mining and Analytics (Marketing & Human Resource Analytics)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Datenverarbeitung und -visualisierung (Data Analytics)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Digitales Marketing I (Digital Marketing & Design)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	KMP	5.0
Entrepreneurship (Innovation & Entrepreneurship)	6	WPM	0.0	45.0	0.0	0.0	45.0	KMP	5.0
Fallstudie - IT Consulting (Unternehmensberatung)	6	WPM	30.0	0.0	30.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Human Resource Management (Human Resource Management)	6	WPM	22.0	23.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
Inferenzstatistik (Data Analytics)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	KMP	5.0
Innovation in der Wissensgesellschaft (Innovation & Entrepreneurship)	6	WPM	0.0	45.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
International Accounting (FACT International)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
International Trade: Economics, Politics, Law I (International Trade and Investment)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	FMP	5.0

Modulmatrix

Module	Sem.	Art	V	Ü	L	P	ges.	PF	CP
Investition und Finanzierung für KMU (FACT Mittelstand)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Kommunikationsdesign (Digital Marketing & Design)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Management Accounting (FACT International)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Managementsysteme (Unternehmensberatung)	6	WPM	30.0	0.0	30.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Operations Research (Produktion & Logistik)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	FMP	5.0
Produktionsmanagement und Optimierung (Produktion & Logistik)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Teamentwicklung und Coaching I + II (*)	6	PM	45.0	0.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
The Law of International Business Transactions I (International Trade and Investment)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	FMP	5.0
Verkehrsplangungsprojekt (Verkehrsplanung)	6	WPM	15.0	0.0	0.0	45.0	60.0	SMP	5.0
Webanalytics and eHRM I (Marketing & Human Resource Analytics)	6	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	KMP	5.0
Betriebliche Steuern II (FACT Mittelstand)	7	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Consulting Management (Unternehmensberatung)	7	WPM	30.0	0.0	30.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Controlling (FACT Mittelstand)	7	WPM	30.0	30.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Corporate Finance (FACT International)	7	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Digitales Marketing II (Digital Marketing & Design)	7	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
FACT-Project (FACT International)	7	WPM	0.0	0.0	0.0	60.0	60.0	SMP	5.0
Fallstudien der HRM (Human Resource Management)	7	WPM	0.0	45.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
Innovationsmanagement (Innovation & Entrepreneurship)	7	WPM	0.0	45.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0
International Trade: Economics, Politics, Law II (International Trade and Investment)	7	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten (Verkehrsplanung)	7	WPM	30.0	0.0	30.0	0.0	60.0	FMP	5.0
Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik)	7	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Projekt - Data Analytics (Data Analytics)	7	WPM	0.0	0.0	0.0	60.0	60.0	SMP	5.0
Projekt Produktion und Logistik (Produktion & Logistik)	7	WPM	0.0	0.0	0.0	60.0	60.0	SMP	5.0
Projekt Wirtschaftsberatung (Unternehmensberatung)	7	WPM	0.0	0.0	0.0	60.0	60.0	SMP	5.0
Projekt im HRM (Human Resource Management)	7	WPM	0.0	0.0	0.0	45.0	45.0	SMP	5.0
Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Digitales Marketing & Design)	7	WPM	0.0	0.0	0.0	60.0	60.0	SMP	5.0
Projektmodul - Webanalytics and eHRM (Marketing & Human Resource Analytics)	7	WPM	0.0	0.0	0.0	60.0	60.0	SMP	5.0
Prädiktive Analysetechniken (Data Analytics)	7	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Startup Camp (Innovation & Entrepreneurship)	7	WPM	0.0	0.0	0.0	45.0	45.0	SMP	5.0
The Law of International Business Transactions II (International Trade and Investment)	7	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt (Verkehrsplanung)	7	WPM	60.0	0.0	0.0	0.0	60.0	FMP	5.0
Webanalytics and eHRM II (Marketing & Human Resource Analytics)	7	WPM	0.0	60.0	0.0	0.0	60.0	SMP	5.0
Bachelorarbeit	8	PM	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	SMP	12.0
Empirische Forschungsmethoden	8	PM	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	SMP	3.0
Führung und Kommunikation	8	PM	45.0	0.0	0.0	0.0	45.0	SMP	5.0

Modulmatrix

Summe der Semesterwochenstunden			829	2091	120	495	3535		
Summe der zu erreichende CP aus WPM									50
Summe der CP aus PM									130
Gesamtsumme CP									180

V - Vorlesung

Ü - Übung

L - Labor

P - Projekt

* Modul erstreckt sich über mehrere Semester

PF - Prüfungsform

CP - Credit Points

PM - Pflichtmodul

WPM - Wahlpflichtmodul

FMP - Feste Modulprüfung

SMP - Studienbegleitende Modulprüfung

KMP - Kombinierte Modulprüfung

Einführung in die BWL

Modul: Einführung in die BWL	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Marc Roedenbeck, Prof. Dr. rer. pol. Markus Karp, M. Sc. Marcel Herold & Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 1	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-05-21
Pflicht Voraussetzungen: -		
Empfohlene Voraussetzungen: -		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Dieses Modul besteht aus zwei Teilen. Im ersten Teil des Moduls steht die Einführung in die Allgemeine BWL im Vordergrund, während im zweiten Teil insbesondere Grundlagen des Managements und der Unternehmensführung vermittelt werden.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	103.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Einführung in die BWL

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die Funktionsbereiche eines Unternehmens und deren Wirkungszusammenhänge. • Die Studierenden kennen unterschiedliche Unternehmenstypen und sind mit dem Unternehmenszyklus vertraut. • Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen und Anwendungsfelder des Managements (u.a. soziale Verantwortung, Entscheidung, Planung, Strategisches Management, Controlling, Organisation, Personal) identifizieren und darstellen. • Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen und Anwendungsfelder der Organisationssoziologie (u.a. Gruppen, Individuen, Kommunikation, Motivation) identifizieren und darstellen. 	60%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können zentrale betriebswirtschaftliche Begriffe korrekt anwenden und in Zusammenhang bringen. • Die Studierenden erwerben die Fähigkeiten betriebswirtschaftliche Fragestellungen mit Hilfe geeigneter Methoden zu beschreiben und zu analysieren, • Die Studierenden können inhaltliche und kritische Fragen zum Grundlagenwissen des Managements und der Organisationssoziologie formulieren. • Die Studierenden können praktische Fallaufgaben des Managements und der Organisationssoziologie klassifizieren, Lösungen entwerfen und Ergebnisse beurteilen. 	30%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren. • Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist. Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen. 	10%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können sowohl eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch hinterfragen. • Studierende können in unterschiedlichen Situationen angemessene Entscheidungen treffen. • Studierende können unter Zeitdruck Lösungen erarbeiten. 	

Einführung in die BWL

Inhalt:

1. TEIL I: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
 - 1.1. Grundlegende Entwicklungsphasen der Betriebswirtschaftslehre
 - 1.2. Unternehmenszyklus: Unternehmensgründung, Wachstum, Exit und Liquidation
 - 1.3. Startups, KMU, Big Player und die Unternehmensumwelt
 - 1.4. Funktionsbereiche des Unternehmens im Überblick
 - 1.4.1. Unternehmensführung
 - 1.4.2. Controlling
 - 1.4.3. Personalmanagement
 - 1.4.4. Innovationsmanagement / Forschung und Entwicklung
 - 1.4.5. Beschaffung
 - 1.4.6. Logistik
 - 1.4.7. Produktionsmanagement
 - 1.4.8. Marketing
 - 1.4.9. Rechnungswesen und Finanzen
2. TEIL II: Grundlagen des Managements
 - 2.1. Management
 - 2.1.1. Soziale Verantwortung
 - 2.1.2. Entscheidung
 - 2.1.3. Planung
 - 2.2. Strategisches Management
 - 2.3. Personal
 - 2.3.1. Gruppe
 - 2.3.2. Individuum
 - 2.3.3. Kommunikation
 - 2.3.4. Motivation

Prüfungsform:

Klausur

Einführung in die BWL

Pflichtliteratur:
Vahs, D., & Schäfer-Kunz, J. (2015). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel. Robbins, Coulter & Fischer: Management; Pearson Verlag. 12. Auflage 2014
Empfohlene Literatur:
Wöhe, G. & Döring, U. (2008). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Vahlen. Brockhoff, K. (2002). Geschichte der Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: Gabler. Olfert, Klaus: Personalwirtschaft; Kiehl Verlag; 16. Auflage 2015 Olfert, Klaus: Organisation; Kiehl Verlag; 17. Auflage 2015

Externes Rechnungswesen

Modul: Externes Rechnungswesen	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. oec. Stephan Teichmann	

Semester: 1	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-05-07
Empfohlene Voraussetzungen: ---		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	135

Externes Rechnungswesen

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen die Aufgaben, Organisation und Grundbegriffe des externen Rechnungswesens, • Die Studierenden kennen und verstehen das System der doppelten Buchhaltung sowie ausgewählte Inhalte des Jahresabschlusses und welche Regeln bei seiner Erstellung zu beachten sind, • Die Studierenden kennen und verstehen die Erfolgsbuchung bei ausgewählten Rechtsformen sowie die organisatorische Grundlagen der Buchhaltung 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Sie erwerben die Fähigkeiten auf der Basis der Grundlagen laufende Geschäftsvorfälle im Handels- und Industriebetrieb zu buchen, formale und materielle Abschlussbuchungen durchzuführen. 	40%
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 Probleme aus der Finanzbuchhaltung eigenständig analysieren und bewerten sowie lösen. 	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Finanzbuchhaltung als Teil des Rechnungswesens <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Begriff und Teilbereiche des Rechnungswesens 1.2. Aufgaben und Inhalt der Finanzbuchhaltung 2. Grundlagen der Buchhaltung <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Gesetzliche Grundlagen 2.2. Inventur und Inventar 2.3. Bilanz 2.4. Distanzrechnung 3. Technik der Buchhaltung <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Erfolgsneutrale Buchungsvorgänge 3.2. Erfolgswirksame Buchungsvorgänge

Externes Rechnungswesen

- 3.3. Eigenkapitalkonto und Privatkonto
- 4. Buchung laufender Geschäftsvorfälle im Handel
 - 4.1. Warenbuchung mit Umsatzsteuer
 - 4.2. Buchung des Zahlungsverkehrs
 - 4.3. Buchung des Personalaufwands
- 5. Buchung laufender Geschäftsvorfälle im Industriebetrieb
 - 5.1. Erfolgswirkungen der Produktion
 - 5.2. Buchung des Werkstoffverbrauchs
 - 5.3. Buchung der Bestandsveränderungen an Halb- und Fertigfabrikaten
 - 5.4. Gesamt- und Umsatzkostenverfahren
- 6. Der Jahresabschluss in der Buchhaltung
 - 6.1. Periodengerechte Gewinnermittlung
 - 6.2. Buchung der Abschreibungen auf Sachanlagen
 - 6.3. Buchung der Abschreibungen auf Forderungen
 - 6.4. Buchung der Zuschreibungen
 - 6.5. Buchung der Rechnungsabgrenzungsposten
 - 6.6. Buchung von Rückstellungen
 - 6.7. Entwicklung des Jahresabschlusses aus der Hauptabschlussübersicht
- 7. Erfolgsbuchung bei ausgewählten Rechtsformen
 - 7.1. Erfolgsbuchung bei Einzelunternehmen
 - 7.2. Erfolgsbuchung bei Personengesellschaften
 - 7.3. Erfolgsbuchung bei Kapitalgesellschaften
- 8. Organisation der Buchhaltung
- 9. Digitalisierung in der Buchhaltung

Prüfungsform:

Klausur

Externes Rechnungswesen

Pflichtliteratur:
Skript zur Lehrveranstaltung Döring, U. & Buchholz, R. (2018): Buchhaltung und Jahresabschluss. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
Empfohlene Literatur:

Mathematik I

Modul: Mathematik I	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Ronny Freier	

Semester: 1	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-08-30
Empfohlene Voraussetzungen: Gefestigter Umgang mit grundlegenden Rechentechniken, besonders Termumformungen mit Brüchen, Potenzen, Wurzeln und Gleichungen auf Oberstufenniveau. Empfohlen wird der Besuch eines Brückenkurses Mathematik.		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	78.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	125

Mathematik I

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none">• Sie können verschiedene (Un-) Gleichungstypen voneinander abgrenzen und entsprechende Lösungsmethoden zuordnen.• So können die Studierenden Grundlegendes wie Mengen und Mengenoperationen darlegen und gängige Zahlenmengen unterscheiden.• Die Studierenden kennen die für ein Studium der Betriebswirtschaftslehre wichtigen Begriffe und Methoden der Analysis und können diese erklären.• Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche Folgen- und Summentypen im Kontext einfacher mathematischer und anwendungsorientierter Fragestellungen einzuordnen.• Sie können wichtige Funktionen klassifizieren und deren Eigenschaften erklären.• Sie kennen die wichtigsten Sätze und Regeln der Differentialrechnung.• Die Studierenden sind mit multivariaten Funktionen vertraut und können hier Wertetabellen, Höhenlinien und Schnitte bestimmen.	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden können mit gebräuchlichen Methoden der Analysis umgehen. Sie können im Umfeld der Analysis anzuesiedelnde einfachere wirtschaftliche Fragestellungen als mathematische Probleme erkennen und ggf. unter Anleitung formulieren, sie können solche Probleme lösen und die berechneten Ergebnisse im vorgegebenen Rahmen sachbezogen interpretieren.• Die Studierenden sind in der Lage, Mengen korrekt zu definieren und zu verknüpfen.• Sie können unterschiedliche Typen von Gleichungen und Ungleichungen lösen und die Ergebnisse verifizieren. Sie können notwendige einfache Fallunterscheidungen durchführen.• Sie können Funktionen analysieren und differenzieren, Kurvendiskussionen durchführen und Extremwertprobleme lösen.	40%

Mathematik I

Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none">Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und in der Unterrichtsdiskussion mathematische Inhalte adäquat zu kommunizieren. Sie können Aufgabenstellungen im Team diskutieren und lösen. Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren und auf Nachfragen angemessen reagieren.	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none">Die Studierenden sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese zu realisieren. Sie können die eigenen Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen vergleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten wie z.B. Lernberatung nachfragen.	

Inhalt:

1. Mengenlehre (Mengen und Teilmengen, spezielle Zahlenmengen, Mengenoperationen)
2. Gleichungen und Ungleichungen (Verschiedene Methoden zum Auflösen unterschiedlicher Gleichungstypen wie Nullstellen von Polynomen, Bruch-, Wurzel-, Exponential- und Logarithmusgleichungen, Auflösen von Ungleichungen, Fallunterscheidungen (zwei Fälle) zum Auflösen von Bruchungleichungen und/oder Betrags(un)gleichungen)
3. Reellwertige Funktionen mit einer Variablen (Definition und Darstellungsformen von Funktionen, grundlegende Eigenschaften wie Stetigkeit, Symmetrie, Monotonie und Umkehrbarkeit anhand von Beispielen, Eigenschaften ausgewählter Grundfunktionen, Beispiele zur Modellierung ökonomischer Zusammenhänge)
4. Differentialrechnung für reelle Funktionen mit einer Variablen (Ableitungsbegriff, geometrische und ökonomische Interpretationen der Ableitungen, Differentiationsregeln, Kurvendiskussion, Extremwertaufgaben)
5. Multivariate Funktionen (Definition, Wertetabellen, Höhenlinien, Schnitte, Konzept der partiellen Ableitungen)

Prüfungsform:

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

Mathematik I

Pflichtliteratur:
Haack, B., Tippe, U., Stobernack, M., & Wendler, T. (2016). <i>Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Intuitiv und praxisnah</i> . Springer-Verlag.
Empfohlene Literatur:
Ohse, D. (2004). <i>Analysis [Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler/1.]</i> . München: Vahlen. Schwarze, J. (2015). <i>Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1 Grundlagen</i> . NWB-Verlag . Schwarze, J. (2011). <i>Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 2 Differential- und Integralrechnung</i> . NWB-Verlag . Tietze, J. (2013). <i>Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik</i> . Wiesbaden: Springer Spektrum.

Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen

Modul: Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Dipl.-Informatikerin Jacqueline Markwardt	

Semester: 1	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2020-04-29
Pflicht Voraussetzungen: ---		
Empfohlene Voraussetzungen: Keine		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	135

Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die für ein Studium der Betriebswirtschaftslehre wichtigen Begriffe und Methoden der Wirtschaftsinformatik und können diese erklären. • Sie können verschiedene, auch komplexere Unternehmenssoftwaresysteme voneinander abgrenzen. • Die Studierenden sind in der Lage, Hard- und Software im Kontext betriebswirtschaftlicher Fragestellungen einzuordnen. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können gebräuchliche PC-gestützte Office-Anwendungen sicher handhaben. • So können die Studierenden einfache Algorithmen und VBA-Makros in einem Tabellenkalkulationsprogramm darlegen und erstellen. • Sie können im Umfeld der Betriebswirtschaftslehre anzusiedelnde einfachere wirtschaftliche Anforderungen an Hard- und Software erkennen und formulieren. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und in der Unterrichtsdiskussion Inhalte der grundlegenden Konzepte der Wirtschaftsinformatik adäquat zu kommunizieren. Sie können Aufgabenstellungen im Team diskutieren und lösen. Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren und auf Nachfragen angemessen reagieren. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese zu realisieren. Sie können die eigenen Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen vergleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten wie z.B. Lernberatung nachfragen. 	

Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen

Inhalt:

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

Prüfungsform:

Klausur

Pflichtliteratur:

Vorlesungsunterlagen

Empfohlene Literatur:

wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Robert Hansen, H. & Neumann, G. (aktu). *Wirtschaftsinformatik 1*. UTB, Stuttgart.

Friedrich, C. *VBA mit Excel*. Galileo Press.

Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken

Modul: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Marc Roedenbeck & M. Sc. Marcel Herold	

Semester: 1	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-26
Pflicht Voraussetzungen: Keine		
Empfohlene Voraussetzungen: Keine		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	45.0
Projektarbeit:	45.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	135

Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen den Unterschied zw. Alltagsfragen und Forschungsfragen sowie Propositionen & Hypothesen • Die Studierenden können Quellen zur Literaturrecherche und gute sowie schlechte Literaturquellen benennen • Die Studierenden können eine Literatarbeit planen und Entscheidungen für eine Priorisierung treffen • Die Studierenden kennen den Unterschied zwischen qualitativer und quantitativer Forschung sowie deren Möglichkeiten, Grenzen und Anwendungsgebiete 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können einfache Forschungsfragen, Propositionen und Hypothesen formulieren • Die Studierenden können Informationsbedürfnisse artikulieren und Daten, Informationen und Inhalte in analogen und digitalen Umgebungen suchen sowie digital organisieren & verwalten • Die Studierenden können die Inhalte gefundener Informationen analysieren und in Definitionen, Theorien und Modellen klassifizieren • Die Studierenden können einen digitalen Bericht über ein Forschungsfeld erstellen und dabei Quellen richtig, unter Nutzung digitaler Software, zitieren 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren • Studierende erweitern ihre Sozialkompetenz, indem sie über einen längeren Zeitraum im Format einer Kleingruppe zielorientiert, erfolgreich zusammenarbeiten können. (=Kooperationsfähigkeiten) 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können fachliche Aufgabenstellungen selbstständig planen und bearbeiten (=Eigenständigkeit & Eigenverantwortung) • Studierende erledigen Ihre Arbeitsaufgabe gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich. • Studierende entwickeln die personale Grundhaltung, mit vollem Einsatz zu handeln • Studierende können ihre eigene Person, sowie eigene Entscheidungen kritisch hinterfragen. 	

Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken

Inhalt:

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

Prüfungsform:

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

Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken

Pflichtliteratur:

Technische Hochschule Wildau (2021): Empfehlung für die formale Gestaltung einer schriftlichen Beleg- oder Abschlussarbeit. TH Wildau: Wildau.

Empfohlene Literatur:

Litzcke, SM & Linssen, R (2008): Studieren lernen. Arbeits- und Lerntechniken, Prüfungen und Studienarbeiten. Brühl: Statistisches Bundesamt.

Leedy PD & Ormrod JE (2015): Practical Research – Planning and Design. Harlow: Pearson. Chapter 1-5.

Baur N & Blasius J (2019): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Springer: Berlin. <http://link.springer.com/978-3-658-21308-4>

Spoun, S. & Domnik, D. B. (2004). Erfolgreich studieren. Ein Handbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. München: Pearson.

Bortz J & Döring N (2006): Forschungsmethoden und Evaluation – für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin: Springer. <http://link.springer.com/978-3-540-33306-7>

Einführung in die Volkswirtschaftslehre I

Modul: Einführung in die Volkswirtschaftslehre I	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof.Dr.rer.pol.habil. Iciar Dominguez Lacasa & Prof. Dr. Christian Hederer	

Semester: 2	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-28
Empfohlene Voraussetzungen: ---		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	75.0
Projektarbeit:	27.5
Prüfung:	2.5
Gesamt:	150

Einführung in die Volkswirtschaftslehre I

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierende können die Grundphänomene und Institutionen einer Marktwirtschaft (Privateigentum, Märkte, Unternehmen, Arbeitsteilung, Externalitäten, technischer Fortschritt, Ungleichheit, etc.) beschreiben. • Die Studierende kennen und verstehen Grundinstrumentarium zur Analyse des Verhalten von Wirtschaftssubjekten in Märkten und Netzwerken. • Die Studierende kennen und verstehen das Grundinstrumentarium zur Analyse der Eigenschaften und Funktionsweisen von Märkten und Netzwerken aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht. • Studierende kennen die Grundfunktionen von Standardsoftware für Datenbearbeitung und -analyse. 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind in der Lage, aktuelle wirtschaftliche Fragestellungen zu verstehen und mit ihrer Fachkenntnisse Stellung dazu nehmen. • Studierende können Fachliteratur zusammenfassen und darüber reflektieren. • Studierende erwerben die Fähigkeit, grafisch und verbal ökonomische Sachverhalte darzustellen und zu interpretieren. • Studierende sind in der Lage, wirtschaftswissenschaftliche Daten, Resultate und Analysen in öffentlich zugänglichen Datenbanken, im Internet und in Publikationen zu verwenden und mit Standardsoftware zu analysieren. 	40%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und in der Unterrichtsdiskussion volkswirtschaftliche Inhalte adäquat zu kommunizieren. • Studierende können Aufgabenstellungen im Team diskutieren und lösen. • Studierende können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese zu realisieren. • Studierende können die eigenen Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen vergleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten wie z.B. Lernberatung nachfragen. 	

Einführung in die Volkswirtschaftslehre I

Inhalt:

1. Gegenstand und Fragen der Wirtschaftswissenschaften
2. Institutionen und Wirtschaftssysteme
3. Theorien der Unternehmung
4. Interaktionen und Verhandlungen von Wirtschaftssubjekten
5. Unternehmensentscheidungen in unterschiedlichen Marktstrukturen
6. Marktversagen und Externalitäten

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Bofinger, P. Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Einführung in die Wissenschaft von Märkten. Aktuelle Auflage. Pearson.

Bowles, S. & Carlin, W. & Stevens, M. ([2017]). *The economy*. Oxford: Oxford University Press.

Becker, R. & Tipoe, E. *Doing Economics*. <https://www.core-econ.org/> open-access platfo: coreecon.

Kosten- und Leistungsrechnung

Modul: Kosten- und Leistungsrechnung	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. oec. Stephan Teichmann	

Semester: 2	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-01-13
Empfohlene Voraussetzungen: Inhalte des Moduls Externes Rechnungswesen		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	135

Kosten- und Leistungsrechnung

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen die Aufgaben und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung, • Gestaltungsformen, Inhalte und Aussagen der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung, • den Einsatz der Deckungsbeitragsrechnung zum Zwecke der Lösung kurzfristiger Entscheidungsprobleme sowie Grundlagen der Plankostenrechnung 	60%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Sie erwerben die Fertigkeiten um Anwendungsmöglichkeiten und Nutzen der Kosten- und Leistungsrechnung adäquat einzuschätzen sowie • in der Praxis Problemstellungen aus dem Gebiet der Kosten- und Leistungsrechnung erfolgreich zu bearbeiten. 	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 Probleme der Kosten- und Leistungsrechnung eigenständig analysieren, bewerten und lösen. 	

Kosten- und Leistungsrechnung

Inhalt:

1. Kostenrechnung und Rechnungswesen
 - 1.1. Aufgaben des Rechnungswesens
 - 1.2. Teilgebiete des Rechnungswesens
 - 1.3. Grundbegriffe des Rechnungswesens
2. Theoretische Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
 - 2.1. Kostenbegriffe
 - 2.2. Aspekte der Kostentheorie
 - 2.3. Prinzipien der Kostenverrechnung
3. Teilbereiche der Kostenrechnung
 - 3.1. Kostenartenrechnung
 - 3.2. Kostenstellenrechnung
 - 3.3. Kostenträgerrechnung
4. Kurzfristige kalkulatorische Erfolgsrechnung
 - 4.1. Einführung
 - 4.2. Gesamtkostenverfahren auf Vollkostenbasis (GKV)
 - 4.3. Umsatzkostenverfahren auf Vollkostenbasis (UKV)
5. Systeme der Teilkostenrechnung
 - 5.1. Einführung
 - 5.2. Die einstufige Deckungsbeitragsrechnung
 - 5.3. Die mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
 - 5.4. Die relative Einzelkostenrechnung
6. Grundzüge der Plankostenrechnung
 - 6.1. Die Plankostenrechnung innerhalb der Kostenrechnungssysteme
 - 6.2. Überblick über Systeme der Plankostenrechnung
 - 6.3. Durchführung der Kostenplanung und -kontrolle

Prüfungsform:

Klausur

Kosten- und Leistungsrechnung

Pflichtliteratur:
Skript zur Lehrveranstaltung Eisele, W. & Knobloch, P. (2019). Technik des betrieblichen Rechnungswesens. Verlag Franz Vahlen München Vahlen
Empfohlene Literatur:

Mathematik II und Statistik I

Modul: Mathematik II und Statistik I	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Ronny Freier	

Semester: 2	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-08-30
Empfohlene Voraussetzungen: Inhalte des Moduls Mathematik I		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	78.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	125

Mathematik II und Statistik I

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden kennen und verstehen zentrale Methoden der linearen Algebra, insbesondere die Vektor- und Matrizenrechnung.• Die Studierenden können Methoden der linearen Algebra in Excel umsetzen (transponieren, Matrixen multiplizieren, Matrizen addieren) und sie verstehen die ökonomischen Anwendungsbereiche.• Die Studierenden können Gleichungssysteme auf verschiedene Art und Weisen lösen (Einsetzungsverfahren, Additionsverfahren, Gaußverfahren, Inversen).• Die Studierenden kennen die wichtigsten deskriptiven statistischen Maßzahlen und können diese auf einfach Daten anwenden.	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden können Funktionen mit zwei Variablen mathematisch korrekt definieren und visualisieren, sie können sie analysieren, partielle Ableitungen bilden und lokale Extrema bestimmen.• Weiterhin können die Studierenden die o.g. Kenntnisse aus der linearen Algebra mathematisch korrekt anwenden.• Die Studierenden können Methoden der linearen Algebra in Excel umsetzen (transponieren, Matrixen multiplizieren, Matrizen addieren) und sie verstehen die ökonomischen Anwendungsbereiche.• Sie können ausgewählte betriebswirtschaftliche Fragestellungen modellieren, lösen und die Ergebnisse sachlogisch interpretieren.• Die Studierenden können einfach Daten in Excel einladen und die statistischen Konzepte aus dem Bereich der deskriptiven Statistik anwenden.• Die Studierenden können statistische Abbildungen und Auswertungen interpretieren und in Excel selber Auswertungen erstellen.	40%

Mathematik II und Statistik I

Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und in der Unterrichtsdiskussion Modulinhalte mathematisch oder statistisch korrekt zu kommunizieren. Sie können Aufgabenstellungen im Team diskutieren, strukturieren und lösen. Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe vertreten, Lösungswege begründen und auf Nachfragen angemessen reagieren.	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none">Die Studierenden sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese eigenverantwortlich zu realisieren. Sie können die eigenen Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen vergleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten. Sie können Inhalte eigenständig recherchieren und sich Fachwissen aus unterschiedlichen Quellen aneignen.	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none">Lineare Algebra (Vektoren: Vektoroperationen, Skalarprodukt und dessen Anwendungen, Linearkombinationen, geometrische und ökonomische Interpretationen; Matrizen: Matrizenoperationen, Anwendungsbeispiele aus der Input- Output-Rechnung, Rang und Inverse einer Matrix; Lineare Gleichungssysteme: Lösungsfälle, Dimension der Lösungsmenge, Gauß-Algorithmus)Deskriptive Statistik (Lageparameter, Streuungsparameter, Verteilungsmaßzahlen, Lineare Regression)

Prüfungsform:
Mid-Term Klausur Mathematik (50%) Klausur Statistik (50%)

Mathematik II und Statistik I

Pflichtliteratur:
Haack, B., Tippe, U., Stobernack, M., & Wendler, T. (2016). <i>Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Intuitiv und praxisnah</i> . Springer-Verlag.
Empfohlene Literatur:
Ohse, D. (2004). <i>Analysis [Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler/1.]</i> . München: Vahlen. Ohse, D. (2005). <i>Lineare Wirtschafts algebra [Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler/2.]</i> . Tietze, J. (2013). <i>Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik</i> . Wiesbaden: Springer Spektrum.

Reflexion und Professionalisierung

Modul: Reflexion und Professionalisierung	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas	

Semester: 2	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 20.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/20.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 2.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-08-25
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	20.0
Vor- und Nachbereitung:	10.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	1.0
Gesamt:	31

Reflexion und Professionalisierung

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden wissen um die Bedeutung der Selbstorganisation für erfolgreiche Tätigkeiten in der Wirtschaft. Sie können Methoden am Beispiel ihres eigenen Studien-, Berufs- und Privatleben auswählen, einsetzen und ihre Nützlichkeit für sie persönlich abschätzen. • Die Studierenden besitzen Kenntnisse über Reflexionskompetenzen. • Die Studierenden wissen um den Unterschied zwischen Selbst- und Fremdbild und wissen, wie sie Feedback anfragen und nutzen können. 	12%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden wenden Methoden zur Identifizierung eigener Stärken und Schwächen an. • In Abhängigkeit gewählter Workshopangebote können weitere spezifische Fertigkeiten erworben werden. 	13%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden reflektieren über eigene soziale Kompetenzen. Optionale weitere Kompetenzen: (1) Interkulturelle Sensibilisierung und Kompetenzen; (2) Umgang mit Feedback und Kritik. 	75%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende identifizieren Stärken & Schwächen im Bereich Selbst- und Sozialkompetenzen aktuell und leiten Lernziele daraus ab. Sie reflektieren persönliche Entwicklungsschritte im Bereich Sozial- und Selbstkompetenzen. • Optionale weitere Kompetenzen: (1) Präsentationstechniken und –fertigkeiten reflektieren; (2) Umgang mit Feedback und Kritik, (3) Ressourcenorientiertes Arbeiten. 	

Reflexion und Professionalisierung

Inhalt:

1. Das Modul zielt grundsätzlich darauf, die Handlungsfähigkeit der Studierenden mit Blick auf ihre spätere berufliche Entwicklung zu verbessern. Es werden fokussiert Schlüsselkompetenzen in relevanten Schwerpunktbereichen (z.B. Reflexionskompetenzen, Selbstlernkompetenzen, Methodenkompetenzen, Kommunikations- und Kooperationskompetenzen) vermittelt. Im Modul wird Verhaltenskompetenz im Zusammenhang mit Reflexionsfähigkeit entwickelt. Persönlichkeitstests wie auch die Vermittlung kommunikativer Grundlagen unterstützen die Selbstreflexion.
2. Das Modul umfasst folgende Teilmodule: (1) verpflichtender Workshop „Selbstmanagement & Entscheidungskompetenzen“ und (2) Wahlveranstaltungen innerhalb eines vorgegebenen Kompetenzbereichs (Auswahl mindestens eines Workshops aus einem vorgegebenen Workshop Angebot)
3. Der verpflichtende Workshop „Selbstmanagement & Entscheidungskompetenzen“ dient der Vermittlung von Selbstmanagement- Kompetenzen und Entscheidungskompetenzen: Selbstmanagement-Kompetenzen ermöglichen, die eigene Leistungsfähigkeit (Wissen, Kompetenzen, Gesundheit, mentale/körperliche Fitness) und Leistungsbereitschaft (Engagement, Identifikation) langfristig zu erhalten und Wohlbefinden und Balance im Leben zu realisieren. Entscheidungskompetenz beschreibt die Fähigkeit Situationen und Probleme zu erkennen, zu beurteilen, Alternative Lösungsszenarien zu definieren und die erforderlichen Maßnahmen zu identifizieren sowie darauf aufbauend Entscheidungen zu treffen.
4. Die Studierenden wählen einen weiteren Workshop aus einem vorgegebenen Kompetenzbereich (z.B. Ressourcenorientiertes Arbeiten, Feedback und Kritik, Präsentationskompetenzen, Interkulturelle Kompetenz, Zeitmanagement, etc.), um gezielt ihre individuellen Kompetenzen weiterzuentwickeln..

Prüfungsform:

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

Zusätzliche Regelungen:

Studierende müssen ihre Teilnahme an mindestens zwei Workshops (Pflichtworkshop, Wahlpflichtworkshop) nachweisen, um das Modul zu bestehen.

Reflexion und Professionalisierung

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
Riemann, F. (2019): Grundformen der Angst, 44. Aufl., Ernst Reinhardt Verlag, München Rückert, H.-W. (2014): Schluss mit dem ewigen Aufschieben! Wie Sie umsetzen, was Sie sich vornehmen. 8. überarb. Aufl., Campus Verlag. Frankfurt/ New York Schulz von Thun, F. (2010): Miteinander Reden 2, Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung, 32. Aufl., Rowohlt Taschenbuch Verlag Sprenger, R. (2014): Mythos Motivation, Campus, München Sprenger, R. (2015): Das Prinzip Selbstverantwortung. Wege zur Motivation, Campus, München Weisweiler, S.; Dirscherl, B., Braumandl, I: Zeit- und Selbst-management. Springer. Weitere Literatur wird mit Bezug zu den verschiedenen Workshopangeboten bereitgestellt.

Wirtschaftsenglisch I

Modul: Wirtschaftsenglisch I	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: MBA Martin Bradbeer & M.A. John Paul O Donoghue	

Semester: 2	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 25.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/25.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 3.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom:
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	25.0
Vor- und Nachbereitung:	0.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	25

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen	%
Fertigkeiten	0%

Wirtschaftsenglisch I

Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz	%
Selbstständigkeit	

Inhalt:

Prüfungsform:

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:

Einführung in das Recht

Modul: Einführung in das Recht	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. jur. Stefan Strassner	

Semester: 3	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2020-11-29
Pflicht Voraussetzungen: keine		
Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	103.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Einführung in das Recht

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen und verstehen: <ul style="list-style-type: none"> â€¢ wichtige Grundlagen (Rechtsordnung, rechtliche Grundbegriffe, juristische Denkweise) â€¢ die Vertragsfreiheit und typische Vertragsprobleme und deren Lösung nach dem BGB â€¢ die wichtigsten Schuldverhältnisse â€¢ das Verhältnis zwischen BGB und HGB â€¢ den Kaufmannsbegriff â€¢ die Geschäfte des Kaufmannes und seiner Hilfspersonen â€¢ Grundbegriffe des Gesellschaftsrechts 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erwerben die Fähigkeiten, Vorschriften etwa aus dem BGB oder HGB anzuwenden, <ul style="list-style-type: none"> â€¢ wirtschaftsprivatrechtliche Fälle zu lösen, â€¢ zu beurteilen, in welchen rechtlichen Organisationsformen unternehmerische Tätigkeit stattfinden kann, â€¢ zu beurteilen, welche Risiken mit der Wahl der entsprechenden Organisationsform einhergehen. 	40%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verstehen es, das Recht als (ein) Instrument zur Lösung sozialer Konflikte zu sehen und hinter den Vorschriften (auch) des Wirtschaftsprivatrechts das Ergebnis einer Abwägung widerstreitender Interessen der an einem Vertrag beteiligten Parteien zu erkennen. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, in einem vorgegebenen Sachverhalt die aus rechtlicher Sicht relevanten Fragestellungen selbständig zu identifizieren. 	

Einführung in das Recht

Inhalt:

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen2. Willenserklärung und Vertrag3. Typische Vertragsprobleme4. Vertragliche Haupt- und Nebenpflichten5. Vertragliche und gesetzliche Schuldverhältnisse6. Bürgerliches Recht und Handelsrecht7. Der Begriff des Kaufmanns8. Die Geschäfte des Kaufmanns9. Hilfspersonen des Kaufmannes10. Grundfragen des Gesellschaftsrechts |
|--|

Prüfungsform:

Klausur

Pflichtliteratur:

Grobauer, Christian (Hrsg.), Wirtschaftsgesetze für Wirtschaftsschulen und die kaufmännische Ausbildung, aktuelle Auflage

Empfohlene Literatur:

Jahresabschluss und Betriebliche Steuern

Modul: Jahresabschluss und Betriebliche Steuern	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Professorin Nikola Fee Budilov-Nettelmann & Prof. Dr. Ivonne Klipstein	

Semester: 3	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-03-01
Empfohlene Voraussetzungen: Externes Rechnungswesen		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	103.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Jahresabschluss und Betriebliche Steuern

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen den Metazweck der Rechnungslegung. • Sie kennen und verstehen den (grundsätzlichen) Unterschied zwischen Handels- und Steuerbilanz, Einzelabschluss und Konzernabschluss. • Die Studierenden kennen und verstehen die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Jahresabschlusserstellung. • Sie kennen und verstehen die Bedeutung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses für die steuerliche Gewinnermittlung. • Sie kennen und verstehen die (nationalen) Rechnungslegungsprinzipien (Schwerpunkt: Einzelabschluss nach Handelsrecht). • Sie kennen die wichtigsten Posten in Bilanz und deren Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften. • Sie kennen und verstehen den Inhalt und die Bedeutung von Jahres- und Konzernabschlüssen sowie von Geschäftsberichten. • Sie haben einen Überblick über die Unternehmensbesteuerung und kennen die Hauptunterschiede in der Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften. • Sie kennen die für Unternehmen wichtigen Ertragsteuern (Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer) und kennen die Zusammenhänge zwischen diesen Steuerarten. 	60%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben die Fähigkeiten, ausgehend von den Daten der Finanzbuchführung und unter der Vornahme differenzierter Jahresabschlussbuchungen einen Jahresabschluss nach nationalen Vorschriften zu erstellen. • Sie können einen Jahresabschluss sowie einen Geschäftsbericht analysieren und die Ergebnisse interpretieren. • Sie können einfache Steuerberechnungen vornehmen, • Sie können die steuerlichen Rückstellungen berechnen. 	30%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können in Gruppen Übungsaufgaben bearbeiten und Falllösungen erarbeiten. • Die Studierenden können die Ergebnisse vor ihrer Seminargruppe präsentieren. 	10%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können Lehr- und Lernziele reflektieren und diese eigenverantwortlich verfolgen. 	

Jahresabschluss und Betriebliche Steuern

Inhalt:

1. Einführung und Grundlagen der Bilanzierung
 - 1.1. Was ist Bilanzierung und warum gibt es Bilanzierung?
 - 1.2. Wer muss bilanzieren?
2. Rechtliche Grundlagen der Bilanzierung in Deutschland
3. Maßgeblichkeitsprinzip: Zusammenhang von Handels- und Steuerbilanz
4. Bilanz
 - 4.1. Aktiva: Ansatz dem Grunde nach
 - 4.2. Latente Steuern
 - 4.3. Aktiva: Ansatz der Höhe nach
 - 4.4. Rechnungsabgrenzungsposten
 - 4.5. Passiva: Ansatz dem Grunde nach
 - 4.6. Passiva: Ansatz der Höhe nach
5. Weitere Abschlussbestandteile, Lagebericht und Jahresabschlussanalyse
6. Einführung in die Konzernrechnungslegung und Internationalisierung der Rechnungslegung
7. Betriebliche Steuern (Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer)
 - 7.1. Einkommensteuer
 - 7.2. Körperschaftsteuer
 - 7.3. Gewerbesteuer
8. Unternehmensbesteuerung und Rechtsformvergleich

Prüfungsform:

Klausur (100%)

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

Jahresabschluss und Betriebliche Steuern

Pflichtliteratur:
Aktuelle Ausgabe "Wichtiger Steuergesetze" (o.ä.) (gebundene Verlagsausgabe)
Empfohlene Literatur:
Baetge/Kirsch/Thiele (2014): Bilanzen, 13. Auflage Coenenberg/Haller/Schultze (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 24. Auflage Budilov-Nettelmann, Steuerlehre, 1. Auflage 2021, Wiley

Marketing

Modul: Marketing	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas	

Semester: 3	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 25.0	davon V/Ü/L/P: 13.0/12.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 3.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2020-12-21
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	25.0
Vor- und Nachbereitung:	44.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	1.0
Gesamt:	70

Marketing

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennen zentrale Begrifflichkeiten, Bedeutung & Anwendungsbereiche des Marketings sowie unterschiedliche grundsätzliche Marketingansätze & Entwicklungslinien • Kennen die Definition von Marktforschung und verstehen ihre Bedeutung innerhalb des Marketingentscheidungs-prozesses • Kennen grundsätzlichen Ablauf des Marktforschungsprozesses inkl. grundlegender Methoden der Datenerhebung • Kennen Tools, wie Datenbanken, decision support systems, Internet und verstehen den Einfluss auf die Marktforschung • Interpretieren Marktsegmentierung als Instrument zur Marktbearbeitung; • Kennen Typen von Konsumverhalten & verstehen Unterschiede in KV-Prozessen, interne & externe Einflussfaktoren auf den KV-Prozess • Verstehen die zunehmende Bedeutung der Consumer-to-Consumer Kommunikation, Social Media digitaler Umgebungen inkl. Folgen für KV-Prozess • Definieren & beschreiben die Relevanz von Marketingethik & kennen Möglichkeiten ethische, nachhaltige Aspekte in Marketingentscheidungen zu berücksichtigen und verstehen die Bedeutsamkeit ethischen Handelns im Marketingkontext 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen/verstehen Marketing Mix Instrumente und sind in der Lage, Entscheidungen zur Ausgestaltung des Marketing-Mix Instrumentariums zu erklären und mit Blick auf ihre Stimmigkeit zu bewerten. (=Fachbezogene Fertigkeiten) 	40%

Marketing

Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Studierende erweitern ihre Sozialkompetenz, indem sie über einen längeren Zeitraum im Format einer Kleingruppe zielorientiert, erfolgreich zusammenarbeiten können. (=Kooperationsfähigkeiten) • Studierende können marketingbezogene Sachverhalte, eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch bewerten und ihre Meinung faktenbasierend darstellen. (= Entwicklung Kritisches Denken) 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen. (=Verantwortungsbewusstsein) • Studierende können fachliche Aufgabenstellungen selbstständig planen und bearbeiten (=Eigenständigkeit & Eigenverantwortung) • Studierende sind in der Lage, eine Position zu ethischen Fragen und Fragen zur Nachhaltigkeit einzunehmen. Sie sind im Sinne der Nachhaltigkeit, der Ethik und des Umweltschutzes sensibilisiert. (=Ethische Haltung, nachhaltiges Denken, Umweltbewusstsein) 	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Das Modul führt in das Themenfeld "Marketingmanagement" ein und zielt auf eine Vermittlung grundlegender Kompetenzen im Fach (= marketingbezogene Kompetenzen über welche Absolventen unabhängig ihrer weiteren fachlichen Spezialisierung verfügen sollten). Eine auf zentrale berufspraktische Anforderungen ausgerichtete Erweiterung dieser Kompetenzen erfolgt weiterhin in den marketingbezogenen Vertiefungen im Studienverlauf. 2. Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung & Anwendungsbereiche des Marketings • Zentrale Marketingkonzepte • Prägende grundlegende Trends im Marketing • Die neue Marketingrealität (Digitales Marketing) 3. Marktchancen erkennen, Kunden gewinnen & binden <ul style="list-style-type: none"> • Kundennutzen, -zufriedenheit und -bindung, Kaufentscheidungsprozess, Customer Lifetime Value • Marktsegmentierung und Zielmärkte identifizieren • Marktforschung 4. Marketing Mix <ul style="list-style-type: none"> • Produkt- und programmpolitische Entscheidungen • Preispolitische Entscheidungen • Distributionspolitische Entscheidungen • Kommunikationspolitische Entscheidungen • Alternative Marketing Mix Ansätze und Integriertes Marketing 5. Nachhaltiges Marketing, Marketingethik & Responsible Marketing

Marketing

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Becker, Jochen: Marketing-Konzeption, Vahlen, neueste Auflage

Bruhn, Manfred: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis. Springer Gabler, neuste Auflage

Foscht, Thomas, Swoboda, Bernhard, Schramm-Klein, Hanna: Käuferverhalten, neueste Auflage

Homburg, Christian: Marketingmanagement. Springer Gabler, neuste Auflage

Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane; Opresnik, Marc Oliver: Marketing-Management. Pearson, neuste Auflage

Kuß, Alfred; Kleinaltenkamp, Michael: Marketing-Einführung: Grundlagen - Überblick - Beispiele. Springer Gabler, neuste Auflage

Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred; Eisenbeiß, Maik: Marketing. Grundlagenmarktorientierter Unternehmensführung.

Weitere aktuelle Literatur wird bei Bedarf zusätzlich benannt bzw. kann den Lehrmaterialien entnommen werden.

Produktion und Logistik

Modul: Produktion und Logistik	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich & Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster	

Semester: 3	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-27
Empfohlene Voraussetzungen: Mathematik, Rechnungswesen		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	90.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	137

Produktion und Logistik

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verstehen die Grundlagen der Produktionswirtschaft, der Produktions- und Kostentheorie, des Operation Research, die Grundlagen der Entscheidungstheorie die Vorgehensweise beim Lösen produktionswirtschaftlicher bzw. logistischer Entscheidungsprobleme 	50%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können die o.g. Kenntnisse anwenden, um ausgewählte produktionswirtschaftliche und logistische Entscheidungsprobleme zu verstehen und zu strukturieren und zu lösen. 	30%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage eigene Lösungen für Entscheidungsprobleme im Dialog mit anderen Studierenden zu erarbeiten und die Ergebnisse adäquat zu präsentieren. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Ziele zu definieren, eigenständig Methoden zum Lösen eines Problems zu wählen und die eigenen Lösungen zu analysieren und zu interpretieren. 	

Produktion und Logistik

Inhalt:

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

Prüfungsform:

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

Produktion und Logistik

Pflichtliteratur:

- Bloech J., Bogaschewsky R., Buscher U., Daub A., Götze U., Roland F. (2014) Einführung in die Produktion, 7. Aufl., Berlin und Heidelberg.
- Domschke W., Scholl A. (2008): Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre: Eine Einführung aus entscheidungsorientierter Sicht, 4. Aufl., Springer, Berlin et al.
- Drury C. (2015): Management and Cost Accounting, 9th ed., Cengage Learning Emea, 2015
- Fandel (2007): Produktion I – Produktions- und Kostentheorie, 7. Aufl., Berlin u.a.
- Fandel, Fey, Heuft, Pitz (2009): Kostenrechnung, 3. Aufl., Berlin u. Heidelberg.
- Günther, H.-O., Tempelmeier, H. (2016): Produktion und Logistik, 12. Aufl., Norderstedt.
- Hillier, F.S. and G.J. Lieberman (2010): Introduction to Operations Research, 9. Aufl., McGraw-Hill, New York et al.
- Jung H. (2010): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 12. Aufl., München.
- Kistner, K.-P., Steven, M. (2001): Produktionsplanung, 3. Aufl., Heidelberg.
- Kummer, S., Grün, O., Jammernegg, W. (2013): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. Aufl. München u.a.
- Schildbach, Homburg (2009): Kosten- und Leistungsrechnung, 10. Aufl., Stuttgart.
- Schneeweiß, Ch. (2002): Einführung in die Produktionswirtschaft, 8. Aufl., Berlin u.a.
- Steglich, M., Feige, D. and P. Klaus (2016): Logistik-Entscheidungen: Modellbasierte Entscheidungsunterstützung in der Logistik mit LogisticsLab, 2. Aufl., De Gruyter, Berlin und Boston
- Vahs, D. und J. Schäfer-Kunz (2012): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 6. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Vanderbei, R.J. (2014): Linear Programming: Foundations and Extensions, 4. Aufl., Springer, New York et al.

Empfohlene Literatur:

Projektmanagement

Modul: Projektmanagement	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Bertil Haack, Prof. Dr. Kathrin Bösener & Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 3	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 20.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/20.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 2.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-01
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Keine		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	20.0
Vor- und Nachbereitung:	0.0
Projektarbeit:	13.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	35

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen und verstehen grundlegende Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements. 	30%

Projektmanagement

<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind dazu in der Lage, sich selbstständig mit Methoden und Werkzeugen des Projektmanagements in vorgegebenen Projektbereichen (z.B. Nachhaltigkeit) auseinanderzusetzen.• Die Studierenden sind dazu in der Lage, Ihre Überlegungen und Ergebnisse zu präsentieren und zu begründen.	40%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden führen die von ihnen verantworteten Projekt-Arbeitspakete erfolgreich durch.• Die Studierenden führen einfache Managementaufgaben mit Erfolg durch.• Die Studierenden können ihre Projektlösungen argumentativ darstellen und im Zusammenspiel mit ihren Kommilitoninnen und Kommilitonen sowie im Dialog mit ihren Lehrkräften weiterentwickeln.	30%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind in der Lage, ihre Lern- und Arbeitsprozesse zu analysieren und zu bewerten sowie zu gestalten und zu optimieren.	

Projektmanagement

Inhalt:

1. Einführung in das Projektmanagement
 - 1.1. Definitionen: Projekte, Projektmanagement
 - 1.2. Grundlagen des Projektmanagements (Projektorganisation [insb. Organigramm], Plan - Do - Check - Act, Projektstrukturplan, Arbeitspaket, Meilenstein, GANTT-Diagramm, Logbuch, Statusbericht, Besprechungsprotokoll, Offene-Punkte-Liste)
 - 1.3. Rollen und Verantwortlichkeiten (Projektleiter, Projektteammitglied, Lenkungsausschuss)
 - 1.4. Zusätzliche Themen (Überblick): Qualitätsmanagement, Risikomanagement
2. Arbeits- und kommunikationspsychologische Grundlagen der Projektarbeit
 - 2.1. Motivation
 - 2.2. Kommunikation
 - 2.3. Teamentwicklung
 - 2.4. Konflikte/Konfliktmanagement
3. Ausgewählte Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements (je nach Bedarf aufgrund der konkreten Projektarbeit)
 - 3.1. Ziele operationalisieren (SMART)
 - 3.2. Projektsituationen (z.B. Meetings) vorbereiten, durchführen und nachbereiten
 - 3.3. Sitzungen moderieren
 - 3.4. Kreativitätstechniken
 - 3.5. Zeitmanagement und Selbstorganisation

Prüfungsform:

Projektarbeit (100%)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Wirtschaftsenglisch II

Modul: Wirtschaftsenglisch II	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: MBA Martin Bradbeer & M.A. John Paul O Donoghue	

Semester: 3	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/45.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom:
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	0.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	45

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen	%
Fertigkeiten	0%

Wirtschaftsenglisch II

Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz	%
Selbstständigkeit	

Inhalt:

Prüfungsform:

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:

Einführung in der Volkswirtschaftslehre II

Modul: Einführung in der Volkswirtschaftslehre II	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof.Dr.rer.pol.habil. Iciar Dominguez Lacasa & Prof. Dr. Christian Hederer	

Semester: 4	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 20.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/20.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 2.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-28
Empfohlene Voraussetzungen: Einführung VWL I		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	20.0
Vor- und Nachbereitung:	9.0
Projektarbeit:	4.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	35

Einführung in der Volkswirtschaftslehre II

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen volkswirtschaftliche Standardkennzahlen und Indikatoren. • Studierende können wichtige Akteure und Institutionen der Wirtschaft in Deutschland und dem europäischen und internationalen Kontext identifizieren und ihre Arbeitsweisen beschreiben. • Studierende kennen standard-makroökonomische Zusammenhänge auf nationale und internationale Ebene und können diese theoriegeleitet verbal und graphisch darstellen. • Studierende kennen und verstehen die Möglichkeiten und Grenzen der Instrumente der Wirtschaftspolitik und können diese problemspezifisch aus unterschiedlichen Perspektiven analysieren. 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende beziehen Grundfragen und -positionen der Wirtschaftswissenschaften auf Themen der Gegenwart. • Studierende analysieren vordefinierte volkswirtschaftliche Probleme auf der Grundlage eines theoretischen Gerüsts und leiten Schlussfolgerungen für Wirtschaftssubjekte ab. • Studierende sind in der Lage, wirtschaftswissenschaftliche Daten, Resultate und Analyse in öffentlich zugänglichen Datenbanken, im Internet und in Publikationen zu recherchieren und zu nutzen. • Studierende erkennen gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Gesichtspunkte einer Fragestellung. 	40%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierende sind in der Lage, in Team verschiedene Perspektiven eines Problems zu beleuchten und Lösungsvorschläge mündlich und schriftlich vorzustellen. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierende sind in der Lage, selbständig Literatur und Daten zu recherchieren und zu analysieren. 	

Einführung in der Volkswirtschaftslehre II

Inhalt:

1. Wachstum, Innovation und Ungleichheit
2. Konjunkturzyklen und Wirtschaftskrisen
3. Stabilisierungsmaßnahmen: Wirtschaftspolitik
4. Globale Integration

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Bofinger, P. Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten
Bowles, S. & Carlin, W. & Stevens, M. ([2017]). *The economy*. Oxford: Oxford University Press.

Investition und Finanzierung

Modul: Investition und Finanzierung	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Stefanie Kunze & Prof. Dr. rer. pol. Stefan Trencsik	

Semester: 4	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2020-11-26
Empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine BWL, Finanzbuchführung, Kosten- und Leistungsrechnung		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	75.0
Projektarbeit:	25.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	147

Investition und Finanzierung

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen Arten und Hauptproblemstellungen der Investition. • Finanzierungs- und Investitionsziele in der Unternehmenspraxis in Ableitung aus den Unternehmenszielen, • Studierende kennen wesentliche Inhalte und Arten der Beteiligungsfinanzierung für Emissions- und nicht emissionsfähige Unternehmen, • Studierende kennen die Grundlagen und Inhalte der Innenfinanzierung, • Studierende kennen die Grundlagen der Kreditfinanzierung sowie die Kreditwürdigkeitsprüfung und die wesentlichsten Sicherungsinstrumente. • Studierende können Investitionsentscheidungen fachlich begründen. 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können systematisch an Problemstellungen von Investitionen herangehen und diese mit Hilfe der grundlegenden, klassischen und dynamischen Methoden der Investitionsrechnung lösen. • Studierende können statische und dynamische Methoden praxisbezogen anwenden sowie die Ergebnisse kritisch würdigen, • Studierende können verschiedene Finanzierungsarten auf ihre wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit überprüfen und bewerten, • Studierende können Finanzierungsmöglichkeiten für ein Unternehmen entwickeln, • Studierende können digitale Werkzeuge und Technologien zur individuellen und kollektiven Schaffung von Wissen nutzen. • Studierende können Daten, Informationen und Inhalte in digitalen Umgebungen zu Finanzinvestitionen suchen, auf sie zugreifen und zwischen ihnen navigieren. • Studierende können Daten, Informationen und digitalen Inhalte zu Finanzinvestitionen analysieren, interpretieren und kritisch bewerten. 	40%

Investition und Finanzierung

Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Arbeitsprozesse kooperativ planen und gestalten, Abläufe und Ergebnisse begründen, Sachverhalte umfassend darstellen, bereichsspezifische und übergreifende Diskussion führen, Kommunikation• Studierende können unter Zeitdruck Lösungen erarbeiten• Studierende sind experimentierfreudig und bereit, neue Wege zu gehen. Sie können Ideen entwickeln und dementsprechend umzusetzen. Sie sind einfallsreich und probieren gerne Neues aus.	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none">• Studierende können gemeinsam mit anderen digitale Inhalte erstellen und bearbeiten. Sie können Informationen und Inhalte in Zusammenarbeit mit anderen modifizieren, verfeinern, verbessern und in einen bestehenden Wissensbestand integrieren.• Studierende erledigen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich. Hierbei wahren sie den Überblick, achten insbesondere auf die Dokumentation von Vorgängen und wichtigen Details.• Studierende sind in der Lage selbstständig Inhalte zu erarbeiten.• Studierende sind in der Lage sich selbst zu organisieren.	

Inhalt:

1. Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft
2. Grundzüge der Investitionsplanung
3. Grundlagen der Investitionsrechnungen
4. statische Methoden der Investitionsrechnung
5. dynamische Methoden der Investitionsrechnung
6. Finanzinvestitionen
7. Finanzplanung
8. Finanzierungsarten im Überblick
9. Beteiligungsfinanzierung
10. Fremdfinanzierung
11. Innenfinanzierung

Investition und Finanzierung

Prüfungsform:
Klausur (80%) Projektarbeit (20%)

Pflichtliteratur:
Olfert, K. (neueste Auflage). Finanzierung (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft). NWB Verlag. Olfert, K. (neue). <i>Investition (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft)</i> . NWB Verlag.
Empfohlene Literatur:
Losbichler (2019) Grundlagen der finanziellen Unternehmensführung

Statistik II

Modul: Statistik II	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Rainer Stollhoff & Prof. Dr. phil. Ronny Freier	

Semester: 4	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 25.0	davon V/Ü/L/P: 13.0/12.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 3.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-08-30
Empfohlene Voraussetzungen: Inhalte der Module Mathematik I sowie Mathematik II und Statistik I		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	25.0
Vor- und Nachbereitung:	48.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	75

Statistik II

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Sie können den Unterschied zwischen uni- und bivariaten Fragestellungen darlegen und verstehen die Prinzipien der Regressions- und Korrelationsrechnung. • Sie verstehen die Prinzipien unterschiedlicher Prognosetechniken und sehen den Sinn einer Fehlerrechnung. • Die Studierenden kennen grundlegende Prinzipien der Datenvisualisierung. • Die Studierenden sind mit wichtigen Methoden der Programm Evaluierung (Difference-in-Difference, Regression-Discontinuity Design) vertraut. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können fremd erstellte Statistiken kritisch lesen und hinterfragen, • Selbst zusammengestellte 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. • Sie können graphische Abbildungen in Excel umfassend bearbeiten und ein ansprechendes Design entwickeln. • Sie können Auswertungen im Bereich der Programm Evaluierung interpretieren und für Fragestellungen der betrieblichen Organisation nutzbar machen. 	40%
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. 	

Statistik II

Inhalt:

1. Univariate Statistik (Häufigkeitstabellen ohne/mit Klassenbildung, Diagramme, Parameter von Häufigkeitsverteilungen, Konzentrationsmessung)
2. Bivariate Statistik (Korrelations- und Regressionsanalyse)
3. Datenvisualisierung
4. Programm Evaluation

Prüfungsform:

Projektarbeit (100%)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

- Schwarze, J.** (2009). *Beschreibende Verfahren [Grundlagen der Statistik/1]*.
Schwarze, J. (2013). *Aufgabensammlung zur Statistik*. [Herne]: Neue Wirtschafts-Briefe. eBooks
- Holland, H. & Scharnbacher, K.** (2003). *Grundlagen der Statistik*. Wiesbaden: Gabler.
- Robler, I. & Ungerer, A.** (2011). *Statistik für Wirtschaftswissenschaftler: Eine anwendungsorientierte Darstellung (BA KOMPAKT) (German Edition)*. Physica-Verlag HD.
- Bewersdorff, J.** (2011). *Statistik - wie und warum sie funktioniert: Ein mathematisches Lesebuch*. Vieweg+Teubner Verlag.
Bücher
- Bamberg, G. & Baur, F. & Krapp, M.** (2012). *Statistik*. München: Oldenbourg.
- Eckstein, P.** (2013). *Repetitorium Statistik*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Monka, M. & Voß, W.** (1996). *Statistik am PC*. München [u.a.]: Hanser.
- Schira, J.** (2009). *Statistische Methoden der VWL und BWL*. München [u.a.]: Pearson Studium.

Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme

Modul: Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Dipl.-Informatikerin Jacqueline Markwardt	

Semester: 4	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2020-06-05
Empfohlene Voraussetzungen: Betriebliches Rechnungswesen, Geschäftsprozess-Modellierung		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	135

Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <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%
Fertigkeiten <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	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Studierende können sich in den Übungsstunden gegenseitig unterstützen. 	20%
Selbstständigkeit <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 Integrationsaspekt zwischen den verschiedenen Geschäftsbereichen eines Unternehmens. 	

Wirtschaftsinformatik II: ERP-Systeme

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:

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Literaturempfehlungen erfolgen im Kursraum

Betriebliches Schnittstellenmanagement

Modul: Betriebliches Schnittstellenmanagement	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas, Prof. Dr. rer. pol. Ralf Szymanski & Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 5	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 23.0/22.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-01-07
Pflicht Voraussetzungen: ---		
Empfohlene Voraussetzungen: Die für die Unternehmensführung wesentlichen Methoden und Instrumente werden in diesem Modul gemäß des Studienverlaufs weitgehend als bekannt vorausgesetzt. Grundlagen einer Tabellenkalkulationssoftware		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	135

Betriebliches Schnittstellenmanagement

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p data-bbox="150 398 424 432">Kenntnisse/Wissen</p> <ul data-bbox="150 443 1235 875" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="150 443 1235 595">• Studierende verstehen Unternehmen als wertschöpfende Systeme. Sie kennen die Grundlagen des betrieblichen Schnittstellenmanagements und haben ein Bewusstsein für die Notwendigkeit & Vorteilhaftigkeit eines vernetzten unternehmerischen Denkens & Handels entwickelt. <li data-bbox="150 600 1235 797">• Studierende besitzen Kenntnisse über betriebswirtschaftliche Entscheidungsparameter und über Interdependenzen von betrieblichen Einzelentscheidungen. Ferner sind sie in der Lage, schnittstellentypische Probleme zu benennen und zu beschreiben sowie Lösungen und Instrumente des Schnittstellenmanagements aufzuzeigen. <li data-bbox="150 801 1235 875">• Sie kennen digitale Lösungsmöglichkeiten (Software) für das Schnittstellenmanagement in der Praxis. 	40%
<p data-bbox="150 902 320 936">Fertigkeiten</p> <ul data-bbox="150 947 1235 1966" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="150 947 1235 1211">• Nach erfolgreichem Abschluss können die Studierenden Methoden & Instrumente der Unternehmensführung als auch betriebswirtschaftliches Zahlenmaterial für praxisbezogene Entscheidungen fallbezogen anwenden. Ferner sind sie in der Lage Personal- und Produktionskapazitätsplanung, Liquiditäts- und Investitionsrechnung sowie eine Mitbewerberanalyse mit Hilfe einer Tabellenkalkulationssoftware durchzuführen. (= Fachliche Kompetenzen) <li data-bbox="150 1216 1235 1368">• Für ausgewählte schnittstellentypische Probleme (z.B. zwischen Produktion und Marketing; Produktion und Beschaffung; Controlling und Externes RW, Marketing und R&D, etc.) können Sie Lösungsansätze vorschlagen und diskutieren. (= Fachliche Kompetenzen) <li data-bbox="150 1373 1235 1637">• Ganzheitliches unternehmerisches Denken und Handeln wird trainiert. Sie lernen in einem Unternehmensplanspiel zu interagieren: Welche Kennzahlen sind bei der Interaktion unterschiedlicher Unternehmensbereiche wichtig. Wie kann eine Unternehmung in einer Wirtschaftssimulation gesteuert werden. Wie können Mitbewerber in einem Markt analysiert werden? Welche Schlussfolgerungen sind für eigene zukünftige Entscheidungen wesentlich? <li data-bbox="150 1641 1235 1794">• Studierende können Daten, Informationen und digitale Inhalte suchen und auswerten, die Relevanz der Quelle und ihres Inhalts beurteilen. Sie besitzen Fähigkeiten digitale Daten, Informationen und Inhalte zu speichern, zu verwalten und zu organisieren. (=Digitale Kompetenzen) <li data-bbox="150 1798 1235 1966">• Studierende teilen Daten, Informationen und digitale Inhalte durch geeignete digitale Technologien mit anderen und nutzen digitale Werkzeuge für kollaboratives Arbeiten zur Erzeugung digitaler Inhalte (=Digitale Kompetenzen) 	40%

Betriebliches Schnittstellenmanagement

Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Das als Gruppenarbeit angelegte Unternehmensplanspiel fördert die Kommunikations- und Kooperationskompetenzen der Studierenden. Durch zeitliche Beschränkungen und den wettbewerblichen Charakter des Planspiels sollten Studierende ihre Team-, Kommunikations- und Konfliktfähigkeiten trainieren.	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none">• Durch die Teilnahme am Unternehmensplanspiel entwickeln Studierende besonders ihr Durchsetzungsvermögen (selbstbewusst eine eigenständige, ggf. abweichende Meinung vertreten und plausibel argumentieren), ihre Entscheidungsfähigkeit (Informationsbeschaffung, Alternativen entwickeln & Prioritäten setzen; möglichen Folgen berücksichtigen) und Flexibilität (Anpassung an sich verändernde Bedingungen).• Studierende zeigen Einsatzbereitschaft und Zuverlässigkeit in der Lösung gruppenbasierter Aufgaben (z.B. sich für gemeinsame Ziele aktiv, nachdrücklich und mit weitgehend vorbehaltlosem Engagement einzusetzen// halten sich an Regeln & Absprachen, die sie mit anderen vereinbart haben).	

Betriebliches Schnittstellenmanagement

Inhalt:

1. Im Studienverlauf haben die Studierenden betrieblichen Funktionsbereiche kennengelernt und haben sich in den gewählten Spezialisierungen funktionsbereichsspezifische Kenntnisse angeeignet. Aufbauend auf diesen fachlichen Kompetenzen stellt das Modul eine funktionsbereichsübergreifende Perspektive in den Mittelpunkt, indem Studierende lernen, Unternehmen als Wertschöpfungssysteme zu verstehen und entwickeln ein Bewusstsein für die Notwendigkeit der Schnittstellengestaltung. Inhaltlich vermittelt das Modul fachliche Kompetenzen zur besseren Gestaltung von Interdependenzen betrieblicher Funktionseinheiten. Das Modul umfasst 3 Bausteine: (1) Unternehmensplanspiel; (2) Theorieeinheiten zum Betrieblichen Schnittstellenmanagement und (3) Reflexionen:
2. Unternehmensplanspiel
 - 2.1. Grundlegende Konzepte der Unternehmensführung (strategische und operative Unternehmensziele, Führungstechniken)
 - 2.2. Aufbau und Systematik von computergestützten Simulationen;
 - 2.3. Wiederholung der wichtigsten Zusammenhänge der internen und externen Unternehmensrechnungen im ganzheitlichen Kontext; Erläuterung und Diskussion der Periodenberichte des Planspiels zu den Aspekten der (wertorientierten) Unternehmensführung, Unternehmensleitbild (Vision, Mission, Zielbildung), Strategisches Marketing (Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Corporate Identity), Geschäftsfeldentwicklung, Personalplanung und -qualifikation, Produktivität und Fluktuation, Produktmanagement, Beschaffungsmanagement (Make-or-Buy Decision; Global Sourcing), Ökologische Produktion, Rationalisierung, Investitions- und Auslastungsplanung, Finanz- und Rechnungswesen (Kostenrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz, GuV, Cash-Flow Statement und Kennzahlensysteme)
3. Theorieeinheiten zum Betrieblichen Schnittstellenmanagement
 - 3.1. Das Unternehmen als Wertschöpfungssystem
 - 3.2. Grundlagen des Schnittstellenmanagements
 - 3.3. Ziele, Handlungsansätze & Instrumente des Schnittstellenmanagements
 - 3.4. Management schnittstellentypischer Probleme (z.B. zwischen Produktion und Marketing; Produktion und Beschaffung; Controlling und Externes RW, Marketing und R&D, etc.)
4. Reflexion: Studierende erweitern ihr studienbegleitendes E-Portfolio um Reflexionen aus dem Unternehmensplanspiel sowie fachlichen Reflexionen ausgewählter Schnittstellenprobleme.

Betriebliches Schnittstellenmanagement

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Vorlesungsunterlagen insb. zur Durchführung des Unternehmensplanspiels

Empfohlene Literatur:

Ulrich, P.; Baltzer, B. (Hrsg.): Wertschöpfung in der Betriebswirtschaftslehre – Festschrift für Prof. Dr. habil. Wolfgang Becker zum 65. Geburtstag, Wiesbaden 2019
Brockhoff, Klaus; Hauschildt, Jürgen (1993) : Schnittstellenmanagement - Koordination ohne Hierarchie?, Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, No. 316, Universität Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre
Brockhoff, K. (1989), Schnittstellenmanagement, Stuttgart 1989.
Kooperation an Schnittstellen : eine empirische Untersuchung. Röder, Roland (Verfasser). Frankfurt am Main ; Berlin ; Bern ; Bruxelles ; New York ; Oxford ; Wien : Lang. 2001
Eckardt, G.H.: Business Management – Angewandte Unternehmensführung, 2. Auflage, Göttingen 2010.
Swoboda, B., Weiber, R. (2013): Grundzüge betrieblicher Leistungsprozesse, Marketing, Innovation, Produktion, Logistik und Beschaffung. Verlag Franz Vahlen München.
Weitere aktuelle Literatur wird bei Bedarf zusätzlich benannt bzw. kann den Lehrmaterialien entnommen werden.

Praxisarbeit

Modul: Praxisarbeit	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Ronny Freier	

Semester: 5	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 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	Stand vom: 2021-05-10
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"> • Explizite Vermittlung von Kenntnissen sind in diesem Modul nicht beabsichtigt. 	35%

Praxisarbeit

Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind befähigt theoretische Modelle auf ein gegebenes praktisches Problem anzuwenden,• das gegebene Problem strukturiert zu lösen und darzustellen und• wissenschaftliche Methoden bei der Lösung zu verwenden.	35%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind in der Lage Komplexe Zusammenhänge zu analysieren und darzustellen.	30%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind in der Lage ihre Arbeit über die Dauer eines Semesters zu strukturieren und selbstständig durchzuführen.	

Inhalt:

1. Das vorliegende Modul soll zur "Halbzeit" des Studiums die Studierenden dazu befähigen, ein aus der Praxis (Berufsalltag) stammendes Problem aufzugreifen und sich kritisch mit demselben auseinanderzusetzen bzw. es zu lösen. Hierfür ist beabsichtigt, dass wissenschaftliche Methoden, Modelle und Instrumente der vorhergehenden Semester - sofern möglich- direkt in der Praxis erprobt und eingesetzt werden. Den Abschluss bildet ein Praxisbericht, der dem jeweiligen betreuenden Dozenten (Praxisbetreuer- wirdevom Studenten ausgesucht) begutachtet wird.

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (100%)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

WPM I: Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht

Modul: WPM I: Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. jur. Stefan Strassner	

Semester: 5	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 22.0/23.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom:
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	0.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	45

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen	%
Fertigkeiten	0%

WPM I: Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht

Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz	%
Selbstständigkeit	

Inhalt:

Prüfungsform:

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:

WPM I: Wirtschaftsinformatik III: Datenbanken

Modul: WPM I: Wirtschaftsinformatik III: Datenbanken	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Dipl.-Informatikerin Jacqueline Markwardt	

Semester: 5	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 45.0/0.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-01-14
Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	88.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	135

WPM I: Wirtschaftsinformatik III: Datenbanken

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden kennen und verstehen die strukturierte und systematische Modellierung von Informationen praxisrelevanten Informationen,• das Entity-Relationship-Modell und das Relationenmodell (Datentypen, Schlüsselkonzept, Normalisierung),• die SQL-Abfragen zur Datenverwaltung und Datenabfrage.• Einführende Konzepte und Methoden des Data Science's im Kontext von Business Intelligence und Big Data Anwendungen.	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind befähigt betriebswirtschaftliche Abläufe in relationalen Datenmodellen abzubilden und• betriebswirtschaftliche Kennzahlen mittels relationalen Daten zu erstellen.• Einfache Methoden und Arbeitsweisen eines Data Scientist's: Datenanalyse und Extraktion von Wissen.• Suche nach verborgenen, bisher unbekanntem Informationen in großen Datenmengen (Stichworte: Business Intelligence, Big Data, Data Mining).	40%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und in der Unterrichtsdiskussion datenbankspezifischen Inhalte adäquat zu kommunizieren. Sie können Aufgabenstellungen im Team diskutieren und lösen. Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren und auf Nachfragen angemessen reagieren.	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese zu realisieren. Sie können die eigenen Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen vergleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten wie z.B. Lernberatung nachfragen.	

WPM I: Wirtschaftsinformatik III: Datenbanken

Inhalt:

1. Datenbanktheorie
 - 1.1. Datenmodellierung (ER-Diagramm und Relationenmodell, Kardinalität)
 - 1.2. Normalformen und Normalisierung
 - 1.3. Datenintegrität
2. SQL
 - 2.1. Datendefinition
 - 2.2. Datenmanipulation
 - 2.3. Abfragen
3. Office-Anbindung / Modellierungswerkzeuge
 - 3.1. Access
 - 3.2. Fallstudien, Tabellen und Abfragen
4. Data Science
 - 4.1. Grundlegende Einführung in die Methoden und Konzepte des Data Science
 - 4.2. Klassifikationstabelle sowie Klassifikationsbaum verstehen und erstellen.
 - 4.3. Einführende Grundlagen und Beispiele der Assoziationsanalyse.

Prüfungsform:

Klausur

Pflichtliteratur:

Vorlesungsunterlagen

Empfohlene Literatur:

Date, C. (1990). *An introduction to database systems/1..* Reading [u.a.]: Addison-Wesley Publishing Co..

Steiner, R. (2014). *Grundkurs Relationale Datenbanken.* Wiesbaden: Springer Fachmedien. RRZN Handbücher zu Access

Teamentwicklung und Coaching I + II

Modul: Teamentwicklung und Coaching I + II	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Markus Karp & M. Sc. Marcel Herold	

Semester: 6	Dauer: 2	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 45.0/0.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-25
Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	35.0
Projektarbeit:	55.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	135

Teamentwicklung und Coaching I + II

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 und Coaching I + II

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. Fallübungen zu Techniken der Teamentwicklung
 - 5.1. Kreativität im Team
 - 5.2. Team-Kommunikation
 - 5.3. Teamentwicklung und Entscheidungsfindung durch Workshops
 - 5.4. Konfliktlösung im Team
6. Coaching
 - 6.1. Begriffsklärung: Coaching und Beratung
 - 6.2. Coaching Methoden
 - 6.3. Coaching Formate
 - 6.4. Praktische Übungen

Teamentwicklung und Coaching I + II

Prüfungsform:
Präsentation (40%) Belegarbeit (60%)

Pflichtliteratur:
Huber, J. & Hamann, A. (2015). <i>Coaching - Die Führungskraft als Trainer</i> . Wiesbaden: Springer.
Empfohlene Literatur:
Herrmann, D. & Hüneke, K. & Rohrberg, A. (2006). <i>Führung auf Distanz</i> . Wiesbaden: Gabler. Kauffeld, S. (2001). <i>Teamdiagnose</i> . Göttingen: Verl. für Angewandte Psychologie. Staehe, W. (1999). <i>Management</i> . München: Vahlen. Stahl, E. (2012). <i>Dynamik in Gruppen: Handbuch der Gruppenleitung</i> . Beltz. van Dick, R. & A. West, M. (2013). <i>Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung (Praxis der Personalpsychologie, Band 8)</i> . Hogrefe Verlag.

Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen (Verkehrsplanung)

Modul: Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen (Verkehrsplanung)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Christian Liebchen & Prof. Dr.-Ing. Ralf Kohlen	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 30.0/30.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-12
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Wiederholungsmodalitäten: mdl. Prüfung - zum Beginn des Folgesemesters; Projektarbeit - Wiederholungsmöglichkeit im Folgematrikel		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	59.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	1.0
Gesamt:	150

Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen (Verkehrsplanung)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen die Teilaufgaben zur Planung der für die Erbringung von Verkehrsdienstleistungen erforderlichen Ressourcen, für diese einschlägige rechtliche Grundlagen 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können sich in ausgewählte Standardsoftware zur Betriebsplanung einarbeiten, darin Planfälle bearbeiten und diese insbesondere vergleichend analysieren und bewerten. Zudem können sie kleine praktische planerische Aufgabenstellungen als ganzzahliges lineares Optimierungsmodell formulieren und lösen 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden lernen, sich in Arbeitsgruppen zu organisieren und gemeinsam Planfälle und Aufgabenstellungen zu bearbeiten, sowie sich innerhalb der Rahmenbedingungen für die Erbringung von Verkehrsdienstleistungen zu bewegen 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Einarbeitung in ausgewählte Standardsoftware auf dem Gebiet der Betriebsplanung und in geeignete ganzzahlige lineare Optimierungsmodelle, regelmäßige Plausibilisierung der vorgenommenen Aktionen und Zwischenergebnisse 	

Angebots- und Betriebsplanung von Verkehrsunternehmen (Verkehrsplanung)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

- Projektarbeit (50%)
- Mündliche Prüfung (50%)

Pflichtliteratur:

Lars Schnieder (2018), "Betriebsplanung im öffentlichen Personennahverkehr", 2. Auflage, Springer Vieweg

Empfohlene Literatur:

Winfried Reinhardt (2018), "Öffentlicher Personennahverkehr", 2. Auflage, Springer Vieweg

Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik (Human Resource Management)

Modul: Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik (Human Resource Management)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Christian Hederer & Prof. Dr. jur. Jörg Peter	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 22.0/23.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-28
Pflicht Voraussetzungen: Grundkenntnisse des deutschen Rechts und der Volkswirtschaftslehre		
Empfohlene Voraussetzungen: Grundkenntnisse des Arbeitsrechts, bspw. aufgrund der Absolvierung des Wahlpflichtmoduls		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Das Modul vermittelt eine interdisziplinäre Einführung in Grundfragen des Arbeitsrechts und der Arbeitsmarktpolitik. Nach einer Vermittlung der juristischen und ökonomischen Grundlagen werden ausgewählte Themen im Team-Teaching durch beide Dozenten präsentiert und eine kombiniert juristisch-wirtschaftswissenschaftliche Perspektive erarbeitet. Die Studierenden werden geschult, Fragen des Arbeitsrechts und der Arbeitsbeziehungen auf verschiedenen Ebenen (etwa Betrieb, Tarifparteien, Gesamtwirtschaft) zu analysieren und zu beurteilen.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	89.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	1.0
Gesamt:	135

Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik (Human Resource Management)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse des deutschen Arbeitsrechts • Grundkenntnisse der Arbeitsmarktökonomik • Grundkenntnisse der Arbeitsmarktpolitik und ihrer wesentlichen Institutionen und Akteure in Deutschland 	75%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Juristische Einordnung und Erstbeurteilung grundlegender arbeitsrechtlicher Sachverhalte • Einordnung und Einschätzung arbeitsrechtlicher Regelungen und arbeitsmarktpolitischer Maßnahmen aus ökonomischer und rechtlicher Perspektive 	15%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung und Präsentation von Falllösungen oder Stellungnahmen in Teams • Akzeptanz von und sachliche Auseinandersetzung mit unterschiedlichen wirtschafts-/sozialpolitischen Standpunkten 	10%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit zur eigenständigen Recherche und Analyse einschlägiger Fragestellungen, die juristische und wirtschaftswissenschaftliche/ökonomische Sichtweisen verknüpft 	

Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik (Human Resource Management)

Inhalt:

1. Kernpunkte des deutschen Arbeitsrechts - Individualarbeitsrecht: Begründung des Arbeitsverhältnisses, Rechte und Pflichten im Arbeitsverhältnis, Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insbesondere Kündigungsrecht. Kollektives Arbeitsrecht: Arbeitskampf- und Tarifrecht, insbesondere die Rolle der Gewerkschaften, Betriebsverfassungsrecht
2. Grundzüge der Arbeitsmarktökonomik und -politik: Lohnbildung, Strukturen und Organisationsformen des Arbeitsmarkts, Arbeitslosigkeit aus mikro- und makroökonomischer Perspektive, Hauptinstrumente der Arbeitsmarktpolitik und ihre Wirkungen
3. Ausgewählte Themen; Beispiele: a. Tarifverträge und Tarifautonomie. Rechtliche Probleme und ökonomische Wirkungen von Mindestlöhnen; Allgemeinverbindlichkeitserklärungen von Tarifverträgen und ihre Problematik; Rolle der Gewerkschaften und Verhältnis zu Nicht-Gewerkschaftsmitgliedern. b. Kündigungsschutz und Funktionsfähigkeit des Arbeitsmarktes. Kündigungsrecht in Deutschland, Analyse und internationaler Vergleich aus ökonomischer Perspektive. c. Kurzarbeit als arbeitsmarktpolitisches Instrument. Ökonomische Analyse, arbeits- und flankierend sozialrechtliche Fragestellungen.

Prüfungsform:

Mündliche Prüfung

Pflichtliteratur:

Däubler, W. (2017). *Arbeitsrecht Ratgeber für Beruf - Praxis - Studium* [derzeit 12. A. 2017].

Empfohlene Literatur:

Betriebliche Steuern I (FACT Mittelstand)

Modul: Betriebliche Steuern I (FACT Mittelstand)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Professorin Nikola Fee Budilov-Nettelmann & Prof. Dr. Ivonne Klipstein	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-03-01
Pflicht Voraussetzungen: Grundlagen des externen Rechnungswesens (Finanzbuchführung) und der Bilanzierung		
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

Betriebliche Steuern I (FACT Mittelstand)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind mit dem Ablauf des Besteuerungsverfahrens vertraut. • Die Studierenden kennen das System der Nettoumsatzsteuer mit Vorsteuerabzug. • Die Studierenden kennen die Tatbestände der Umsatzsteuer. • Insbesondere kennen sie Systematik der umsatzsteuerlichen Falllösung. • Die Studierenden kennen die europarechtlichen Bezüge der Umsatzsteuer. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die Umsatzsteuer in das Steuersystem einordnen. • Sie können einen Lebenssachverhalt umsatzsteuerlich beurteilen. • Sie können umsatzsteuerliche Fallgestaltungen lösen. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können in Kleingruppen Falllösungen erarbeiten und die erarbeiteten Lösungen der Gruppe vorstellen. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Sie können sich unbekannte Sachverhalte selbständig erarbeiten, indem sie u.a. in einschlägigen Fachdatenbanken recherchieren. • Sie können Lehr- und Lernziele reflektieren und diese eigenverantwortlich verfolgen. 	

Betriebliche Steuern I (FACT Mittelstand)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

Klausur (100%)

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

Betriebliche Steuern I (FACT Mittelstand)

Pflichtliteratur:
Gesetzesredaktion (Bearbeitet von der), N. (aktu). <i>Wichtige Steuergesetze: mit Durchführungsverordnungen..</i> NWB Verlag.
Empfohlene Literatur:
Budilov-Nettelmann, Steuerlehre, 1. Auflage 2021, Wiley

Data Mining and Analytics (Marketing & Human Resource Analytics)

Modul: Data Mining and Analytics (Marketing & Human Resource Analytics)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Rainer Stollhoff & Prof. Dr. Marc Roedenbeck	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-24
Pflicht Voraussetzungen: Basics of information management and statistics		
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: The module is part of the specialisation Marketing & HR Analytics.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	120.0
Projektarbeit:	15.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	195

Data Mining and Analytics (Marketing & Human Resource Analytics)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Students are familiar with basic dataflows and data management processes, analytical techniques as well as visualization methods commonly used in HR and Marketing analytics. They know the corresponding definitions, properties and notation. 	20%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Students can handle data. Students can import and merge data from different data sources, transform variables and/or construct new variables, aggregate data and export results. • Students can explore data. Students can group and filter data, calculate descriptive statistics to aggregate information, and generate visualizations to graphically analyse and display properties and relationships of data. • Students can analyse data. Students can carry out basic hypothesis tests regarding group differences on a professional level, they can fit and assess multivariate regression models to investigate for relationships between variables and generate forecasts. • Students can report data. Students can interpret the results and know about shortcomings and limitations of different analytical procedures, they can select appropriate statistics and visualizations to display and communicate data and results constructively, effectively and consciously both orally and in writing. 	60%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to critically question and review the work of their peers. They can formulate and communicate their feedback in a structured and constructive manner. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Students can carry out analysis, develop novel ideas and organize work processes independently. 	

Data Mining and Analytics (Marketing & Human Resource Analytics)

Inhalt:

1. Data Mining and Analytics Software
2. Data management (data import / export, selecting and merging data, variable transformations)
3. Descriptive summary statistics (frequency tables, summary statistics)
4. Data visualisations (pie and bar charts, line diagrams, histograms, boxplots, scatterplots)
5. Statistical hypothesis tests (test for differences between groups, tests for association)
6. Cluster analysis and data projection methods (k-means clustering, hierarchical clustering, principal component analysis, t-SNE)
7. Multivariate regression models (linear regression models, classification and regression trees)

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Orange Data Mining channel on YouTube

Runkler, T. *Data analytics : models and algorithms for intelligent data analysis*. E-Book: Springer.

James, G. & Tibshirani, R. & Hastie, T. & Witten, D. (2013). *An Introduction to Statistical Learning*. New York, NY: Springer.

Datenverarbeitung und -visualisierung (Data Analytics)

Modul: Datenverarbeitung und -visualisierung (Data Analytics)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Rainer Stollhoff	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-24
Pflicht Voraussetzungen: Grundkenntnisse in deskriptiver Statistik und empirischen Forschungsmethoden		
Empfohlene Voraussetzungen: Erfahrung in der computerbasierten Datenverarbeitung z.B. mit Tabellenkalkulationen		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Das Modul ist Teil der Spezialisierung Data Analytics.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	60.0
Projektarbeit:	20.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	140

Datenverarbeitung und -visualisierung (Data Analytics)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen die Grundkonzepte des Datenmanagements. Insbesondere können Sie die Relevanz von Datenquellen und Daten mit Blick auf eine konkrete Fragestellung beurteilen. • Die Studierenden kennen und verstehen gängige Kenngrößen deskriptiver Statistik und können diese in verschiedenen Kontexten bezogen auf unterschiedliche Fragestellungen interpretieren. • Die Studierenden kennen und verstehen gängige Verfahren der Datentransformationen und -repräsentation aus dem Bereich des Unsupervised Learning. • Die Studierenden kennen und verstehen die Grundkonzepte der Programmiersprache R 	25%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die Programmiersprache R zur Datenanalyse einsetzen. • Die Studierenden können Daten aus verschiedenen Quellen und in verschiedenen Formaten einlesen und verarbeiten. • Die Studierenden können für Datensätze zu einer bestimmten Fragestellung passende statistische Kenngrößen und Datenrepräsentationen berechnen und geeignete graphische Darstellungen erzeugen. • Die Studierenden können die Ergebnisse der Datenanalyse in verschiedenen Ausgabeformaten zielgruppengerecht darstellen. 	50%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist. Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen. 	25%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können sowohl eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch hinterfragen. 	

Datenverarbeitung und -visualisierung (Data Analytics)

Inhalt:

1. Grundlagen der Bedienung von R
 - 1.1. Graphische Benutzerumgebungen, Hilfsfunktionen, Pakete
 - 1.2. Befehlssyntax, Datenstrukturen, Funktionsaufrufe
 - 1.3. Daten einlesen und speichern, Dateisystemoperationen
 - 1.4. Kontrollstrukturen, Funktionen erstellen
 - 1.5. Interaktive Notebooks und Dokumente mit RMarkdown und Shiny
2. Datenmanagement
 - 2.1. Datenquellen
 - 2.2. Datenimport
 - 2.3. Datentransformation
3. Explorative Datenanalyse
 - 3.1. Deskriptive Statistik
 - 3.2. Visualisierung / graphische Darstellung
 - 3.3. Datenprojektionen (Clustering und Dimensionsreduktion)
4. Kommunikation von Ergebnissen
 - 4.1. Zielgruppengerechte Aufbereitung
 - 4.2. Darstellungsformate

Prüfungsform:

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

Datenverarbeitung und -visualisierung (Data Analytics)

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
<p>Healy, K. (2018). <i>Data Visualization - A practical introduction</i>. Webbook at https://socviz.co/: Princeton University Press.</p> <p>Wickham, H. & Golemund, G. <i>R for Data Science</i>. https://r4ds.had.co.nz/.</p> <p>James, G. & Tibshirani, R. & Hastie, T. & Witten, D. (2013). <i>An introduction to statistical learning</i>. https://www.statlearning.com/: Springer.</p> <p>Hastie, T. & Friedman, J. & Tibshirani, R. (2009). <i>The Elements of Statistical Learning</i>. E-Book: Springer.</p> <p>Rahlf, T. (2018). <i>Datenvisualisierung mit R</i>. E-Book: Springer Spektrum.</p>

Digitales Marketing I (Digital Marketing & Design)

Modul: Digitales Marketing I (Digital Marketing & Design)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-26
Empfohlene Voraussetzungen: Grundlagen Marketing		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Sofern das Absolventenprofil "Junior Marketing Manager" angestrebt wird, wird eine Teilnahme an der Spezialisierung "Marketing & HRM Analytics" empfohlen.		

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

Digitales Marketing I (Digital Marketing & Design)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz Marketing: Studierende besitzen einen Überblick über praxisrelevante digitale Kommunikationsmaßnahmen inkl. Kanäle, Tools und Akteure und kennen vorherrschende Rahmenbedingungen und Herausforderungen diesbezüglicher Maßnahmen. Studierende können ein Bild über den „neuen Kunden“ zeichnen und kritisch reflektieren. Für einzelne Bereiche digitaler Kommunikation haben sie ein vertieftes Wissen erworben. Sie verstehen, wie man mit Below-the-line digitaler Kommunikation Kunden anspricht und bindet. 	50%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz Marketing: Studierende sind in der Lage Konzepte digitale Kommunikationsmaßnahmen zu entwerfen und ein Planungstool anzuwenden/aufzusetzen. Wissenschaftliche Kompetenzen: Studierende verfügen über eine wissenschaftlich-systematische Arbeits- und Herangehensweise. Diese ist charakterisiert durch den Gebrauch von Theorien, Modellen und systematischen Wissensbeständen. Darüber hinaus weisen sie erste Erfahrungen in der Auswahl, Planung & Durchführung vornehmlich qualitativer empirischer Methoden auf, die im Zusammenhang mit Marketingmaßnahmen stehen. Des Weiteren sind Studierende (a) befähigt wissenschaftliche Beiträge (Texte, Poster, Präsentationen) zu schaffen. Sie können komplexe Zusammenhänge & Ergebnisse in der Argumentation visualisieren und darstellen. Digitale Kompetenzen: Entwicklung, Integration und Überarbeitung von digitalen Inhalten. 	25%

Digitales Marketing I (Digital Marketing & Design)

Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none">• Kommunikationskompetenzen: Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren. Zudem werden Deutschkenntnisse sehr gut in Wort & Schrift angewendet.	25%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none">• Verantwortungsbewußtsein: Studierende besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.• Sorgfältigkeit: Studierende erledigen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich.• Reflexionskompetenz: Studierende entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert. Sie reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.	

Inhalt:

1. Die Vertiefung „Digitales Marketing & Design“ zielt auf die Vermittlung von kreativen und managementbezogenen Kompetenzen mit besonderem Bezug auf Digitales Marketing. In Kombination mit der Spezialisierung Webanalytics and eHRM I (Marketing & Human Resource Analytics) werden Studierende auf die Position „Junior Marketing Manager“ hin ausgebildet.
2. Im Modul Digitales Marketing I (4. Sem.) steht die Vermittlung grundlegender anwendungsbezogener Kenntnisse & Fertigkeiten aus dem Bereich der digitalen Kommunikation im Vordergrund.
 - 2.1. Grundlagen Digitales Marketing
 - 2.1.1. Definition & Begriffsabgrenzungen
 - 2.1.2. Technische Aspekte, Medienaspekte, Datenaspekte und Kommunikationsaspekte des Digitalen Marketing
 - 2.1.3. Implikationen des Digitalen Marketing
 - 2.1.4. Verbreitung & Nutzung des Digitalen Marketing
 - 2.2. Der Moderne Kunde
 - 2.3. Online Marketing Strategie und Konzeption
 - 2.4. Digitale Kommunikation
 - 2.4.1. Überblick Above-the-Line & Below-the-Line Instrumente Digitaler

Digitales Marketing I (Digital Marketing & Design)

Kommunikation

- 2.4.2. Above-the-Line Instrumente im Fokus: Digitale Werbung heute (Marktteilnehmer, Abrechnungsmodelle, Marktvolumen); SEM & Onlinewerbung (SEA+Affiliate, Display Advertising/Banner, Paid per Click etc.)
- 2.4.3. Below-the-Line Instrumente im Fokus (z.B. Social Media Marketing & Community Management)
- 2.4.4. Spezielle und/oder innovative digitale Kommunikationsmaßnahmen sowie Trends: In Zusammenarbeit mit Studierenden wird ein Set an weiteren speziellen oder innovativen digitalen Kommunikationsmaßnahmen definiert, die in einem inverted classroom Format behandelt werden (z.B. Prognostic Marketing//Online PR//Mobile Marketing//Native Advertising//TV-Marketing//Digitales Radio//Digital out of Home Marketing//Web-Events-Web 2.0//Cross Media Marketing//Videomarketing//Virales Marketing//Social Bockmarking//Blogging usw.)
- 2.4.5. Content Marketing
- 2.5. Spezielle Herausforderungen digitalen Marketings (z.B. Bannerblindheit, Adblocker, Mobile Internetnutzung, Mensch-Technik Interaktion, Kinder als Rezipienten)

Prüfungsform:

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

Digitales Marketing I (Digital Marketing & Design)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Ascherl, S.: Content Marketing Kompendium : Digitales Unternehmensmarketing einfach und einfallsreich erklärt. BMU Media Verlag Landshut 2021.

Bravo, C.: Social Media Marketing für Einsteiger : Erfolgreiches Marketing auf Facebook, Instagram, LinkedIn und Co. BMU Media Verlag Landshut 2021.

Heinrich, S.: Content Marketing: so finden die besten Kunden zu Ihnen: wie Sie Ihre Zielgruppe anziehen und stabile Geschäftsbeziehungen schaffen. Wiesbaden: Springer Gabler (jeweils aktuelle Auflage)

Ivanova, J. & Gawenda, A.: Online-Mediaplanung für Einsteiger : Grundlagen, Begriffe, Arbeitsschritte und Praxisbeispiele für B2C und B2B. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (Verlag) 2021.

Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing : Affiliate-, Influencer-, Content-, Social-Media-, Amazon-, Voice-, Messenger- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (Verlag) (jeweils aktuelle Ausgabe)

Pilz, G.: Online-Marketing Schritt für Schritt : Arbeitsbuch. UTB - Konstanz : UVK Konstanz 2021.

Rommerskirchen, J. (Herausgeber): Die neue Macht der Konsumenten. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (Verlag) 2020.

Ruisinger, D.: Die digitale Kommunikationsstrategie: Praxis-Leitfaden für Unternehmen - Mit Case Studys und Expertenbeiträgen - Für eine Kommunikation in digitalen Zeiten. Schäffer Poeschel. Stuttgart (jeweils aktuelle Auflage)

Wesselmann, M. (Hrsg.): Content gekonnt: Strategie, Organisation, Umsetzung, ROI-Messung und Fallbeispiele aus der Praxis. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (Verlag) 2020

Weitere Literaturangaben entnehmen Sie den Vorlesungsunterlagen.

Entrepreneurship (Innovation & Entrepreneurship)

Modul: Entrepreneurship (Innovation & Entrepreneurship)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/45.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-19
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	72.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	3.0
Gesamt:	150

Entrepreneurship (Innovation & Entrepreneurship)

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 -testung und Businessplanung an. Die Studierenden arbeiten in Teams an Gründungsprojekten 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. 	

Entrepreneurship (Innovation & Entrepreneurship)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

Klausur (50%)
Projektarbeit (50%)

Pflichtliteratur:

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

Empfohlene Literatur:

Hoxtell, A., & Hasewinkel, V. (Eds.). (2020). Fallstudien zu Berliner Gründerpersönlichkeiten: Chancenâ€Risikenâ€Einflussfaktoren. Springer-Verlag.

Fallstudie - IT Consulting (Unternehmensberatung)

Modul: Fallstudie - IT Consulting (Unternehmensberatung)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Ralf Szymanski	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 30.0/0.0/30.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-27
Empfohlene Voraussetzungen: Controlling, SAP-Grundkenntnisse		
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

Fallstudie - IT Consulting (Unternehmensberatung)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die Historie, Grundlagen, Anwendungsgebiete und aktuelle Trends von ERP-Systemen. Darüber hinaus werden die Grundlagen und wichtige Ansätze des Gemeinkostencontrollings beherrscht. • Sie lernen spezifische Methoden der innerbetrieblichen Kosten- und Leistungsverrechnung bzw. der Sekundärkostenrechnung kennen. • Sie sind in der Lage Vor- und Nachteile zu beschreiben. Daraus abgeleitet können sie Konzepte sinnvoller IT-Strategien (aus betriebswirtschaftliche Sicht) bewerten. 	50%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können aus einer gegebenen Problemstellung herauspassende IT-Anforderungen auf abstrakter Ebene fachlich korrekt formulieren und somit ein passendes IT-Konzept erarbeiten bzw. bestehende Konzepte bewerten. • Sie erkennen IT-Potenziale und können Lösungsansätze für konkrete Anwendungsfälle konzipieren. • Die Studierenden können aus einer gegebenen Problemstellung des Gemeinkostencontrollings Anforderungen auf abstrakter Ebene fachlich korrekt formulieren. Eine bestehende Ausgangssituation sind Schwachstellen und Verbesserungspotentiale zu identifizieren. Alternative Lösungsansätze sind zu konzipieren und in SAP-CO in kleinen Teams eigenständig zu implementieren. 	30%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz	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 Inhalte des Controllings adäquat zu kommunizieren. Sie können Aufgabenstellungen im Team diskutieren und lösen. Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren und auf Nachfragen angemessen reagieren. Die Studierenden sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese zu realisieren. Sie können die eigenen Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen vergleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten wie z.B. Lernberatung nachfragen. 	

Fallstudie - IT Consulting (Unternehmensberatung)

Inhalt:

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Techniken des operativen Controllings im Bereich der innerbetrieblichen Kosten- und Leistungsverrechnung2. Verwaltung von Stammdaten in SAP: Kostenstellen, Kostenstellengruppen, primäre und sekundäre Kostenarten sowie Leistungsarten und Leistungsartengruppen3. ausgewählte Szenarios der Planungsmöglichkeiten im Bereich des Gemeinkostencontrollings in SAP-CO bezüglich der: Leistungsausbringungen, Primärkostenaufnahme sowie der indirekten und direkten Leistungsaufnahmen und deren Auswirkungen auf die Verrechnungspreise von Produkten und Dienstleistungen (Tarife). |
|---|

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (100%)

Pflichtliteratur:

Vorlesungsunterlagen

Empfohlene Literatur:

wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Human Resource Management (Human Resource Management)

Modul: Human Resource Management (Human Resource Management)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Marc Roedenbeck, M. Sc. Marcel Herold & Prof. Dr. rer. pol. Markus Karp	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 22.0/23.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-26
Pflicht Voraussetzungen: Keine		
Empfohlene Voraussetzungen: Organisation & Personalwirtschaft		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	40.0
Projektarbeit:	60.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	145

Human Resource Management (Human Resource Management)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die Aspekte des Employee Life Cycle erklären und prägnant zusammenfassen 	50%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können Handwerkszeuge der Aspekte des Employee Life Cycle anwenden • Die Studierenden können Ergebnisse der Handwerkszeuge darstellen und hinterfragen • Die Studierenden können Anwendungsgebiete erkennen und Verbesserungen der Handwerkszeuge vorschlagen 	30%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Studierende halten sich an Regeln & Absprachen, die sie mit anderen vereinbart haben. • Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist. • Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können sowohl eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch hinterfragen. • Studierende können in unterschiedlichen Situationen angemessene Entscheidungen treffen • Studierende besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft selbstgesteuert ein Forschungstagebuch zu erstellen 	

Human Resource Management (Human Resource Management)

Inhalt:

1. Employee Life Cycle
2. Human Resource Strategy
3. Diversity
4. Job Analysis & Design
5. Employee Recruitment
6. Employee Selection
7. Employee Performance Management
8. Performance Reward Management
9. Compensation & Benefits
10. Safety & Well-Being
11. International Human Resource Management
12. Leadership

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Bauer T, Erdogan B, Caughlin D & Truxillo D (2020): Human Resource Management: People, Data, and Analytics. Sage: Thousand Oaks.

Empfohlene Literatur:

Armstrong, M. und Taylor, S. Armstrong's Handbook of Human Resource Management. Kogan Page. 2014
Berthel J & Becker FG (2017), Personal-Management, 11te Auflage. Schäffer-Poeschel: Stuttgart.

Inferenzstatistik (Data Analytics)

Modul: Inferenzstatistik (Data Analytics)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Ronny Freier & Dr. rer. nat. Gabriela Birgit Witte	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-08-30
Pflicht Voraussetzungen: Grundlage für diesen Kurs sind die Inhalte und Techniken aus den vorangehenden Statistikkursen im Studiengang.		
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Das Modul ist Teil der Spezialisierung Data Analytics. Es findet zeitgleich mit dem Modul Datenverarbeitung- und visualisierung statt und ist stellt die Grundlage für die Module Prädiktive Analysetechniken und Projekt Data Analytics dar.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	70.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	132

Inferenzstatistik (Data Analytics)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen Wahrscheinlichkeiten sowie diskrete und stetige Wahrscheinlichkeitsverteilungen. • Die Studierenden können Schätzverfahren für Erwartungswerte und Varianzen auf kleine Datensätze anwenden. • Die Studierenden sind mit unterschiedlichen Testsituationen in der Statistik vertraut. Sie können die entsprechenden statistischen Tests selbstständig identifizieren und in der Statistiksoftware R sowie in Tabellenkalkulationsprogrammen umsetzen. • Die Studierenden kennen spezielle nicht-parametrische Tests, die sich für kleine Stichproben eignen. • Die Studierenden können Hypothesen im linearen Regressionsmodell überprüfen. 	50%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden vertiefen Ihre Fertigkeiten im Umgang mit Datensätzen. • Die Studierenden können selbstständig testbare Hypothesen aufstellen und diese mit den gegebenen Daten überprüfen. • Die Studierenden erstellen selbstständig komplexe Abbildungen, die geeignet sind, die Hypothesentests visuell zu unterlegen. • Die Studierenden gewinnen Sicherheit im Umgang mit der Statistiksoftware R. 	30%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden lernen die sichere Kommunikation über Zahlen, Daten und Fakten. • Die Studierenden lernen sich selbst in komplexe Sachverhalt aus dem Bereich der Statistik einzuarbeiten. • Die Studierenden können Aufgaben eigenverantwortlich und effektiv in Arbeitsgruppen zu bearbeiten. • Die Studierenden sind in der Lage sich aktiv am Erkenntnisprozess zu beteiligen. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können eigene Lern- und Arbeitsprozesse sowie deren Ergebnisse eigenverantwortlich analysieren und bewerten und ggf. optimieren. • Die Studierenden können selbstständig Daten aufbereiten und bearbeiten. Mit den aufbereiteten Daten können die Studierenden selbstständig erarbeitete Hypothesen testen. 	

Inferenzstatistik (Data Analytics)

Inhalt:

1. Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung - Rechenregeln, Bedingte Wahrscheinlichkeiten, Kombinatorik, Diskrete und Stetige Wahrscheinlichkeitsverteilungen
2. Schätzverfahren - Schätzverfahren für Erwartungswerte, Schätzverfahren für Varianzen
3. Hypothesentests - Tests für Mittelwerte, Tests für Mediane, Tests für Varianzen
4. Nicht-parametrische Testverfahren - Wilcoxon-Vorzeichen-Test, Kolmogorow-Smirnow-Test, Mann-Whitney-U-Test
5. Hypothesentests im linearen multivariaten Regressionsmodell

Prüfungsform:

Hausaufgaben (15%)
Klausur (85%)

Pflichtliteratur:

Haack, Tippe, Stobernack und Wendler (eBook) Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Kapitel 10-12.

Büning, Trenkler (2013), "Nichtparametrische statistische Methoden", DeGruyter Verlag.
von Auer (2016), "Ökonometrie - Eine Einführung", Gabler Verlag.

Empfohlene Literatur:

Innovation in der Wissensgesellschaft (Innovation & Entrepreneurship)

Modul: Innovation in der Wissensgesellschaft (Innovation & Entrepreneurship)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof.Dr.rer.pol.habil. Iciar Dominguez Lacasa	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/45.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-28
Empfohlene Voraussetzungen: Einführung VWL I		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	73.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	150

Innovation in der Wissensgesellschaft (Innovation & Entrepreneurship)

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

Innovation in der Wissensgesellschaft (Innovation & Entrepreneurship)

Inhalt:

1. Wissensgesellschaft und Wissensökonomie: Einführung und Grundlagen
2. Innovationssysteme und Netzwerke
3. Innovationsindikatoren für Unternehmen, Regionen und Länder
4. Unternehmen und Netzwerke in wissensintensiven Sektoren (Fallbeispiele)
5. Analyse von Regionen im Wandel zur Wissensgesellschaft (Fallbeispiele)

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

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

Empfohlene Literatur:

Advancing Knowledge and The Knowledge Economy Edited by Brian Kahin and Dominique Foray
Doing Business in the Knowledge-Based Economy Facts and Policy Challenges SPRINGER, BERLIN; SPRINGER US, 2012

International Accounting (FACT International)

Module: International Accounting (FACT International)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus	

Semester: 6	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-04-06
Recommended prior knowledge: Externes Rechnungswesen (Buchführung und nationale Bilanzierung)		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations:		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	88.0
Project:	0.0
Examinations:	2.0
Total:	150

International Accounting (FACT International)

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
Knowledge <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verfügen über ein kritisches Verständnis: <ul style="list-style-type: none"> der Gründe für internationale Rechnungslegung der Organisation der Standardsetzer der wesentlichen Unterschiede zwischen IFRS und HGB der Komponenten des IFRS-Jahresabschlusses der Interpretation von IFRS-Bilanzen 	80%
Skills <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage <ul style="list-style-type: none"> Geschäftsvorfälle eines Unternehmens in der IFRS-Buchhaltung zu erfassen Jahresabschlüsse und einzelne Bilanz- und GuV Positionen zu interpretieren 	10%
Personal competences	
Social competence <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage <ul style="list-style-type: none"> ihre Lösungen einfacher Buchungsaufgaben nach IFRS argumentativ zu vertreten und im Wechselspiel mit ihren Kommilitonen und Kommilitoninnen sowie im Dialog mit ihrer Lehrkraft weiter zu entwickeln. 	10%
Autonomy <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können Jahresabschlüsse nach IFRS <ul style="list-style-type: none"> analysieren und bewerten hinsichtlich einfacher Geschäftsvorfälle eigenständig aufstellen 	

Content:
<ol style="list-style-type: none"> Metazweck der Rechnungslegung Einführung in die Konzernrechnungslegung Internationalisierung der Rechnungslegung, Institutioneller Rahmen der IFRS Konzeptionelle Grundlagen der IFRS Ausgewählte IFRS, u.a.: IAS 16, IAS 37, IAS 38

Examination format:
The actual examination procedures can be found in the examination plan, which is provided by the lecturer within the first two weeks of lectures. (100%)

International Accounting (FACT International)

Compulsory reading:
Vorlesungsunterlagen IAS/IFRS-Texte in aktueller Auflage (gebundene Verlagsausgabe) in deutscher oder/und englischer Sprache Pellens/Fülbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung, aktuellste Auflage (verfügbar als e-book-Lizenz) Wirtschaftsnachrichten
Recommended reading:

International Trade: Economics, Politics, Law I (International Trade and Investment)

Module: International Trade: Economics, Politics, Law I (International Trade and Investment)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. Christian Hederer & Prof. Dr. Dietmar Baetge	

Semester: 6	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-03-01
Compulsory prior knowledge: Basics of private and public law; basics of economics		
Recommended prior knowledge:		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations: The module is part of the curriculum for the specialization "International Trade and Investment". The modules "International Trade: Economics, Politics, Law I" and "The Law of International Business Transactions I" will be co-taught in an integrated interdisciplinary fashion. Therefore, their descriptions correspond.		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	88.0
Project:	0.0
Examinations:	2.0
Total:	150

International Trade: Economics, Politics, Law I (International Trade and Invest

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
<p>Knowledge</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students know ... • â€¦ the basic meaning and content of globalisation; • â€¦ theoretical approaches to globalisation and trade from an economic and political perspective; • â€¦ the scope and character of different legal sources relating to international business transactions; • â€¦ the contribution of international trade to growth and sustainable development and its economic and legal-operational implications for international corporations; • â€¦ the structure of the global financial and exchange rate system and its implications for finance, banking, and economic stability. 	60%
<p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to ... • â€¦ participate, and take theory-based positions, in critical discussions on globalisation; • â€¦ apply and assess the importance of rules related to Corporate Social Responsibility in international trade, and to recognize the broader social and environmental consequences of business decisions in an international context; • â€¦ apply and assess the importance of different standards related to international trade in various fields; • â€¦ assess the role of different finance and exchange rate regimes for international business; • â€¦ retrieve, organise, and assess relevant data from different sources; • â€¦ read and assess primary economic and legal sources on international trade and investment. 	25%

International Trade: Economics, Politics, Law I (International Trade and Invest

Personal competences	
<p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none">• Students are able to ...• ... resolve differences and organize teamwork effectively, and taking into account intercultural differences;• ... communicate complex legal and economic issues in international trade to a broader audience (business, stakeholders).	15%
<p>Autonomy</p> <ul style="list-style-type: none">• Students are able to ...• ... familiarize themselves quickly with complex economic and legal issues in international trade, including relevant research;• ... work out smaller case studies on international business taking into account legal as well as economic perspectives.	

International Trade: Economics, Politics, Law I (International Trade and Invest

Content:

1. Globalization and World Trade
 - 1.1. Globalization “ concept and background
 - 1.2. History of the world trade order in a nutshell
 - 1.3. Traditional and new trade theories in economics: from comparative advantage to new trade paradigms
 - 1.4. The political economy of international trade relations
 - 1.5. International competition policy and trade policy: two sides of the same coin?
2. Growth and Sustainable Development
 - 2.1. The role of international trade and investment for growth and sustainable development
 - 2.2. UN Global Compact, OECD Guidelines for Multinational Enterprises and the social responsibility of international corporations
 - 2.3. Corporate accountability in supply chains
 - 2.4. International standards, with a focus on labor, environment, and intellectual property rights
3. Basics of international finance and exchange rate regimes
 - 3.1. History in a nutshell: Bretton Woods and beyond
 - 3.2. Global Financial Institutions: International Monetary Fund, World Bank, Bank for International Settlements
 - 3.3. The Basle Framework and the regulation of the international banking system
 - 3.4. Exchange rate regimes and currency crises

Examination format:

Written exam

Compulsory reading:

Recommended reading:

Investition und Finanzierung für KMU (FACT Mittelstand)

Modul: Investition und Finanzierung für KMU (FACT Mittelstand)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Stefanie Kunze	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-05
Empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine BWL, Finanzbuchführung, Kosten- und Leistungsrechnung, Mathematik, Investition und Finanzierung		
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 Finanzierung für KMU (FACT Mittelstand)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen die verschiedenen Formen der Mittelstandsfinanzierung • Studierende kennen die vertiefte Grundlagen der Kreditfinanzierung sowie die Kreditwürdigkeitsprüfung und die wesentlichsten Sicherungsinstrumente. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können verschiedene Finanzierungsarten auf ihre wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit für KMU überprüfen und bewerten, • Studierende können Finanzierungsmöglichkeiten für KMU entwickeln, • Studierende können digitale Werkzeuge und Technologien zur individuellen und kollektiven Schaffung von Wissen nutzen. • Studien zufolge ist die Finanzierung mittelständischer Unternehmen im Gegensatz zu Großunternehmen deutlich schwieriger, da sich EU-Richtlinien zur Kreditvergabe von Banken direkt auf mittelständische Unternehmen auswirken. Studierende können ein differen 	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 • Studierende können unter Zeitdruck Lösungen erarbeiten • Studierende sind experimentierfreudig und bereit, neue Wege zu gehen. Sie können Ideen entwickeln und dementsprechend umzusetzen. Sie sind einfallsreich und probieren gerne Neues aus. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind in der Lage sich selbst zu organisieren. • Studierende sind in der Lage selbstständig Inhalte zu erarbeiten. • Studierende erledigen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich. Hierbei wahren sie den Überblick, achten insbesondere auf die Dokumentation von Vorgängen und wichtigen Details. • Studierende können gemeinsam mit anderen digitale Inhalte erstellen und bearbeiten. Sie können Informationen und Inhalte in Zusammenarbeit mit anderen modifizieren, verfeinern, verbessern und in einen bestehenden Wissensbestand integrieren. 	

Investition und Finanzierung für KMU (FACT Mittelstand)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Dimler, Nick; Peter, Joachim; Karcher, Boris [Herausgeber] Unternehmensfinanzierung im Mittelstand : Lösungsansätze für eine maßgeschneiderte Finanzierung (2018)
Kessler (Hrsg.) | Unternehmensfinanzierung Mittelstand | 2015
Becker, Wolfgang ; Ulrich, Patrick ; Botzkowski, Tim: Finanzierung im Mittelstand (2015)
Schlitt, Michael: Finanzierungsstrategien im Mittelstand (2014)
Langer, Cornelia ; Eschenburg, Klaus ; Eschbach, Rainer: Rating und Finanzierung im Mittelstand : Leitfaden für erfolgreiche Bankgespräche (2013)
Daube, Carl Heinz; Dobernig, Harald; Becker, Marco; Peskes, Markus(2017) : Mittelstandsfinanzierung: Rahmenbedingungen, Status Quo und Entwicklung, NorthernBusiness School, Hamburg

Kommunikationsdesign (Digital Marketing & Design)

Modul: Kommunikationsdesign (Digital Marketing & Design)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-12
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Eine Teilnahme an den praktischen Lehreinheiten wird als erforderlich zum erfolgreichen Absolvieren des Moduls erachtet.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	51.5
Projektarbeit:	51.5
Prüfung:	2.0
Gesamt:	165

Kommunikationsdesign (Digital Marketing & Design)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende benennen Anwendungsfelder von Mediendesign im Marketing und erklären Gelingensbedingungen erfolgreicher Kommunikation. • Studierende verstehen kommunikative, mediale Prozesse und ihre ästhetischen, sozialen und ökologischen Funktionen. Hierbei reflektieren sie aktuelle Kommunikationsverhältnisse kritisch. • Studierende kennen Gestaltungsgrundlagen im Bereich Typografie & Grafikdesign • Studierende benennen Phasen des Entwurfs graphischer & gestalterischer Arbeiten von der Ideengenerierung bis zur Ergebnispräsentation. • Studierende kennen relevante Tools & Methoden zur visuellen und textlichen Gestaltung 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende wenden Methoden zur Ideengenerierung an, führen in systematischer Weise graphische & gestalterische Arbeiten aus und wenden kommerzielle Gestaltungssoftware zur Umsetzung ihrer Werbe- und Visualisierungskonzepte an (Grundlagenniveau). • Studierende analysieren kommerzielle visuelle Medien und leiten visuelle Kommunikationsstrategien ab. 	40%
Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenzen: Studierende formulieren innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen. Hierbei visualisieren sie Zusammenhänge & Ergebnisse, um ihre Argumentation zu verstärken. • Kritikfähigkeit: Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist. Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen. 	20%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kreativität & Aufgeschlossenheit: Studierende sind experimentierfreudig und bereit, neue Wege zu gehen. Sie können unkonventionelle, ungewöhnliche neue Ideen entwickeln und dementsprechend umzusetzen. Sie sind einfallreich und probieren gerne Neues aus. • Reflexionskompetenzen: Studierende reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen. 	

Kommunikationsdesign (Digital Marketing & Design)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

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

Zusätzliche Regelungen:

Die Prüfungsleistungen sind semesterbegleitend.

Kommunikationsdesign (Digital Marketing & Design)

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:
â€žBIBLIOTHEK DER MEDIENGESTALTUNGâ€œ einzusehen unter: https://www.bi-me.de (Letzter Stand: 10.2.2021) Bühler, P., Schlaich, P. & Sinner, D.: Visuelle Kommunikation: Wahrnehmung - Perspektive â€“ Gestaltung. Springer Vieweg 2017 (jeweils aktuellste Auflage) Fraguela, S.: Bildbearbeitung & Design für Social Media : Visuelle Inhalte erstellen und optimieren. O'Reilly. Heidelberg 2020. Gause, M.: Adobe Illustrator: das umfassende Handbuch. Rheinwerk Verlag. Bonn 2020. Mühlke, S. (Verfasser): Adobe Photoshop: das umfassende Handbuch. Rheinwerk Verlag. Bonn 2020. Müller, M. G., Geise, S.: Grundlagen der Visuellen Kommunikation: Theorieansätze und Analysemethoden. UVK Verlagsgesellschaft Konstanz 2003 Schmidt, C. M. (Hrsg.): Werbekommunikation in der Wirtschaft: Mediengerecht, praxisorientiert und interdisziplinär. VS Verlag für Sozialwissenschaften 2018. Winnen, L., Rühle, A. & Wrobel, A.: Innovativer Einsatz digitaler Medien im Marketing: Analysen, Strategien, Erfolgsfaktoren, Fallbeispiele. Gabler Verlag Wiesbaden 2019.

Management Accounting (FACT International)

Module: Management Accounting (FACT International)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich	

Semester: 6	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-04-13
Recommended prior knowledge: Management and Cost Accounting, Financial Accounting, Production and Logistics, Mathematics		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations:		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	88.0
Project:	0.0
Examinations:	2.0
Total:	150

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
Knowledge <ul style="list-style-type: none"> Students will gain a thorough understanding of Management Accounting, operative planning and control tools and cost management systems 	50%

Management Accounting (FACT International)

<p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none">• Students will be able to plan and to evaluate short-term oriented projects, products, programmes, etc. and to analyse the variances of planned and actual key figures (especially sales, costs) to coordinate departments, companies or subsidiary. Students will be able to create and use cost management tools like target costing, life cycle costing, process-based costing to plan, direct and control the long-term oriented cost situation of a company.	30%
Personal competences	
<p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none">• The students are able to develop their own solutions for decision problems in dialogue with other students and to present the results adequately.	20%
<p>Autonomy</p> <ul style="list-style-type: none">• The students are able to independently define goals, independently choose methods for solving a problem and analyze and interpret their own solutions.	

Management Accounting (FACT International)

Content:

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

Examination format:

The actual examination procedures can be found in the examination plan, which is provided by the lecturer within the first two weeks of lectures. (100%)

Management Accounting (FACT International)

Compulsory reading:

- Drury, C., 2019. Management Accounting for Business, 7th ed., Â Cengage.
- Hillier, F.S., Lieberman, G.J., 2015. Introduction to Operations Research, 10th ed., McGraw-Hill.
- Drury, C., 2018. Management and Cost Accounting, 10th ed., Â Cengage.
- Datar, S.M., Rajan, M.V., 2018. Horngrenâ€™s Cost Accounting â€™ A Managerial Emphasis, 16th ed., Pearson.
- Charifzadeh, M., Taschner, A., 2017. Management Accounting and Control â€™ Tools and Concepts in a Central European Context, Wiley.
- Bermúdez, J.L., 2009. Decision Theory and Rationality, Oxford University Press.
- Brewer, P.V., Garrison, R.H., Noreen, E.W., 2019. Introduction to Managerial Accounting, 8th ed., McGraw-Hill Education.
- Zimmerman, J.L., 2017. Accounting for Decision Making and Control, 9th ed., McGraw-Hill Education.
- Seal, W., Rohde, C., Garrison, R.H., Noreen, E.W., 2019, Management Accounting, 6th ed., McGraw-Hill Education.
- Robert S. Kaplan and David P. Norton, 1996. Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System, Harvard Business Review.

Recommended reading:

Managementsysteme (Unternehmensberatung)

Modul: Managementsysteme (Unternehmensberatung)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Alexander Lübbe	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 30.0/0.0/30.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-07-01
Pflicht Voraussetzungen: Grundlagen BWL, ERP-Systeme		
Empfohlene Voraussetzungen: Grundlagen des Projekt- und Prozessmanagements		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	80.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	10.0
Gesamt:	150

Managementsysteme (Unternehmensberatung)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Studierende lernen verschiedene Managementsysteme zur Unternehmensentwicklung und -steuerung sowie Anwendungsszenarien aus konkreten Unternehmen kennen. 	30%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können sich selbstständig Literatur erarbeiten, Informationen aufbereiten, präsentieren und strukturiert die wesentlich Inhalte für eine Zielgruppe aufarbeiten. • Studierende können direkten Unternehmenskontakt herstellen und für Ihre Arbeit nutzen. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Studierende bearbeiten Themen in 2er Gruppen. • Studierende lernen Informationen zielgruppengerecht aufzuarbeiten. • Studierende lernen Präsentationen zu halten. • Studierende lernen Feedback zu geben und anzunehmen. 	30%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende erarbeiten sich Inhalte zum Thema durch Selbstständige Recherche. 	

Managementsysteme (Unternehmensberatung)

Inhalt:

1. Phase1: Themen werden auf Basis von Literaturrecherche vorbereitet & präsentiert. Offen gebliebene Fragen werden gesammelt.
2. Phase2: Mindestens eine Organisation wird identifiziert, die das bearbeitete Thema selbst bei sich nutzt. Diese Organisation wird mit den offenen Fragen interviewt.
3. Phase3: Mini-Präsentation zu den offen gebliebenen Fragen + Ausarbeitung zum Thema
4. Die konkrete Themenliste wird am Anfang des Semesters bekanntgegeben. Themen können beispielsweise umfassen: Umweltmanagement (ISO 14001), Energiemanagement (ISO 50001), Risikomanagement (ISO 31000), Qualitätsmanagement (ISO 9001), Nachhaltigkeitsmanagement (ISO 26001), Arbeitsschutzmanagement (ISO 45001), Informationssicherheitsmanagement (ISO 27001).
5. Für ein besseres Gesamtbild können zudem kontextgebene Themen vergeben werden, bspw. EFQM, Six Sigma und Lean Management, Standardisierungsverfahren (vom Thema zur DIN und ISO), integrierte Managementsysteme, Normen/Zertifikate (z.B.), Zertifizierung nach Normen, Integrierte Managementsysteme (IMS)

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (100%)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Operations Research (Produktion & Logistik)

Modul: Operations Research (Produktion & Logistik)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster, Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich & Prof. Dr. rer. pol. Christian Müller	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-08-31
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

Operations Research (Produktion & Logistik)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <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%
<p>Fertigkeiten</p> <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	
<p>Soziale Kompetenz</p> <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%
<p>Selbstständigkeit</p> <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. 	

Operations Research (Produktion & Logistik)

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:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

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

Produktionsmanagement und Optimierung (Produktion & Logistik)

Modul: Produktionsmanagement und Optimierung (Produktion & Logistik)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster & Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-08-31
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

Produktionsmanagement und Optimierung (Produktion & Logistik)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p data-bbox="150 398 422 432">Kenntnisse/Wissen</p> <ul data-bbox="150 443 1236 1234" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="150 443 1236 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 1236 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 1236 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 1236 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 1236 1234">• Die Studierenden kennen die Aufgaben eines Lagers und die Grundbegriffe der Lagerwirtschaft. Sie kennen das statische Grundmodell der Bestellmengenplanung und können es anwenden. 	40%
<p data-bbox="150 1258 319 1292">Fertigkeiten</p> <ul data-bbox="150 1303 1236 1722" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="150 1303 1236 1408">• Die Studierenden bekommen die Fähigkeit, Faktoren, Kapazitäten und Prozessabläufe in der Produktions- und Materialwirtschaft zu planen und zu berechnen. <li data-bbox="150 1420 1236 1491">• Sie können wichtige Formeln der Produktions- und Materialwirtschaft sinnvoll anwenden. <li data-bbox="150 1503 1236 1574">• Die Studierenden können Produktionssysteme durch Kenntnis der Eigenschaften einordnen u. analysieren. <li data-bbox="150 1585 1236 1722">• 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. 	40%

Produktionsmanagement und Optimierung (Produktion & Logistik)

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. Optimierung<ol style="list-style-type: none">1.1. Lineare Optimierung1.2. Gemischt-ganzzahlige Optimierung1.3. Nichtlineare Optimierung2. Produktionsmanagement<ol style="list-style-type: none">2.1. Modelle im Bereich der strategischen Entscheidungsebene2.2. Modelle im Bereich der taktischen Entscheidungsebene2.3. Modelle im Bereich der operativen Entscheidungsebene

Prüfungsform:
Präsentation (100%)

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>

The Law of International Business Transactions I (International Trade and Investment)

Module: The Law of International Business Transactions I (International Trade and Investment)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. Christian Hederer & Prof. Dr. Dietmar Baetge	

Semester: 6	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-03-01
Compulsory prior knowledge: Basics of private and public law; basics of economics		
Recommended prior knowledge:		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations: The module is part of the curriculum for the specialization "International Trade and Investment". The modules "International Trade: Economics, Politics, Law I" and "The Law of International Business Transactions I" will be co-taught in an integrated interdisciplinary fashion. Therefore, their descriptions correspond.		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	88.0
Project:	0.0
Examinations:	2.0
Total:	150

The Law of International Business Transactions I (International Trade and Investment)

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
<p>Knowledge</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students know ... • the basic meaning and content of globalisation; • theoretical approaches to globalisation and trade from an economic and political perspective; • the scope and character of different legal sources relating to international business transactions; • the contribution of international trade to growth and sustainable development and its economic and legal-operational implications for international corporations; • the structure of the global financial and exchange rate system and its implications for finance, banking, and economic stability. 	60%
<p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to ... • participate, and take theory-based positions, in critical discussions on globalisation; • apply and assess the importance of rules related to Corporate Social Responsibility in international trade, and to recognize the broader social and environmental consequences of business decisions in an international context; • apply and assess the importance of different standards related to international trade in various fields; • assess the role of different finance and exchange rate regimes for international business; • retrieve, organise, and assess relevant data from different sources; • read and assess primary economic and legal sources on international trade and investment. 	25%

The Law of International Business Transactions I (International Trade and Inv

Personal competences	
<p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none">• Students are able to ...• ... resolve differences and organize teamwork effectively, and taking into account intercultural differences;• ... communicate complex legal and economic issues in international trade to a broader audience (business, stakeholders).	15%
<p>Autonomy</p> <ul style="list-style-type: none">• Students are able to ...• ... familiarize themselves quickly with complex economic and legal issues in international trade, including relevant research;• ... work out smaller case studies on international business taking into account legal as well as economic perspectives.	

The Law of International Business Transactions I (International Trade and Investment)

Content:

1. Globalization and World Trade
 - 1.1. Globalization – concept and background
 - 1.2. History of the world trade order in a nutshell
 - 1.3. Traditional and new trade theories in economics: from comparative advantage to new trade paradigms
 - 1.4. The political economy of international trade relations
 - 1.5. International competition policy and trade policy: two sides of the same coin?
2. Growth and Sustainable Development
 - 2.1. The role of international trade and investment for growth and sustainable development
 - 2.2. UN Global Compact, OECD Guidelines for Multinational Enterprises and the social responsibility of international corporations
 - 2.3. Corporate accountability in supply chains
 - 2.4. International standards, with a focus on labor, environment, and intellectual property rights
3. Basics of international finance and exchange rate regimes
 - 3.1. History in a nutshell: Bretton Woods and beyond
 - 3.2. Global Financial Institutions: International Monetary Fund, World Bank, Bank for International Settlements
 - 3.3. The Basle Framework and the regulation of the international banking system
 - 3.4. Exchange rate regimes and currency crises

Examination format:

Written exam

Compulsory reading:

tba

Recommended reading:

Verkehrsplangungsprojekt (Verkehrsplanung)

Modul: Verkehrsplangungsprojekt (Verkehrsplanung)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Christian Liebchen & Prof. Dr.-Ing. Ralf Kohlen	

Semester: 6	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 15.0/0.0/0.0/45.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-08-31
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	0.0
Projektarbeit:	75.0
Prüfung:	15.0
Gesamt:	150

Verkehrslangungsprojekt (Verkehrsplanung)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die Definition von Projekten, Projekttypen und Projektphasen. Sie kennen Werkzeuge und Methoden des Projektmanagements. • Die Studierenden sind in der Lage, einfache Verkehrsprojekte zu definieren, Lasten- und Pflichtenhefte sowie Angebote mit Projektstruktur- und -ablaufplan zu erstellen. • Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis von Angeboten die Ausführung von Projekten geringerer Komplexität zu planen, zu steuern und durchzuführen. Sie beherrschen sicher die Kommunikation mit dem Auftraggeber. • Die Studierenden kennen die Besonderheiten von Verkehrsprojekten sowohl im Öffentlichen Personennahverkehr als auch im Individualverkehr (motorisiert und nicht motorisiert). 	15%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, Verkehrsprojekte zu planen, die wesentlichen Werkzeuge des Projektmanagements anzuwenden, sich in Projektteams zu organisieren und Projekte geringer Komplexität erfolgreich selbständig zu bearbeiten sowie Projekte mittlerer Komplexität in den Grundzügen zu strukturieren. 	50%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können Rollen im Projekt zuordnen und übernehmen sowie in diesen Rollen zielgerichtet kommunizieren und ggf. dabei auftretende Konflikte konstruktiv lösen. 	35%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind fähig, selbständig bei geringem Coachinganteil des Dozenten, Aufgaben untereinander zu verteilen, Methoden auszuwählen und einzusetzen. 	

Verkehrslangungsprojekt (Verkehrsplanung)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

Projektarbeit (100%)

Pflichtliteratur:

Unterlagen zur Lehrveranstaltung

Empfohlene Literatur:

Jakoby, Walter: Projektmanagement für Ingenieure. 3. Auflage, Vieweg+Teubner : Wiesbaden 2015, ISBN 978-3-658-02607-3 ISBN 978-3-658-02608-0 (eBook)
Klose, Burkhard: Projektabwicklung. 5., aktualisierte Auflage, mi-Wirtschaftsbuch, FinanzBuch : München 2008, ISBN 978-3-636-03164-8, ISBN 978-3-86880-036-4 (eBook)
Kuster, J., Huber, E., Lippmann, R., Schmid, A., Schneider, E., Witschi, U., Wüst, R.: Handbuch Projektmanagement. 3. Auflage, Springer : Heidelberg 2011. ISBN 978-3-642-21242-0, ISBN 978-3-642-21243-7 (eBook)

Webanalytics and eHRM I (Marketing & Human Resource Analytics)

Module: Webanalytics and eHRM I (Marketing & Human Resource Analytics)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas & Prof. Dr. Marc Roedenbeck	

Semester: 6	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-02-26
Recommended prior knowledge: Human Resources and Organisational Design, Introduction to Marketing		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations: If the graduate profile "Junior Digital Marketing Manager" is aimed for, participation in the specialization "Digital Marketing & Design" is recommended. The module is part of the specialisation Marketing & HR Analytics.		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	59.0
Project:	24.5
Examinations:	1.5
Total:	145

Webanalytics and eHRM I (Marketing & Human Resource Analytics)

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
<p>Knowledge</p> <ul style="list-style-type: none"> • WEB ANALYTICS: Students know how to collect, store and measure usage-relevant Internet data. They also learn how to better understand and respond to user and visitor behavior through deductive-experimental approaches, among other things. • WEB ANALYTICS: Students know how to use conversions in web controlling. • eHRM: Students are able to define digital HRM and to describe the impact of digitalization on HRM in general • eHRM: Students are able to describe current key directions in and applications of e-HRM 	40%
<p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • WEB ANALYTICS: Based on an understanding of relevant technical backgrounds of the functioning of search engines, web analytics systems as well as of key performance indicators, students will be able to apply web analytics systems correctly. • WEB ANALYTICS: Students can select and interpret metrics for optimizing website (usage) in a context-related manner and derive recommendations for action. • WEB ANALYTICS: Students know steps for search engine optimization and can define suitable metrics under consideration of superordinate objectives of website design. • eHRM: Students are able to explain and exemplify the leveraging effect of technology, of different tools and social media on e-HRM • eHRM: Students are able to construct typical datasets used in e-Recruitment, e-Performance Management, e-Learning & Development as well as e-Talent Management based upon case data and employee surveys 	40%

Webanalytics and eHRM I (Marketing & Human Resource Analytics)

Personal competences	
Social competence <ul style="list-style-type: none"> eHRM: Group Work: Students are able to communicate constructive, effective and conscious in an oral and written manner within a work group 	20%
Autonomy <ul style="list-style-type: none"> Flexibility: Students can adapt habitual thinking and actions to new changing situations, as well as take on new tasks & challenges. Analytical skills: Students develop their critical-relational, contextual analytical skills (such as in the use of multiple metrics, data collection and storage, and data analysis and presentation). Diligence: Students complete work assignments conscientiously, thoroughly, completely, and reliably. In doing so, they maintain an overview, paying particular attention to orderly records and documentation of procedures and important details. Students develop autodidactic competencies (learning to learn, independent use of new educational media, responsibility for their own educational process, education for education). 	

Content:

1. The specialization Marketing & HR Analytics is an interdisciplinary specialization that combines the disciplines of Marketing, HRM, IT, Quantitative Methods and Law and thus prepares students for current labor market requirements. The module "Webanalytics & eHRM I" lays the necessary foundations in the area of web analytics and eHRM, which are built upon in a very practice-oriented manner in the 5th semester.
2. PART I: WEB ANALYTICS
 - 2.1. INTRODUCTION TO DIGITAL ANALYTICS: Definition of terms web analytics, digital analytics & classification in marketing controlling// Relevance of search engines//Fields of application (examples of application & advantages of web analytics)
 - 2.2. TECHNICAL FUNDAMENTALS: Technical principles website design// How analytics systems work (server-side data collection (logfile), client-side data collection (page tagging), alternative mechanisms)// Data storage (internal versus cloud-based solutions)
 - 2.3. STRUCTURE AND FUNCTIONALITY OF SEARCH ENGINES & RESULTS PAGES
 - 2.4. SELECTION OF ANALYTIC SYSTEMS
 - 2.5. ANALYZE METRICS: Definition & benefits of metrics/characterization of hits, page

Webanalytics and eHRM I (Marketing & Human Resource Analytics)

views, website visits, visitors, etc.//Traffic sources//Visitor characteristics//Visitor behavior//Content usage

2.6. USE METRICS: Selection of metrics & Usage of reports//Create internal benchmarks/comparison with competitors// How to use analytics knowledge to derive recommendations for action?// Accuracy of web analytics data (Inaccurate visitor data, misinterpretations, etc.) and how to improve it.

2.7. INCREASING SUCCESS SUSTAINABLY: DIGITAL GOALS, SEO PROCESS, GOAL ACHIEVEMENT AND CONVERSIONS

3. PART II: eHRM

3.1. Electronic HRM & Strategic HRM and Technology

3.2. HR Metrics and analytics & Social Media and e-HRM

3.3. e-Recruitment and Selection

3.4. e-Performance and Reward Management

3.5. e-Learning and Development

3.6. e-Talent Management

3.7. Information Security and privacy in e-HRM

Examination format:

The actual examination procedures can be found in the examination plan, which is provided by the lecturer within the first two weeks of lectures. (100%)

Compulsory reading:

Thite M (2019): eHRM - Digital Approaches, Directions & Applications. Routledge: New York.

Recommended reading:

Recommended literature on Web Analytics will be provided on the learning platform.

Google Analytics YouTube Channel

Official Blog Google Marketing Platform:

<https://www.blog.google/products/marketingplatform/360/>

Edwards MR & Edwards K (2019): Predictive HR Analytics – Mastering the HR Metric.

KoganPage: London.

Betriebliche Steuern II (FACT Mittelstand)

Modul: Betriebliche Steuern II (FACT Mittelstand)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Professorin Nikola Fee Budilov-Nettelmann & Prof. Dr. Ivonne Klipstein	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-03-01
Pflicht Voraussetzungen: Externes Rechnungswesen, Jahresabschluss und betriebliche Steuern (Grundlgen); Betriebliche Steuern I		
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

Betriebliche Steuern II (FACT Mittelstand)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die wichtigsten (Ertragsteuer-)Arten und deren Rechtsquellen. • Sie kennen die jeweiligen Tatbestände der Besteuerung (Steuersubjekt und -objekt, Bemessungsgrundlage, Steuersatz / Tarif) • Sie kennen die wesentlichen Unterschiede zwischen der Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften. • Sie haben einen Überblick über die Determinanten der Ertragsteuerbelastung von Unternehmen. • Sie können die Verfahren der Steuererhebung unterscheiden und kennen den Ablauf des Veranlagungsverfahrens. 	60%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Sie erwerben die Fähigkeit, die Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer anhand von Fallaufgaben zu ermitteln. • Sie können die behandelten Steuerarten zueinander in Beziehung setzen. • Sie können anhand von Fallgestaltungen (private) Steuererklärungen EDV-gestützt erstellen (DATEV-Software) und auswerten. • Darüber sind sie befähigt, steuerliche Datenbanken und weitere Informationsquellen zu nutzen, so dass unbekannte Sachverhalte selbst recherchiert und ermittelt werden können. 	30%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Sie können in Gruppen Falllösungen erarbeiten und die Lösungen vorstellen. 	10%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Sie können Lehr- und Lernziele reflektieren und diese eigenverantwortlich verfolgen. • Sie können sich unbekannte Sachverhalte selbständig erarbeiten, indem sie u.a. in einschlägigen Fachdatenbanken recherchieren. 	

Betriebliche Steuern II (FACT Mittelstand)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

Klausur (100%)

Betriebliche Steuern II (FACT Mittelstand)

Pflichtliteratur:
Wichtige Steuergesetze mit Durchführungsverordnungen (aktu.), z. B: NWB-Verlag
Empfohlene Literatur:
Budilov-Nettelmann, Steuerlehre, 1. Auflage 2021, Wiley Grefe, C. (aktu). <i>Unternehmenssteuern</i> . Kiehl Friedrich Verlag G. von Campenhausen, O. (aktu.), Steuerrecht im Überblick: Zusammenfassungen und Grafiken Kraft, C. & Kraft (aktu.), Grundlagen der Unternehmensbesteuerung, Die wichtigsten Steuerarten und ihr Zusammenwirken (ebook)

Consulting Management (Unternehmensberatung)

Modul: Consulting Management (Unternehmensberatung)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 30.0/0.0/30.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-27
Pflicht Voraussetzungen: Es gibt keine Pflichtvoraussetzungen.		
Empfohlene Voraussetzungen: Interesse an dem Berufsbild des Consultant, Spaß an projekt- und problemlösungsorientiertem Arbeiten im Team		
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

Consulting Management (Unternehmensberatung)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlangen Kenntnisse über das Berufsbild des Consultants und die erfolgreiche Abwicklung von Beratungsprojekten. Die Studierenden kennen und verstehen - den Aufbau und die Organisation von Consultingdienstleistern, - das strategische Agieren auf wettbewerbsintensiven Beratungsmärkten, - professionelles Agieren im Mandantenumfeld, - Auftrags- und Mandantenakquise, - methodisch saubere Herangehensweisen zur Problemanalyse und -lösung sowie - den professionellen Aufbau einer nachhaltigen Mandantenbeziehung. 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erwerben die für einen erfolgreichen Einstieg als Consultant erforderlichen Fähigkeiten. Sie sind in der Lage, mit Hilfe verschiedener Methoden die zu lösenden Probleme zu identifizieren und gemeinsam mit dem Mandanten individuelle Lösungsstrategien zu entwickeln. 	30%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage erfolgreich als Team zu agieren, professionell mit dem Mandanten zu kommunizieren und zu interagieren, Verhandlungen strategisch zu führen und Lösungsansätze für etwaige Konflikte zu entwickeln. 	30%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, selbständig Lösungsansätze zu erarbeiten und die erarbeiteten Lösungsansätze vor unterschiedlichen Adressatengruppen zu präsentieren und zu diskutieren. 	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none"> Beraterkompetenzen <ol style="list-style-type: none"> Kompetenzprofil eines Unternehmensberaters: Berufsbild des Beraters, Beratungsmarkt, ethische und rechtliche Herausforderungen (Corporate Governance) Projekte (richtig) bepreisen und gewinnen (pitchen) Analysekompetenzen Problem erkennen, abgrenzen und mittels unterschiedlicher Methoden Lösungsvorschläge erarbeiten; Projekte effizient und erfolgreich durchführen und abschließen Sozialkompetenzen Vermittlung erfolgskritischer sozialer Beratungskompetenzen (erfolgreich durch Business Meetings führen, Überzeugungsstrategien, Selbstvermarktung, Geschäftsetikette)

Consulting Management (Unternehmensberatung)

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Controlling (FACT Mittelstand)

Modul: Controlling (FACT Mittelstand)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. oec. Stephan Teichmann	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 30.0/30.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-01-13
Empfohlene Voraussetzungen: Inhalte der Module Externes Rechnungswesen, 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 (FACT Mittelstand)

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 (FACT Mittelstand)

Inhalt:

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

Controlling (FACT Mittelstand)

Prüfungsform:
Klausur (100%)

Pflichtliteratur:
Skript zur Lehrveranstaltung Horváth, P. & Gleich, R. & Seiter, M. (2020). Controlling. München: Franz Vahlen
Empfohlene Literatur:
Weber, J. & Schäffer, U. (2014). <i>Einführung in das Controlling</i> . Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Corporate Finance (FACT International)

Module: Corporate Finance (FACT International)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. rer. pol. Stefan Trencsik, Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich & Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus	

Semester: 7	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-08-27
Compulsory prior knowledge: Some concepts require the use of MS Excel.		
Recommended prior knowledge:		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations:		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	88.5
Project:	0.0
Examinations:	1.5
Total:	150

Corporate Finance (FACT International)

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
Knowledge <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to describe and evaluate the different financing alternatives and the associated processes involve • Students are able to critically assess theoretical and empirical developments in capital structure topics and relate their findings to the contemporary business environment • Students are able to critically evaluate theoretical and empirical aspects in dividend policy research, and to communicate findings effectively 	30%
Skills <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to critically discuss the main goals of a corporation, the impact of "short-termism" and responsible long-term value maximization. • Students are able to assess an organisations financing needs and advise on an appropriate capital structure • Students are able to examine and discuss the key issues related to dividend policy and their implications for the value of the firm 	50%
Personal competences	
Social competence <ul style="list-style-type: none"> • Students develop teamwork and presentation skills in debating discussion topics and producing team solutions to problems • Students will develop awareness of all the interaction of finance and societal issues 	20%
Autonomy <ul style="list-style-type: none"> • The self-preparation of the students for the lecture, facilitates the ability to manage themselves and their time in a more effective and efficient way • Students will be able to solve problems in a structured way by analyzing complex financial problems 	

Content:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction 2. Optimal Capital Structure 3. Long-Term Financing 4. Short-Term Financing 5. Optimal Payout Policy

Corporate Finance (FACT International)

Examination format:
Written exam (100%)

Compulsory reading:
Berk/DeMarzo (2020), Corporate Finance, 5th Global Edition Brealey/Myers/Allen (2019), International Student Edition of Principles of Corporate Finance, 13th Edition Hillier/Ross/Westerfield/Jaffe/Jordan (2021), Corporate Finance , 4th European Edition Damodoran, (2014), Applied Corporate Finance, Fourth Edition
Recommended reading:
Benninga (2014), Financial Modeling, Fourth Edition

Digitales Marketing II (Digital Marketing & Design)

Modul: Digitales Marketing II (Digital Marketing & Design)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas & Prof. Dr. jur. Stefan Strassner	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-26
Empfohlene Voraussetzungen: Basics of Marketing		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Sofern das Absolventenprofil "Junior Marketing Manager" angestrebt wird, wird eine Teilnahme an der Spezialisierung "Marketing & HRM Analytics" empfohlen. Studierende sollten ein Kompetenzprofil vorweisen können, das den Inhalten aus dem Modul "Digitales Marketing" entspricht.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	80.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	2.0
Gesamt:	142

Digitales Marketing II (Digital Marketing & Design)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz Marketing: Studierende erweitern Ihre Kenntnisse und zeigen im 5. Semester vertiefte Kenntnisse im Bereich in der Gestaltung digitaler Kommunikationsmaßnahmen und/oder Studierende können aufzeigen, wie innovative Firmen digitale Technologien in der Gestaltung weiterer Marketingmix Instrumente einsetzen. Fachkompetenz • Fachkompetenz Recht: Studierende können bereits bei der Planung und Gestaltung digitaler Marketingmaßnahmen erkennen, wo sich "rechtliche Fallstricke" existieren könnten, und hierauf frühzeitig reagieren. 	35%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz Marketing: Sofern eine Vertiefung im Bereich digitale Kommunikation angestrebt wurde, sind Studierende in der Lage an der Planung, Umsetzung und Steuerung digitale Kommunikationsmaßnahmen aktiv mitzuwirken. • Digitale Kompetenzen: Studierende wissen, wie man ethisch (hier gesellschaftliche Verantwortung) & rechtlich korrekt mit Daten Dritter (z.B. Einsatz von Fotos in der Marketingkommunikation) umgeht. Sie können digitale Inhalte entwickeln, integrieren und überarbeiten. • Wissenschaftliche Kompetenzen: Studierende verfügen über eine wissenschaftlich-systematische Arbeits- und Herangehensweise. Diese ist charakterisiert durch den Gebrauch von Theorien, Modellen und systematischen Wissensbeständen. Des Weiteren sind Studierende befähigt wissenschaftliche Beiträge (Texte, Poster, Präsentationen) zu schaffen. Sie können komplexe Zusammenhänge & Ergebnisse in der Argumentation visualisieren und darstellen. 	35%

Digitales Marketing II (Digital Marketing & Design)

Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Kommunikationskompetenzen: Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren Zudem werden Deutschkenntnisse sehr gut in Wort & Schrift angewendet.	30%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none">• Verantwortungsbewußtsein: Studierende besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.• Reflexionskompetenz: Studierende entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert. Können die eigenen Fähigkeiten einschätzen, reflektieren autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten und nutzen diese unter Anleitung. Studierende reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.	

Digitales Marketing II (Digital Marketing & Design)

Inhalt:

1. Die Modulgruppe "Digitales Marketing & Design" zielt auf die Vermittlung von kreativen und managementbezogenen Kompetenzen mit besonderem Bezug auf Digitales Marketing. In Kombination mit der Spezialisierung Webanalytics and eHRM I (Marketing & Human Resource Analytics) werden Studierende auf die Position "Junior Marketing Manager" hin ausgebildet.
2. Das Modul Digitales Marketing II (5. Sem.) zielt auf eine Erweiterung des erworbenen Kenntnisstands hinsichtlich rechtlicher Aspekte digitaler Marketingkommunikation. Des Weiteren werden Kompetenzen in der Gestaltung weiterer digitaler Marketinginstrumente (digitale Preispolitik, Vertriebspolitik & Produktpolitik) erworben.
 - 2.1. Die Frage, ob eine Maßnahme des digitalen Marketing gesetzeskonform ist oder nicht, beantwortet sich in erster Linie nach dem Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG). Weitere rechtliche Rahmenbedingungen ergeben sich aus den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB), der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), des Medienstaatsvertrages (MStV), des Telemediengesetzes (TMG) und des Gesetzes über Urheberrechte und verwandte Schutzrechte (UrhG). Die Erläuterung dieser zur rechtlichen Beurteilung digitaler Marketingmaßnahmen grundlegenden Vorschriften gehört zum Inhalt dieses Moduls.
 - 2.2. Zu Semesterbeginn wird ein Baukasten (auf den Dimensionen Marketing Mix und Lern-/Lehrformat) an Entwicklungsmöglichkeiten bereitgestellt, aus denen Studierende wählen können. Im Kern besteht die Möglichkeit, Kompetenzen im Feld digitaler Kommunikation zu vertiefen und/oder Kompetenzen in der Gestaltung weiterer digitaler Marketingmaßnahmen (Digitalisierung im Bereich Produkt & Services; Preisgestaltung und Distribution) zu erwerben.

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

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

Empfohlene Literatur:

FACT-Project (FACT International)

Module: FACT-Project (FACT International)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus, Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich & Prof. Dr. rer. pol. Stefan Trencsik	

Semester: 7	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/0.0/0.0/60.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-08-26
Compulsory prior knowledge: Spezialisierung FACT (international)		
Recommended prior knowledge: Gute Kenntnisse quantitativer Methoden		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations:		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	30.0
Project:	60.0
Examinations:	0.0
Total:	150

FACT-Project (FACT International)

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
Knowledge <ul style="list-style-type: none"> Studierende verfügen über vertiefte Kenntnisse in dem Bereich Finance, Accounting, Controlling & Technology. 	20%
Skills <ul style="list-style-type: none"> Studierende können die aus den Modulen "FACT (international)" erworbenen Fachkenntnisse miteinander verknüpfen und anwenden sowie um Spezialthemen erweitern. Studierende können ihr Fachwissen technisch in praktischen Fallstudien umsetzen (z.B. Excelmodellierung, Programmierung, Datenanalyse) Studierende können die Ergebnisse Ihrer Ausarbeitung professionell präsentieren und als Berichte verbalisieren. 	40%
Personal competences	
Social competence <ul style="list-style-type: none"> Studierende können Probleme und Lösungsansätze innerhalb eines Teams diskutieren. Studierende können die Wahrnehmung, das Denken und Handeln von Personen mit unterschiedlichen sozialen und kulturellen Hintergründen erfassen und begreifen. 	40%
Autonomy <ul style="list-style-type: none"> Studierende können eigenständig und strukturierte Lösungsansätze für ihre Frage- und Problemstellungen entwickeln. 	

Content:
<ol style="list-style-type: none"> Case studies in finance Case studies in accounting Case studies in controlling

Examination format:
The actual examination procedures can be found in the examination plan, which is provided by the lecturer within the first two weeks of lectures. (100%)

FACT-Project (FACT International)

Compulsory reading:
tba
Recommended reading:

Fallstudien der HRM (Human Resource Management)

Modul: Fallstudien der HRM (Human Resource Management)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Marc Roedenbeck, M. Sc. Marcel Herold, Prof. Dr. iur. Peter Hantel & Prof. Dr. Christian Hederer	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/45.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-26
Pflicht Voraussetzungen: Human Resource Management		
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	20.0
Projektarbeit:	70.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	135

Fallstudien der HRM (Human Resource Management)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen das Vorgehen des Problem-based Learning / der Fallarbeit • Studierende können Besonderheiten realer Fälle des Human Resource Managements benennen 	20%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können komplexe Fälle des Human Resource Management zusammenfassen, interpretieren und Fragen dazu formulieren • Die Studierenden können Ihr Wissen des Human Resource Managements anwenden um verschiedene Lösungsvorschläge zu den Fallfragen zu erarbeiten • Die Studierenden können die verschiedenen Lösungsvorschläge gegenüberstellen, Konsequenzen bewerten und einen geeigneten Ansatz identifizieren. 	60%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Studierende halten sich an Regeln & Absprachen, die sie mit anderen vereinbart haben • Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist. Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen • Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können sowohl eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch hinterfragen • Studierende können in unterschiedlichen Situationen angemessene Entscheidungen treffen und übernehmen für eigene Handlungen & Entscheidungen Verantwortung • Studierende erledigen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich 	

Fallstudien der HRM (Human Resource Management)

Inhalt:

1. Einführung ins Problem-Based Learning, Harvard Case Study Methodology / Fallarbeit
2. Fallbearbeitungen zur HR Strategie
3. Fallbearbeitungen zum Employee Life Cycle
4. Fallbearbeitungen zum Leadership

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Becker M & Kluckow N (2011): Fallstudien für Human Resource Management - Band I Führung und Organisation. Rainer Hampp: München, S. 1-5.
Wood DF (2003): Problem based Learning. British Medical Journal. 8: pp. 328-330.
Ausgewählte und bereitgestellte Fälle der u.g. Werke.

Empfohlene Literatur:

Böhmer N, Schinnenburg H & Steinert C (2012). Fallstudien im Personalmanagement. Pearson: München.
Kimball D (2017): Cases in Human Resource Management. Sage: Thousand Oaks.
Fazey M (2017): Cases in HR Practice and Strategy. Mirabel: Prahnan.
Rowe WG & Guerrero (2016): Cases in Leadership. Sage: Thousand Oaks.

Innovationsmanagement (Innovation & Entrepreneurship)

Modul: Innovationsmanagement (Innovation & Entrepreneurship)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/45.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-28
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	72.0
Projektarbeit:	30.0
Prüfung:	3.0
Gesamt:	150

Innovationsmanagement (Innovation & Entrepreneurship)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die Bedeutung des Innovationsmanagements für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Die Studierenden kennen Erfolgsfaktoren im Innovationsmanagement und wissen wie Innovationsprozesse im Unternehmen gestaltet werden können. Sie sind mit dem Konzept und der praktischen Umsetzung von Ansätzen des Open Innovation und der Cross-Industry Innovation vertraut. Die Studierenden sind auf den Umgang mit Barrieren im Management von Innovationen vorbereitet und kennen Handlungsansätze zum Umgang mit Widerständen. • Die Studierenden kennen einschlägige Methoden und Werkzeuge des Innovationsmanagements, erlernen diese anzuwenden und auf ihren Nutzen zu bewerten. 	40%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden arbeiten in Teams an einem konkreten Innovationsprojekt oder an Fallstudien. Die Studierenden steuern dabei ein Innovationsprojekt und durchlaufen den Innovationsprozess. • Zentrale Meilenstein-Ergebnisse werden durch das Team präsentiert. 	40%
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 Projektarbeit und 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 Festlegung von Terminen, werden die Studierenden dazu gebracht sich ziel- und ergebnisorientiert zu organisieren, ihre Arbeiten sinnvoll zu dokumentieren und somit Wissensstände zu sichern. 	

Innovationsmanagement (Innovation & Entrepreneurship)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Hauschildt, J. & Salomo, S. (2011). Innovationsmanagement. München: Vahlen.
Fallstudien zum Technologie- & Innovationsmanagement : Praxisfälle zur Wissensvertiefung (2019) Abele, Thomas [Herausgeber] Wiesbaden : Springer Gabler
Tidd, J. & Bessant, J. (2013). Managing innovation. Chichester, West Sussex (UK): Wiley.
Granig, P. & Hartlieb, E. & (Eds.) Lercher, H. (2013). Innovationsstrategien: Von Produkten und Dienstleistungen zu Geschäftsmodellinnovationen. 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.

International Trade: Economics, Politics, Law II (International Trade and Investment)

Module: International Trade: Economics, Politics, Law II (International Trade and Investment)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. Christian Hederer & Prof. Dr. Dietmar Baetge	

Semester: 7	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-03-01
Recommended prior knowledge:		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations: The module is part of the curriculum for the specialization "International Trade and Investment". The modules "International Trade: Economics, Politics, Law II" and "The Law of International Business Transactions II" will be co-taught in an integrated interdisciplinary fashion. Therefore, their descriptions correspond.		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	60.0
Project:	30.0
Examinations:	0.0
Total:	150

International Trade: Economics, Politics, Law II (International Trade and Invest

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
<p>Knowledge</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students know ... • â€ the structure and key rules of the WTO, and how to apply and enforce those rules in a business context; • â€ key rules of trade compliance and export/import control; • â€ the international investment regime and different instruments for a business enterprise to protect its international investments; • â€ the main instruments of a business enterprise to protect and enforce its international transactions and contracts. 	60%
<p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to ... • ... support business enterprises in complying with, and utilizing, international rules on trade and investment; • ... judge the suitability and use of different instruments of protecting international transactions for business enterprises; • ... judge whether internal processes in enterprises or public institutions are in line with trade compliance rules; • ... support the implementation of internal systems of trade compliance management and export control in corporations. 	25%
Personal competences	
<p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to ... • ... resolve differences and organize teamwork effectively, and taking into account intercultural differences; • ... communicate complex legal and economic issues in international trade to a broader audience (business, stakeholders). 	15%
<p>Autonomy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to ... • ... familiarize themselves quickly with complex economic and legal issues in international trade, including relevant research; • ... study a larger-scale project in international business taking into account legal as well as economic perspectives. 	

International Trade: Economics, Politics, Law II (International Trade and Invest

Content:

1. Law and Economics of World Trade and the World Trade Organization
 - 1.1. Overview of WTO Institutions and Agreements
 - 1.2. Principles of the WTO: Most Favored Nation, National Treatment, and others
 - 1.3. Tariffs, quotas and nontariff barriers under the GATT
 - 1.4. International Trade in Services (GATS) and further selected WTO Agreements
 - 1.5. Regional trade agreements and free trade: threat or boon?
 - 1.6. Export and import control laws and their impact on doing business abroad
 - 1.7. Trade compliance and the mitigation of trade risks
2. Transnational Investment Protection and Cross-Border Enforcement of Private Claims
 - 2.1. International Investment: Economics, politics and law (overview)
 - 2.2. International Investment Agreements and the settlement of investment disputes
 - 2.3. Political Risk Insurance and other instruments to protect international transactions
 - 2.4. International Sales Agreements in a nutshell
 - 2.5. Basics of International Commercial Arbitration
3. International Trade and Investment: Where do we go from here?
 - 3.1. Developing countries in world trade: Do we need a fairer world trade order?
 - 3.2. China's new state capitalism as challenge to the competitive level playing field
 - 3.3. The crisis of the world trading system: is free trade dead?
 - 3.4. Implications for business

Examination format:

The actual examination procedures can be found in the examination plan, which is provided by the lecturer within the first two weeks of lectures. (100%)

Compulsory reading:

tba

Recommended reading:

Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten (Verkehrsplanung)

Modul: Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten (Verkehrsplanung)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Christian Liebchen & Prof. Dr.-Ing. Ralf Kohlen	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 30.0/0.0/30.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-12
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

Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten (Verkehrsplanung)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden lernen wesentliche Ebenen der Verkehrsplanung kennen und diese gegeneinander abzugrenzen (Nachfrage, Infrastruktur, Verkehrsmittel- und Routenwahl). Zudem wird die Modellierung dieser Ebenen in ausgewählter Standardsoftware vermittelt 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können sich in ausgewählte Standardsoftware der Verkehrsplanung einarbeiten, darin Verkehrsmodelle bearbeiten und die mit diesen erzielten Analyseergebnisse interpretieren 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden lernen, sich in Arbeitsgruppen zu organisieren und gemeinsam Probleme und Aufgabenstellungen zu lösen, sowie verkehrsplanerische Entscheidungsalternativen kritisch zu reflektieren 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Einarbeitung in ausgewählte Standardsoftware auf dem Gebiet der Verkehrsplanung, regelmäßige Plausibilisierung der vorgenommenen Aktionen, Diskussion im Team 	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none"> Praktische Modellierung von Verkehrsnachfrage (Verkehrserzeugung, Verkehrsverteilung, Verkehrsaufteilung; sowie Diskussion möglicher Alternativen) Praktische Modellierung von Verkehrsnetzen (Individualverkehr, CR-Funktionen, Öffentlicher Verkehr, Haltestellen- und Liniensystematik) Verkehrsumlegung (Kürzeste-Wege-Verfahren, Berücksichtigung von Kapazitätsbeschränkungen, konzeptionelle Analyse von Rückkoppelungseffekten) Praktische Simulation des Straßenverkehrs (insb. lichtsignalgesteuerte Straßenknoten und kleine Netze)

Prüfungsform:
Klausur

Modellierung und Simulation von Verkehrsprojekten (Verkehrsplanung)

Pflichtliteratur:
Lohse, D. & Schnabel, W. (2011). <i>Grundlagen der Straßenverkehrstechnik und der Verkehrsplanung: Band 2 - Verkehrsplanung (Beuth Studium)</i> . Beuth.
Empfohlene Literatur:
PTV AG (2020). PTV VISUM 2021 Handbuch Dokumentation der Software SUMO des DLR, http://sumo.dlr.de/wiki

Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik)

Modul: Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich & Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-27
Empfohlene Voraussetzungen: Produktion und Logistik		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	86.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	4.0
Gesamt:	150

Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verstehen die Grundlagen des Operations Research, die Grundlagen der Entscheidungstheorie, den Prozess der mathematischen Modellierung und die Vorgehensweise beim Lösen logistischer Entscheidungsprobleme 	60%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können die o.g. Kenntnisse anwenden, um logistische Entscheidungsprobleme zu verstehen und zu strukturieren, um mathematische Modelle für logistische Probleme zu erstellen, diese zu lösen und zu interpretieren. 	20%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage eigene Lösungen für Entscheidungsprobleme im Dialog mit anderen Studierenden zu erarbeiten und die Ergebnisse adäquat zu präsentieren. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Ziele zu definieren, eigenständig Methoden zum Lösen eines Problems zu wählen und die eigenen Lösungen zu analysieren und zu interpretieren. 	

Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

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

Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik)

Pflichtliteratur:
<p>Steglich, M. & Feige, D. & Klaus, P. (2016). <i>Logistik-Entscheidungen</i>. Berlin und Boston: De Gruyter.</p> <p>Ghiani, G., G. Laporte and R. Musmanno (2013): <i>Introduction to Logistics Systems Management</i>, 2. Aufl., Wiley, Chichester.</p> <p>Hillier, F.S. and G.J. Lieberman (2010): <i>Introduction to Operations Research</i>, 9. Aufl., McGraw-Hill, New York et al.</p> <p>Mattfeld, D. and R. Vahrenkamp (2014): <i>Logistiknetzwerke: Modelle für Standortwahl and Tourenplanung</i>, 2. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.</p>
Empfohlene Literatur:

Prädiktive Analysetechniken (Data Analytics)

Modul: Prädiktive Analysetechniken (Data Analytics)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Rainer Stollhoff & Prof. Dr. rer. pol. Mathias Walther	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-24
Pflicht Voraussetzungen: Grundkompetenzen in der Datenverarbeitung und -visualisierung, in der reellwertigen Analysis mehrerer Veränderlicher und der linearen Algebra.		
Empfohlene Voraussetzungen: Fähigkeit und Bereitschaft, Lernprozesse selbständig zu gestalten.		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Das Modul ist Teil der Spezialisierung Data Analytics.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	60.0
Projektarbeit:	20.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	140

Prädiktive Analysetechniken (Data Analytics)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen unterschiedliche Problemstellungen in der datenbasierten Vorhersage. • Die Studierenden kennen die mathematischen Grundlagen der multivariaten Regressionsanalyse sowie des statistischen bzw. maschinellen Lernens und können diese erklären. • Die Studierenden kennen und verstehen Maße und Verfahren, um die Vorhersagegüte unterschiedlicher Verfahren sowie die Relevanz einzelner Merkmale innerhalb eines Modells zu bestimmen und zu vergleichen. 	30%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können für Problemstellungen aus den Bereichen Regression, Klassifikation und Zeitreihenanalyse jeweils geeignete prädiktive Analyseverfahren identifizieren. • Die Studierenden können für prädiktive Analyseverfahren anhand von Daten Modelle schätzen, die Parameter der Modelle interpretieren, modellbasierte Vorhersagen erstellen und die Güte der Vorhersagen überprüfen. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Studierende erlernen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich zu erledigen. Insbesondere achten Sie auf geordnete Unterlagen gemäß Vorgaben und auf die hinreichende Dokumentation von Vorgängen und wichtigen Details. 	30%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können neue Ideen und Lösungsansätze entwickeln und umsetzen. 	

Prädiktive Analysetechniken (Data Analytics)

Inhalt:

1. Mathematische Grundlagen und Überblick
 - 1.1. Grundlagen Multivariate Regressionsmodelle
 - 1.2. Regressionsvorhersagen
 - 1.3. Klassifikationsvorhersagen
 - 1.4. Zeitreihenvorhersagen
2. Vorhersagen (jeweils Regression, Klassifikation, Zeitreihenanalyse)
 - 2.1. Modellparameter schätzen bzw. Lernverfahren trainieren
 - 2.2. Modellvalidierung
 - 2.3. Modellselektion
 - 2.4. Modellbereitstellung
3. Modellanalysen
 - 3.1. Diskussion der Modelle
 - 3.2. Interpretation der Modellparameter

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

James, G. & Tibshirani, R. & Hastie, T. & Witten, D. (2013). *An Introduction to Statistical Learning*. <https://www.statlearning.com/>: Springer.

Hastie, T. & Friedman, J. & Tibshirani, R. (2009). *The Elements of Statistical Learning*. E-Book: Springer.

von der Hude, M. (2020). *Predictive Analytics und Data Mining*. E-Book: Springer Vieweg.

Projekt - Data Analytics (Data Analytics)

Modul: Projekt - Data Analytics (Data Analytics)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Rainer Stollhoff & Prof. Dr. phil. Ronny Freier	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/0.0/0.0/60.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-24
Pflicht Voraussetzungen: Grundkompetenzen im Bereich der explorativen Datenanalyse und Statistik, Grundkompetenzen im Projektmanagement		
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Das Modul ist Teil der Spezialisierung Data Analytics. Es baut auf den vorangehenden Modulen Datenverarbeitung- und visualisierung sowie Inferenzstatistik auf und ist eng verknüpft mit dem zeitgleichen Modul Prädiktive Analysetechniken.		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	0.0
Projektarbeit:	80.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	140

Projekt - Data Analytics (Data Analytics)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Studierende kennen und verstehen den für ein spezifisches Projekt der Datenanalyse notwendigen fachlichen Kontext z.B. betriebswirtschaftliche Begrifflichkeiten, rechtliche Rahmenbedingungen, etc. 	10%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Studierende können ein Projekt zur Datenanalyse planen und erfolgreich durchführen. Studierende können für ein spezifisches Projekt Anforderungen an den Prozess der Datenanalyse formulieren, geeignete Datenquellen und Verfahren identifizieren und sicher einbinden bzw. anwenden, sowie die Ergebnisse der Analyse interpretieren, kritisch reflektieren und zielgruppengerecht kommunizieren. 	50%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Studierende festigen Ihre Zuverlässigkeit im professionellen Kontext - insbesondere das Einhalten von Regeln und Absprachen sowie, dass von Ihnen übernommene Aufgaben in der zugesagten Qualität erledigt werden. Studierende können gemeinsam mit anderen digitale Inhalte erstellen und bearbeiten. Sie können Informationen und Inhalte in Zusammenarbeit mit anderen modifizieren, verfeinern, verbessern und in einen bestehenden Wissensbestand integrieren. 	40%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Studierende können gewohntes Denken und Handeln an neue veränderte Situationen anpassen, wie auch neue Aufgaben & Herausforderungen annehmen. Die Studierenden können neue Ideen und Lösungsansätze entwickeln und umsetzen. 	

Projekt - Data Analytics (Data Analytics)

Inhalt:

1. Im Rahmen eines definierten Projektes erarbeiten die Studierenden in Teamarbeit anhand einer mit Projektbeteiligten und Auftraggebern abgestimmten Vorgehensweise konkrete Lösungsansätze, stellen Ergebnisse vor und diskutieren Verbesserungspotenzial und potenzielle weitere Einsatzgebiete.
2. Die Studierenden wenden dabei die im Vertiefungsstudium erworbenen Kompetenzen an und generieren unter Begleitung eines Lehrenden "echte" Berufserfahrung.
3. Je nach Inhalt des Projekts kann eine eigenständige Vertiefung der Lehrinhalte aus vorangegangenen Lehr-/Lerneinheiten notwendig sein.
4. Die im Grundstudium erworbenen Methodenkompetenzen des Projektmanagements und des wissenschaftlichen Arbeitens werden auf eine komplexe, praxisnahe Aufgabenstellung angewendet.

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Becker, W. & Botzkowski, T. & Ulrich, P. (2016). *Data Analytics im Mittelstand*. E-Book: Springer Gabler.

Projekt im HRM (Human Resource Management)

Modul: Projekt im HRM (Human Resource Management)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Marc Roedenbeck, M. Sc. Marcel Herold, Prof. Dr. iur. Peter Hantel & Prof. Dr. Christian Hederer	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/0.0/0.0/45.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-26
Pflicht Voraussetzungen: Human Resource Management, Fallstudien des Human Resource Management		
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	15.0
Projektarbeit:	90.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	150

Projekt im HRM (Human Resource Management)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die Unterschiede von Fallbeispielen und die Systematik des Case Writing • Die Studierenden kennen die Methode der Dokumentenanalyse und des Leitfadeninterviews 	20%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Recherchieren und Auswerten der Falldokumente (Dokumente) • Einholen weiterer persönlicher Fallinformationen (Interview) • Schreiben der 3 Bereiche und 5 Facetten 	60%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Studierende halten sich an Regeln & Absprachen, die sie mit anderen vereinbart haben • Studierende wissen, wie man Kritik an anderen kommuniziert, so dass sie für die Person förderlich ist. Sie können Kritik an der eigenen Person reflektieren und andere Standpunkte einnehmen. • Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können sowohl eigene Entscheidungen als auch Ansichten und Entscheidungen von anderen kritisch hinterfragen • Studierende können in unterschiedlichen Situationen angemessene Entscheidungen treffen, ohne Fremde Hilfe handeln und übernehmen für eigene Handlungen & Entscheidungen Verantwortung • Studierende besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft selbstgesteuert einen Fall zu gestalten • Studierende erledigen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich. 	

Projekt im HRM (Human Resource Management)

Inhalt:

1. Die Studierenden wenden die im Vertiefungsstudium erworbenen Kompetenzen an und generieren unter Begleitung eines Lehrenden "echte" Berufserfahrung. Im Rahmen eines definierten Projektziels erarbeiten die Studierenden in Teamarbeit eine mit Projektbeteiligten und Auftraggebern abgestimmte Vorgehensweise sowie strategische Handlungsempfehlungen. Je nach Inhalt des Projekts kann eine Vertiefung der Lehrinhalte aus vorangegangenen Lehr-/Lerneinheiten notwendig sein. Die im Grundstudium erworbenen Methodenkompetenzen des Projektmanagements und des wissenschaftlichen Arbeitens werden auf eine komplexe, praxisnahe Aufgabenstellung angewendet.

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Lundberg CC et al. (2001): Case Writing Reconsidered. Journal of Management Education. 25(4): 450-463.
Yang L (2014): Examining the mediational means in collaborative writing: Case studies of undergraduate ESL students in business courses. Journal of Second Language Writing 23: 74-89.
Farhooman A (2004): Writing Teaching Cases: A Reference Guide. Communications of the Association for Information Systems. 13: 103-107.

Projekt Produktion und Logistik (Produktion & Logistik)

Modul: Projekt Produktion und Logistik (Produktion & Logistik)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich & Prof. Dr. rer. pol. Matthias Forster	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/0.0/0.0/60.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-27
Pflicht Voraussetzungen: Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik), Produktionsmanagement und Optimierung (Produktion & Logistik)		
Empfohlene Voraussetzungen: Produktion und Logistik		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

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

Projekt Produktion und Logistik (Produktion & Logistik)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verstehen die in den Modulen Optimierung in der Logistik (Produktion & Logistik), und Produktionsmanagement und Optimierung (Produktion & Logistik) erworbenen Kenntnisse zur Lösung vorgegebener realistischer Fallstudien auf dem Gebiet der Produktion und der Logistik selbständig. 	60%
Fertigkeiten	20%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage eigene Lösungen für Entscheidungsprobleme im Dialog mit anderen Studierenden zu erarbeiten und die Ergebnisse adäquat zu präsentieren. 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Ziele zu definieren, eigenständig Methoden zum Lösen eines Problems zu wählen und die eigenen Lösungen zu analysieren und zu interpretieren. 	

Inhalt:
<p>1. Dieses Modul wird in seminaristischer Form bzw. als problemorientierter Lern- und Lehransatz durchgeführt. In einem ersten Schritt müssen die Studierenden, organisiert in Gruppen, ein gegebenes realistisches Problem analysieren und die theoretischen Grundlagen des Problems herausarbeiten, um ein geeignetes mathematisches Modell zu formulieren. Das mathematische Modell hilft den Studierenden, das Ziel und die Randbedingungen des Problems zu verstehen und zu formulieren und welche Daten zur Lösung des Falls benötigt werden. Darüber hinaus müssen die Studenten die Problemdaten aus verschiedenen Quellen beschaffen. Anschließend muss das Problem inklusive der gewonnenen Daten in eine geeignete Software eingegeben und damit gelöst werden. Die letzte Aufgabe ist die Interpretation und Präsentation der gefundenen Lösung. Es ist von der Gruppe gemeinsam eine Projektarbeit zu schreiben und die Ergebnisse des Projektes abschließend zu präsentieren.</p>

Prüfungsform:
Projektarbeit (80%) Präsentation (20%)

Projekt Produktion und Logistik (Produktion & Logistik)

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:

Projekt Wirtschaftsberatung (Unternehmensberatung)

Modul: Projekt Wirtschaftsberatung (Unternehmensberatung)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Alexander Lübbe	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/0.0/0.0/60.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-07-01
Pflicht Voraussetzungen: Grundlagen BWL, ERP-Systeme, Mathematik I		
Empfohlene Voraussetzungen: Mathematik II, Grundlagen des Projekt- und Prozessmanagements		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	60.0
Vor- und Nachbereitung:	40.0
Projektarbeit:	40.0
Prüfung:	10.0
Gesamt:	150

Projekt Wirtschaftsberatung (Unternehmensberatung)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Abhängig vom externen Auftrag müssen verschiedene Kenntnisse bisheriger BWL-Studieninhalte reaktiviert oder erweitert werden. 	20%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Abhängig vom externen Auftrag müssen verschiedene Fertigkeiten bisheriger BWL-Studieninhalte reaktiviert oder erweitert werden. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • In Teams von 2-4 Personen müssen Aufträge eines externen Auftraggebers erfüllt werden. Dabei müssen Teamdynamik und Auftraggeber/Auftragnehmer-Beziehung bewältigt werden. 	40%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende müssen Aufgabenpakete als Teil der Teamleistung eigenständig erbringen. 	

Inhalt:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Externe Auftraggeber definieren ein Arbeitspaket im Aufgabenfeld einer Wirtschafts-/IT-Beratung. Konkrete Inhalte sind vom Auftraggeber abhängig. 2. Externe Aufträge könnten bspw. sein: Wirtschaftlichkeitsbetrachtung, Basis für Sourcing-Entscheidungen, Teilaspekte eines Ausschreibungs/Angebotsverfahren,...

Prüfungsform:
Schriftliche Arbeit (100%)

Pflichtliteratur:
Empfohlene Literatur:

Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Digitales Marketing & Design)

Modul: Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Digitales Marketing & Design)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/0.0/0.0/60.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-26
Empfohlene Voraussetzungen: Projektmanagement, Marketing (Grundstudium); Module aus dem 4. Semester der Vertiefung (Digitales Marketing and Design I; Kommunikationsdesign)		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen: Sofern das Absolventenprofil "Junior Marketing Manager" angestrebt wird, wird eine Teilnahme an der Spezialisierung "Marketing & HRM Analytics" empfohlen. Studierende sollten ein Kompetenzprofil vorweisen können, dass den Inhalten aus den Modulen "Digitales Marketing I" und "Kommunikationsdesign" entspricht. Das Projektmodul stellt im Kern praktische Arbeiten dar, dessen Lernziele nicht ohne aktive Beteiligung der Studierenden in der Lehrveranstaltung erreicht werden können. Für ein erfolgreiches Absolvieren wird daher eine regelmäßige Anwesenheit empfohlen.		

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

Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Digitales Marketing & Design)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
<p>Kenntnisse/Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> In Abhängigkeit der Projektinhalte vertiefen/ergänzen Studierende Wissensbestände der digitalen Kommunikation oder erwerben branchenbezogene Kenntnisse. Studierenden kennen Methoden zur Bearbeitung komplexer Probleme im Feld der (digitalen) Marketingkommunikation. 	10%
<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> Managementbezogene Kompetenzen: Studierende entwickeln digitale Kommunikationsmaßnahmen (basierend auf strategischen Konzepten/Rahmenbedingungen) in einem Team (Grundlagenniveau). Dabei führen die Analysen zur Erstellung/Bewertung von digitalen Kommunikationsmaßnahmen durch und wenden Tools & Methoden zur visuellen und textlichen Gestaltung von Medien praxisbezogen an (Grundlagenniveau). Studierende praktizieren ein Denken in Systemen und Prozessen. Methodenkompetenzen: In Anleitung konzipieren und realisieren Studierende Projektpläne, Zeitpläne und Berichte. Sie zeigen auf Einsteigerniveau unternehmerisches, lösungsorientiertes und innovatives Denken & Handeln. Zur Bearbeitung komplexer praktischer Probleme im Feld der Marketingkommunikation setzen sie erlernte Methoden (z.B. Materialrecherche/-auswertung, Erfassung von KPIs & Marktbeobachtungen, Auswertung von Analysen, Methoden der Ideengenerierung und Selektion) ein, arbeiten systematisch und treffen Entscheidungen unter Berücksichtigung ökonomischer & nicht ökonomischer Aspekte. 	60%

Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Digitales Marketing & Design)

Personale Kompetenzen	
<p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none">• Kommunikationskompetenzen: Studierende kommunizieren (mündlich & schriftlich) mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit internen & externen Ansprechpartnern, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen. Sie formulieren innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen. Zur Untermauerung ihrer Argumentation visualisieren sie komplexe Zusammenhänge & Ergebnisse.• Teamfähigkeit: Studierende arbeiten erfolgreich in (interdisziplinären) Teams und sind in der Lage unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter zu berücksichtigen.	30%
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none">• Zuverlässigkeit: Studierende halten sich an Regeln & Absprachen, die sie mit anderen vereinbart haben. Andere können sich auf eigene Aussagen verlassen, dass Aufgaben in der zugesagten Qualität erledigt werden.• Verantwortungsbewußtsein: Studierende besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft selbstgesteuert zur Gestaltung von Prozessen unter Einbeziehung möglicher Folgen beizutragen.• Flexibilität: Studierende können gewohntes Denken und Handeln an neue veränderte Situationen anpassen, wie auch neue Aufgaben & Herausforderungen annehmen.• Einsatzbereitschaft: Personale Grundhaltung von Studierenden, mit vollem Einsatz zu handeln (z.B. sich für gemeinsame Ziele aktiv, nachdrücklich und mit weitgehend vorbehaltlosem Engagement einzusetzen.• Kreativität & Aufgeschlossenheit: Studierende sind experimentierfreudig und bereit, neue Wege zu gehen. Sie können unkonventionelle, ungewöhnliche neue Ideen entwickeln und dementsprechend umzusetzen. Sie sind einfallsreich und probieren gerne Neues aus.	

Projektmodul - Digitales Marketing & Design (Digitales Marketing & Design)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

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

Projektmodul - Webanalytics and eHRM (Marketing & Human Resource Analyt

Module: Projektmodul - Webanalytics and eHRM (Marketing & Human Resource Analytics)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. rer. nat. Rainer Stollhoff, Prof. Dr. Marc Roedenbeck & Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas	

Semester: 7	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/0.0/0.0/60.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-02-26
Recommended prior knowledge: Human Resource Management & Organizational Design, Introduction to Marketing		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations: The module is part of the specialization Marketing and HR Analytics, students should be well versed in the topics covered in the modules Webanalytics and eHRM I, II as well as Data Mining and Analytics.		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	0.0
Project:	90.0
Examinations:	0.0
Total:	150

Projektmodul - Webanalytics and eHRM (Marketing & Human Resource Analyt

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
Knowledge	20%
<p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students can formulate requirements for the process of data analysis for a specific project, identify and safely integrate or apply suitable data sources and procedures, as well as interpret the results of the analysis, critically reflect on them and communicate them in a way that is appropriate for the target group. • Methodological competencies: Students design and implement project plans, schedules and reports. To work on complex practical problems in the field of Web and/or HR analytics, they apply learned methods, draw back on theories and models discussed, work systematically and make decisions taking different facets into account. • Managerial competencies: Students create and conduct their own analysis in the field of Web and/or HR Analytics to develop strategic recommendations for action. Students practice thinking in systems and processes and they demonstrate junior entrepreneurial, solution-oriented and innovative thinking and acting. 	40%

Projektmodul - Webanalytics and eHRM (Marketing & Human Resource Analyt

Personal competences	
<p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication skills: Students formulate subject-specific and factual solutions to problems within their actions and can justify these in discourse with theoretically and methodologically sound argumentation. They can prepare and present analysis results in reports in such a way that they are also comprehensible to people outside the subject area. • Ability to work in teams: Students work successfully in (interdisciplinary) teams and are able to take into account the different views and interests of other interests of others involved. 	40%
<p>Autonomy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flexibility: Students can adapt habitual thinking and actions to new changing situations, as well as take on new tasks & challenges. • Creativity: Students are eager to experiment and willing to break new ground. They can develop unconventional, unusual new ideas and implement them accordingly. They are imaginative and like to try out new things. • Commitment: Students show the personal attitude to act with full commitment (e.g. to work actively, emphatically and with largely unreserved commitment for common goals). • Responsibility: Students possess the ability & willingness to contribute in a self-directed manner to the design of processes involving potential consequences. 	

Content:
<p>1. Students apply the competencies acquired in the in-depth studies and generate "real" professional experience accompanied by a teacher. Within the framework of a defined project goal, the students work in a team to develop an approach coordinated with project participants and clients as well as strategic recommendations for action. Depending on the content of the project, it may be necessary to deepen the teaching content from previous teaching/learning units. The methodological competencies of project management and scientific work acquired in the basic studies are applied to a complex, close to "real-life" task.</p>

Examination format:
<p>The actual examination procedures can be found in the examination plan, which is provided by the lecturer within the first two weeks of lectures. (100%)</p>

Projektmodul - Webanalytics and eHRM (Marketing & Human Resource Analyt

Compulsory reading:
Recommended reading:
Depending on the content of the project, relevant literature will be provided on the learning platform. Edwards MR & Edwards K (2019): Predictive HR Analytics – Mastering the HR Metric. KoganPage: London.

Startup Camp (Innovation & Entrepreneurship)

Modul: Startup Camp (Innovation & Entrepreneurship)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 0.0/0.0/0.0/45.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-19
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	15.5
Projektarbeit:	54.5
Prüfung:	20.0
Gesamt:	135

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen	30%

Startup Camp (Innovation & Entrepreneurship)

<p>Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Im Mittelpunkt des Moduls steht die Anwendung von Kreativtechniken, die Arbeit mit dem Business Model Canvas, die Entwicklung von Kundengruppen und Persona, die Anwendung von Elementen des Design Thinking sowie ausgewählter Lean Startup Methoden. 	<p>40%</p>
<p>Personale Kompetenzen</p>	
<p>Soziale Kompetenz</p> <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 und einer Startup Idee entwickeln die Studierenden Kommunikationskompetenz. 	<p>30%</p>
<p>Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die selbstständige Arbeit an einer Problemlösung/Gründungs idee soll die Selbstreflektion der einzelnen Studierenden verstärken. Ziel ist es dabei, dass die Studierenden ihre Stärken und Schwächen identifizieren und ihre Ressourcen und Kompetenzen zielgerichtet einsetzen und weiterentwickeln. 	

<p>Inhalt:</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in ausgewählte Methoden des Entrepreneurship, Projekt- und Innovationsmanagements 2. Vorstellung und Diskussion ausgewählter (regionaler) Problemlagen als Ausgangspunkt für die Entwicklung von Gründungsideen 3. Systematische Entwicklung einer Startup Idee 4. Anwendung von Kreativtechniken, Business Model Canvas. Lean Startup Methoden 5. Anwendung von Methoden der Visualisierung und Kommunikation von Gründungsideen

Startup Camp (Innovation & Entrepreneurship)

Prüfungsform:

Projektarbeit (100%)

Zusätzliche Regelungen:

Das Startup Camp findet in einem Blockformat statt. Zudem sind wechselnde Orte, wie z. B. unterschiedliche CoWorking Spaces, Kreativorte in der Region oder themenspezifische Umgebungen als Lernorte möglich.

Pflichtliteratur:

Skript zum Startup Camp

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

Vetterli, C., Brenner, W., Uebnickel, F., & Berger, K. (2012). Die Innovationsmethode design thinking.

Ries, E. (2014). Lean Startup: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen. Redline Wirtschaft.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Etienne, F. (2020). The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the World's Best Business Models. John Wiley & Sons.

Empfohlene Literatur:

The Law of International Business Transactions II (International Trade and Investment)

Module: The Law of International Business Transactions II (International Trade and Investment)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. Christian Hederer & Prof. Dr. Dietmar Baetge	

Semester: 7	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-03-01
Recommended prior knowledge:		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations: The module is part of the curriculum for the specialization "International Trade and Investment". The modules "International Trade: Economics, Politics, Law II" and "The Law of International Business Transactions II" will be co-taught in an integrated interdisciplinary fashion. Therefore, their descriptions correspond.		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	60.0
Project:	30.0
Examinations:	0.0
Total:	150

The Law of International Business Transactions II (International Trade and Investment)

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
<p>Knowledge</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students know ... • â€ the structure and key rules of the WTO, and how to apply and enforce those rules in a business context; • â€ key rules of trade compliance and export/import control; • â€ the international investment regime and different instruments for a business enterprise to protect its international investments; • â€ the main instruments of a business enterprise to protect and enforce its international transactions and contracts. 	60%
<p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to ... • ... support business enterprises in complying with, and utilizing, international rules on trade and investment; • ... judge the suitability and use of different instruments of protecting international transactions for business enterprises; • ... judge whether internal processes in enterprises or public institutions are in line with trade compliance rules; • ... support the implementation of internal systems of trade compliance management and export control in corporations. 	25%
Personal competences	
<p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to ... • ... resolve differences and organize teamwork effectively, and taking into account intercultural differences; • ... communicate complex legal and economic issues in international trade to a broader audience (business, stakeholders). 	15%
<p>Autonomy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to ... • ... familiarize themselves quickly with complex economic and legal issues in international trade, including relevant research; • ... study a larger-scale project in international business taking into account legal as well as economic perspectives. 	

The Law of International Business Transactions II (International Trade and Inv

Content:

1. Law and Economics of World Trade and the World Trade Organization
 - 1.1. Overview of WTO Institutions and Agreements
 - 1.2. Principles of the WTO: Most Favored Nation, National Treatment, and others
 - 1.3. Tariffs, quotas and nontariff barriers under the GATT
 - 1.4. International Trade in Services (GATS) and further selected WTO Agreements
 - 1.5. Regional trade agreements and free trade: threat or boon?
 - 1.6. Export and import control laws and their impact on doing business abroad
 - 1.7. Trade compliance and the mitigation of trade risks
2. Transnational Investment Protection and Cross-Border Enforcement of Private Claims
 - 2.1. International Investment: Economics, politics and law (overview)
 - 2.2. International Investment Agreements and the settlement of investment disputes
 - 2.3. Political Risk Insurance and other instruments to protect international transactions
 - 2.4. International Sales Agreements in a nutshell
 - 2.5. Basics of International Commercial Arbitration
3. International Trade and Investment: Where do we go from here?
 - 3.1. Developing countries in world trade: Do we need a fairer world trade order?
 - 3.2. China's new state capitalism as challenge to the competitive level playing field
 - 3.3. The crisis of the world trading system: is free trade dead?
 - 3.4. Implications for business

Examination format:

The actual examination procedures can be found in the examination plan, which is provided by the lecturer within the first two weeks of lectures. (100%)

Compulsory reading:

tba

Recommended reading:

Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt (Verkehrsplanung)

Modul: Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt (Verkehrsplanung)	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. nat. Christian Liebchen & Prof. Dr.-Ing. Ralf Kohlen	

Semester: 7	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 60.0	davon V/Ü/L/P: 60.0/0.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-04-12
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

Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt (Verkehrsplanung)

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Fachkenntnisse zu Akteuren in der Verkehrspolitik und Strukturen von Verkehrsmärkten • Wissen zur Evolution von Verkehrssystemen und der Bedeutung von Innovationen • Kenntnisse zu Planungsinstrumenten der Verkehrspolitik und zu Maßnahmen und deren Wirkungen in der Verkehrsplanung 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeiten zur Analyse von Daten zur Verkehrsentwicklung • Anwendungsbereites Verständnis von Wirtschaftlichkeitsrechnungen • Grundlagen zu Theorien und Zusammenhängen für das Innovationsmanagement im Verkehr • Effiziente Recherche 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Softskills für die betriebswirtschaftliche und wissenschaftliche Praxis • Diskussionen zu verkehrspolitischen Fragestellungen • Umgang in der Gruppendynamik zur Aufgabenstrukturierung/-abarbeitung 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Selbstdiszipliniertes Organisieren der eigenen Arbeit • Selbständige Strukturierung und Recherche von verkehrspolitischen Fragestellungen • Kritische Reflexion des eigenen Arbeitsstandes und von Lösungsansätzen 	

Verkehrspolitik und Verkehrsmarkt (Verkehrsplanung)

Inhalt:

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

Prüfungsform:

Klausur

Pflichtliteratur:

Unterlagen zur Lehrveranstaltung

Empfohlene Literatur:

N. Gregory Mankiw und Mark P. Taylor (2018), "Grundzüge der Volkswirtschaftslehre", 7. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
Gerd Aberle (2009), "Transportwirtschaft - Einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Grundlagen", 5. Auflage, Oldenbourg Wissenschaftsverlag
Wilfried Stock und Tobias Bernecker (2014), "Verkehrsökonomie", 2. Auflage, Gabler Verlag
Hans-Helmut Grandjot und Tobias Bernecker (2014), "Verkehrspolitik: Grundlagen, Herausforderungen, Perspektiven", 2. Auflage, DVV Media Group

Webanalytics and eHRM II (Marketing & Human Resource Analytics)

Module: Webanalytics and eHRM II (Marketing & Human Resource Analytics)	
Degree programme: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Degree: Bachelor of Arts
Responsible for the module: Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas, Prof. Dr. Marc Roedenbeck & Prof. Dr. jur. Stefan Strassner	

Semester: 7	Duration: 1	
Presence hours: 60.0	Of which L/S/LW/P: 0.0/60.0/0.0/0.0	CP according to ECTS: 5.0
Form of course: Elective	Language: English	As of: 2021-03-01
Compulsory prior knowledge: Basics of Web Analytics and eHRM, Data Mining and Analytics		
Recommended prior knowledge: Human Resources and Organizational Design, Introduction to Marketing		
Recognition of external relevant qualification/experience:		
Special regulations: The module is part of the specialization Marketing and HR Analytics, students should be well versed in the topics covered in the modules Webanalytics and eHRM I as well as Data Mining and Analytics.		

Workload distribution	Hours:
In class:	60.0
Pre- and post-course work:	30.0
Project:	60.0
Examinations:	0.0
Total:	150

Webanalytics and eHRM II (Marketing & Human Resource Analytics)

Learning objectives	Anteil
Subject specific competences	
<p>Knowledge</p> <ul style="list-style-type: none"> • WEB ANALYTICS: Students know which metrics and measurement values are relevant in the context of the specified objectives. They can define corresponding KPIs and configure them in Google Analytics (basic level). They know possibilities and limitations of Google Analytics as well as recommended actions for efficient work with Google Analytics. Students know how to install and set up Google Analytics. • eHRM: In the context of different e-HRM cases (diversity, surveys, turnover, performance), students are able to name the measures and methods of analysis to be used. 	20%
<p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • WEB ANALYTICS: Students are able to use the reporting functions of Google Analytics correctly depending on the question and to carry out further investigations on the basis of data obtained and evaluations (basic level). They can check the degree of target achievement and identify weaknesses and optimization potential (derive recommendations for action). • eHRM: Students are able to carry out an import of datasets, to implement and run different data analysis and to evaluate the outcome in relation to questions of the e-HRM cases and to derive recommendations for strategic HRM actions • Legal competence: When planning data analyses, students can recognise where there are obstacles under data protection law and react at an early stage. 	50%

Webanalytics and eHRM II (Marketing & Human Resource Analytics)

Personal competences	
<p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication skills: Students formulate subject-specific and factual solutions to problems within their actions and can justify these in discourse with theoretically and methodologically sound argumentation. They can prepare and present analysis results in reports in such a way that they are also comprehensible to people outside the subject area. 	30%
<p>Autonomy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flexibility: Students can adapt habitual thinking and actions to new changing situations, as well as take on new tasks & challenges. • Analytical skills: Students develop their critical-relational, contextual analytical skills (such as in the use of multiple metrics, data collection and storage, and data analysis and presentation). • Diligence: Students complete work assignments conscientiously, thoroughly, completely, and reliably. In doing so, they maintain an overview, paying particular attention to orderly records and documentation of procedures and important details. • Students develop autodidactic competencies (learning to learn, independent use of new educational media, responsibility for their own educational process, education for education). 	

Content:
<ol style="list-style-type: none"> 1. The specialization Marketing & HRM Analytics is an interdisciplinary specialization that combines the disciplines of Marketing, HRM, IT, quantitative methods and law and thus prepares students for current labor market requirements. Modules of the 5th semester focus on the application of the acquired knowledge. 2. WEB ANALYTICS: In this part of the module, the main methods and analyses of Google Analytics as well as the selection, introduction and operational use of Google Analytics are addressed. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. GOOGLE ANALYTICS IN THEORY: Google Analytics features// Functionality of Google Analytics incl. possibilities and limitations// Report layout of Google Analytics (key figures, data sheets and reportings)// Definition of goals and target funnels// Efficiently working with Google Analytics 2.2. GOOGLE ANALYTICS IN PRACTICE <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1. Google Analytics reports (dashboard view, top reports, \$index, impact of sampling on reports and interpretation) 2.2.2. Installing and setting up Google Analytics 2.2.3. Case Study Work: <ul style="list-style-type: none"> o Define goals and target funnels in Google Analytics o Extract relevant information o Deploying reporting features based on the

Webanalytics and eHRM II (Marketing & Human Resource Analytics)

question at hand o Creating reports o Evaluate results, identify weaknesses & discuss possible solutions

3. eHRM

- 3.1. Diversity Analytics (Frequencies, Descriptive, tests of differences between groups / association)
- 3.2. Employee Attitude Surveys (Reliability & Principal Component Analysis)
- 3.3. Predicting Employee Turnover (ANOVA, Prediction)
- 3.4. Predicting Employee Performance (Regression, Multivariate Regression, Mediator / Moderator)
- 3.5. Advanced HR Analytics (Multi-Level Modeling, Curvilinear Relationships)

4. The question of whether a data analysis - be it in the context of Webanalytics or eHRM - complies with the law is primarily answered by the General Data Protection Regulation (GDPR), if the analysis concerns "personal data" and their "processing". Personal data means any information relating to an identified or identifiable natural person. Processing means any operation or set of operations which is performed on personal data or on sets of personal data, whether or not by automated means, such as collection, recording, organisation, structuring, storage, adaptation or alteration, retrieval, consultation, use, disclosure by transmission, dissemination or otherwise making available, alignment or combination, restriction, erasure or destruction. The explanation of the GDPR and its relevant rules for data analysis is an essential content of the module.

Examination format:

The actual examination procedures can be found in the examination plan, which is provided by the lecturer within the first two weeks of lectures. (100%)

Webanalytics and eHRM II (Marketing & Human Resource Analytics)

Compulsory reading:

The digital library of the TH Wildau provides students with the legal database "Beck-Online". This gives students access to legal handbooks and commentaries on the GDPR (in German).

Recommended reading:

Google Analytics YouTube Channel

Official Blog Google Marketing Platform:

<https://www.blog.google/products/marketingplatform/360/>

For the google analytics part, current literature references are provided on the learning platform.

Edwards MR & Edwards K (2019): Predictive HR Analytics – Mastering the HR Metric. KoganPage: London.

Bachelorarbeit

Modul: Bachelorarbeit	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. phil. Ronny Freier	

Semester: 8	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 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: 2021-05-10
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 (qualitative und/oder quantitative) 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 anhand der maßgebenden Primär- und Sekundärliteratur. • 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. • reflektieren den eigenen Arbeitsstand kritisch. • fertigen eigenständig eine schriftliche Arbeit nach wissenschaftlichen Standards an. 	

Bachelorarbeit

Inhalt:

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Formulieren einer bearbeitbaren Forschungsfrage (Themenfindung)2. Operationalisieren des Themas bzw. Erarbeitung eines Arbeitskonzepts3. Durchführung von Literaturrecherchen4. Datenerhebung und -auswertung bzw. Literatur- und Quellenanalyse5. Schreiben einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit |
|--|

Prüfungsform:

Schriftliche Arbeit (100%)

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Empirische Forschungsmethoden

Modul: Empirische Forschungsmethoden	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Marc Roedenbeck & M. Sc. Marcel Herold	

Semester: 8	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 25.0	davon V/Ü/L/P: 25.0/0.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 3.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-26
Pflicht Voraussetzungen: Wissenschaftliches Arbeiten		
Empfohlene Voraussetzungen:		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	25.0
Vor- und Nachbereitung:	14.0
Projektarbeit:	36.0
Prüfung:	0.0
Gesamt:	75

Empirische Forschungsmethoden

Lernziele	Anteil
Fachkompetenzen	
Kenntnisse/Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen den Unterschied zw. Alltagsfragen und Forschungsfragen sowie Propositionen & Hypothesen • Die Studierenden können gezielt Forschungsmethoden Ihres Fachgebietes identifizieren • Die Studierenden kennen quantitative Designs (z.B. Survey Research, Experiments), Erhebungsmethoden (z.B. Paneldaten, Fragebogen) und Auswertungsmethoden (z.B. Hypothesentests). • Die Studierenden kennen qualitativ Designs (z.B. Case Study, Dokumentenforschung), Erhebungsmethoden (z.B. Leitfadeninterview, Narratives Interview) und Auswertungsmethoden (z.B. Transkription, Kodierung / Kodetabellen, Kappa-Test). 	40%
Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können eigene empirische Forschungsfragen (vorzugsweise für Ihre Bachelorarbeit) formulieren, in Subfragen zerlegen, sowie präzise Propositionen und Modell-Hypothesen formulieren • Die Studierenden können empirische Forschungsartikel in analoger und digitaler Umgebung recherchieren sowie digital organisieren • Die Studierenden können ein eigenes empirisches Forschungsdesign (vorzugsweise für Ihre Bachelorarbeit) erklären und umsetzen. • Die Studierenden können für das eigene empirische Forschungsdesign adäquate Methoden (vorzugsweise für Ihre Bachelorarbeit) benennen und anwenden. • Die Studierenden können für die ausgewählte Methode die notwendigen Auswertungen (vorzugsweise für Ihre Bachelorarbeit) erstellen und interpretieren. 	40%
Personale Kompetenzen	
Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind in der Lage, mündlich als auch schriftlich konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren 	20%
Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Studierende besitzen die Fähigkeit & Bereitschaft selbstgesteuerten Gestaltung eines Forschungsexposés • Studierende erledigen Arbeitsaufträge gewissenhaft, gründlich, vollständig und verlässlich. 	

Empirische Forschungsmethoden

Inhalt:

1. Einführung in die Wissenschaftstheorie (z.B. Realismus, Rationalismus, Positivismus, Konstruktivismus)
2. Wiederholung zu Forschungsfragen, Subfragen, Propositionen & Hypothesen, Literaturrecherche mit Fokus auf empirische Forschungsartikel
3. Ausgewählte qualitative Forschungsdesigns: Literaturarbeit, Case Study (Dokumente)
4. Ausgewählte qualitative Forschungsdesigns: Interviewverfahren, Teilnehmende Beobachtung
5. Ausgewählte quantitative Forschungsdesigns: Paneldaten, Fragebogen
6. Ausgewählte quantitative Forschungsdesigns: Quasi-Experiment
7. Ausgewählte qualitative Auswertungsmethoden: Inhaltsanalyse (Transkription, Kodierung)
8. Ausgewählte quantitative Auswertungsmethoden: Wiederholung zu statistischen Auswertungen (Deskription, Tests, Regression)
9. Designspezifische Vorträge der Studierenden zu Ihren Bachelorarbeiten

Prüfungsform:

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

Pflichtliteratur:

Empfohlene Literatur:

Leedy PD & Ormrod JE (2015): Practical Research – Planning and Design. Harlow: Pearson. Chapter 6-End
Bortz J & Döring N (2006): Forschungsmethoden und Evaluation – für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin: Springer.

Führung und Kommunikation

Modul: Führung und Kommunikation	
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, berufsbegl. 2021	Abschluss: Bachelor of Arts
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. rer. pol. Markus Karp & Prof. Dr. Marc Roedenbeck	

Semester: 8	Dauer: 1	
Präsenzstunden: 45.0	davon V/Ü/L/P: 45.0/0.0/0.0/0.0	CP nach ECTS: 5.0
Art der Lehrveranstaltung: Pflicht	Sprache: Deutsch	Stand vom: 2021-02-25
Empfohlene Voraussetzungen: ---		
Pauschale Anrechnung von:		
Besondere Regelungen:		

Aufschlüsselung des Workload	Stunden:
Präsenz:	45.0
Vor- und Nachbereitung:	60.0
Projektarbeit:	0.0
Prüfung:	30.0
Gesamt:	135

Führung und Kommunikation

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. 	

Führung und Kommunikation

Inhalt:

1. Führung und Management
 - 1.1. Grundlagen
 - 1.2. Managementprozess
 - 1.3. Führungstheorien und -stile
 - 1.4. Führungsaufgaben und Führungsinstrumente
 - 1.5. Motivationstheorien
 - 1.6. Praktische Übungen
2. Kommunikation
 - 2.1. Kommunikationstheoretische Grundlagen (Kommunikationsquadrat, 5 Axiome, Johari- Fenster, Themenzentrierte Interaktion, Transaktionsanalyse)
 - 2.2. Kommunikationsebenen: verbal, nonverbal, paraverbal
 - 2.3. Gesprächstechniken (Fragetechniken, Feedback, aktives Zuhören, Ich-Botschaften)
 - 2.4. Grundlagen der Gesprächsführung (Phasen des Gesprächsverlaufs, Gesprächsstile)
 - 2.5. Praktische Übungen

Prüfungsform:

- Präsentation (40%)
- Belegarbeit (60%)

Führung und Kommunikation

Pflichtliteratur:

Bürkler, P. & Kaudela-Baum, S. & Nagel, E. (2018). *Führung lernen*. Springer.
Domsch, M. & von Rosenstiel, L. & Regnet, E. (2020). *Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement*. Schäffer-Poeschel.
Argyle, M. (2013): *Körpersprache und Kommunikation. Nonverbaler Ausdruck und soziale Interaktion*, 10. Auflage, Junfermannsche Verlagsbuchhandlung, Paderborn
Hofstede, G. (2011): *Lokales Denken, globales Handeln*, 5. Aufl., dtv, München
Schulz von Thun, F. (2010): *Miteinander reden 1-3*, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek

Empfohlene Literatur:

Whorf, B. L. (1963) *Sprache Denken Wirklichkeit*. Rowohlt, Reinbek
Watzlawick, P.; Beavin, J. H.; Jackson, D. D. (2000): *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien*, Huber Verlag, Bern
Trompenaars, A. F., Hampden-Turner, C. (2005): *Riding the Waves of Culture. Understanding cultural diversity in business*. Brealey, London.