Hochschule
für Wirtschaft und Gesellschaft
Ludwigshafen

Fachbereich Marketing und Personalmanagement

Modulhandbuch
Angewandtes Management
(B.A.)

Praxisorientiertes Vollzeitstudium

Inhalt

1 Qualifikationsziele....4
2 Modulbeschreibungen....6
2.1 Grundlagen Betriebswirtschaftslehre (1. Sem.)....6
2.2 Managementfunktionen (1. Sem.)....9
2.3 Grundlagen Wissenschaftliches Arbeiten (1. Sem.)....12
2.4.1 – 2.4.5 Praxismodul (1. – 5. Sem.)....15
2.5 Externes Rechnungswesen (2. Sem.)....18
2.6 Wirtschaftsinformatik (2. Sem.)....21
2.8 Grundlagen Volkswirtschaftslehre (2. Sem.)....26
2.9 Internes Rechnungswesen (3. Sem.)....29
2.10 Investition / Finanzierung / Steuerlehre (3. Sem.)....32
2.11 Wissenschaftliches Arbeiten (3. Sem.)....36
2.12 Nachhaltige Unternehmensführung (4. Sem.)....39
2.13 Supply Chain Management (4. Sem.)....42
2.14 Volkswirtschaftslehre (4. Sem.)....45
2.15 Rhetorik (4. Sem.)....48
2.16 Wirtschaftsrecht (5. Sem.)....50
2.17 Arbeitsrecht (5. Sem.)....53
2.18 Strategisches Marketing (5. Sem.)....55
2.19 Innovationsmanagement und Geschäftsmodelle (5. Sem.)....58
2.20 Soziale Kompetenz (5. Sem.)....61
2.21 Operatives Marketing (6. Sem.)....64
2.22 Personalmanagement (6. Sem.)....67
2.23 Unternehmensrechnung (6. Sem.)....70
2.24 Gründungsmanagement (6. Sem.)....73
2.25 Betriebswirtschaftliche Trendthemen (6. Sem.)....76
2.26 Controlling (7. Sem.)....78
2.27 Spezielles Management (7. Sem.)....80
2.28 Bachelor-Arbeit (7. Sem.)....83

Der Schrägstrich (**/**) kann im jeweiligen Zusammenhang für **„**und“**,** „oder“ oder „und/oder“ stehen.

1 Qualifikationsziele

Nach erfolgreichem Abschluss des grundständigen Bachelorstudiengangs Angewandtes Management sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage,

- sich große Mengen an theoretischem und methodischem Wissen anzueignen und wiederzugeben bzw. hinsichtlich deren Nutzen bewerten zu können,
- ein grundlegendes, breites und tiefes betriebswirtschaftliches Wissen darzulegen, um betriebswirtschaftliche Problem- und Aufgabenstellungen zu verstehen, zu lösen und kritisch einzuschätzen,
- fundierte Kenntnisse in betriebswirtschaftlichen Funktionen wie z.B. marktorientierte und nachhaltige Unternehmensführung, Finanz- und Rechnungswesen sowie Supply Chain Management für Managemententscheidungen anzuwenden,
- betriebswirtschaftliche Methoden und Techniken zur Lösung praxisbezogener betrieblicher Probleme zu nutzen, um Handlungsempfehlungen zu entwickeln und umzusetzen,
- Vor- und Nachteile verschiedener Optionen des betrieblichen Handelns zu bewerten und Lösungsvorschläge für ein betriebswirtschaftlich begründbares Handeln zu entwerfen,
- volkswirtschaftliche Grundkenntnisse darzustellen, um Managemententscheidungen ganzheitlich zu beurteilen bzw. zu überprüfen,
- die inhaltlichen und methodischen Grundlagen der Nachbardisziplinen Recht, Statistik und Mathematik in die betriebswirtschaftliche Praxis zu integrieren und einzubeziehen,
- Wissen aus verschiedenen Disziplinen zu verknüpfen und ganzheitliche Lösungen für praxisorientierte betriebswirtschaftliche Fragestellungen zu entwickeln,
- umfangreiche praktische Erfahrungen durch Praktika, Praxissemester, Projekte und ggf. Abschlussarbeiten zu sammeln und dadurch erworbenes theoretisches Wissen zu verstehen, zu verknüpfen und in die Praxis zu transferieren,
- eine Forschungsarbeit selbstständig unter Beachtung der allgemein anerkannten Grundsätze guter wissenschaftlicher Praxis durchzuführen, erworbenes Wissen und eine geeignete Forschungsmethode auf eine abgeleitete Forschungsfrage anzuwenden und hierbei Informationen und Daten zu sammeln, zu analysieren und zu bewerten,
- technologische und betriebliche Veränderungen zu erkennen und darzulegen bzw. Veränderungen zu initiieren und umzusetzen,
- Projektmanagementaufgaben wie Planung, Durchführung und Überwachung von Projekten zu übernehmen und dabei Aufgaben und Projekte zu priorisieren, effizient zu organisieren und zu delegieren,
- ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten anzuwenden, um komplexe Sachverhalte auch in interdisziplinären Teams verständlich zu präsentieren,
- Gesprächsführungs- und Konfliktlösungsstrategien für eine erfolgreiche Team- oder Gruppenarbeit zu entwickeln und so zu einem positiven Arbeitsklima beizutragen,

- sich durchsetzen zu können, selbst zu organisieren und ein gutes Zeitmanagement zu betreiben,
- sich selbst zu motivieren und eigenverantwortlich zu arbeiten,
- die Verantwortung für den eigenen Lernprozess und die eigenen Arbeitsaufgaben zu übernehmen,
- ein kritisches Bewusstsein zur Reflexion der eigenen Person und des Umfelds auszubilden, um bewusste Entscheidungen im beruflichen und gesellschaftlichen Kontext zu treffen und umzusetzen,
- ihre zukünftige Rolle im beruflichen und gesellschaftlichen Kontext zu entwickeln und in dieser handlungsfähig zu sein,
- sich auch über das Studium hinaus selbständig neues Wissen anzueignen und neue Ideen zu entwickeln.

2 Modulbeschreibungen

2.1 Grundlagen Betriebswirtschaftslehre (1. Sem.)

Modulbezeichnung	Grundlagen Betriebswirtschaftslehre
Modulnummer	M 1
Vorgesehenes Studiensemester	1. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	7
Kontaktzeit (h)	36,75
Selbstlernzeit (h)	138,25
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • grundlegende betriebswirtschaftliche Theorien, Modelle, Unternehmensformen und Begriffe darzulegen, • die Funktionsweise von Unternehmen und deren zentrale betriebswirtschaftlichen Prozesse (z.B. Produktion, Marketing, Finanzen, Personal) zu erklären, • die Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Unternehmensebenen und -zielen sowie deren praktische Relevanz zu erläutern. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • betriebswirtschaftliche Modelle, Methoden und Erkenntnisse auf konkrete betriebliche Fragestellungen anzuwenden und daraus fundierte Handlungsempfehlungen abzuleiten, • komplexe betriebswirtschaftliche Problemstellungen zu analysieren und auf Basis theoretischer Grundlagen strukturierte Lösungsansätze zu entwickeln, • selbständig neues Wissen aus den vermittelten Inhalten zu generieren, um praktische Herausforderungen im Unternehmen zu lösen. *Kommunikation und Kooperation* • betriebswirtschaftliche Sachverhalte mündlich und schriftlich klar, präzise und verständlich darzustellen, • sowohl eigenständig als auch im Team betriebswirtschaftliche Herausforderungen zu analysieren, • sowohl eigenständig als auch gemeinsam im Team zielorientiert Lösungen zu erarbeiten,

	• mit anderen effektiv und zielgerichtet zu kommunizieren, • konstruktives Feedback zu geben, • erhaltenes Feedback kritisch zu reflektieren und in den eigenen Arbeitsprozess zu integrieren, • ihre Argumente in fachlichen Diskussionen überzeugend zu vertreten. • unterschiedliche Perspektiven im Dialog wertzuschätzen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen in der Betriebswirtschaftslehre zu entwickeln, • die Bedeutung ethischer und nachhaltiger Unternehmens-führung für die eigene berufliche Praxis zu erkennen, • die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen sowie das eigene berufliche Handeln in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen kritisch zu reflektieren, • mit betriebswirtschaftlichen Herausforderungen professionell und verantwortungsbewusst umzugehen, • eigene berufliche Entscheidungen wissenschaftlich fundiert zu begründen, • Transformationsprozesse im Unternehmen selbst und in der Betriebswirtschaft allgemein inhaltlich, methodisch und in der Arbeitsweise aktiv zu begleiten, • getroffene Entscheidungen kritisch zu reflektieren und gegebenenfalls anzupassen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Einführung Betriebswirtschaftslehre 2 SWS b) Betriebliche Funktionen und Prozesse 1,5 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Einführung Betriebswirtschaftslehre** ▪ Grundbegriffe, Entwicklung, Bedeutung ▪ Unternehmensformen ▪ Unternehmensziele ▪ Managementprozesse ▪ Strategisches Management ▪ Unternehmensumwelt und -beziehungen ▪ Wirtschaftsethik und nachhaltiges Wirtschaften **b) Betriebliche Funktionen und Prozesse** ▪ Beschaffung und Materialwirtschaft

	▪ Produktion und Produktionsmanagement ▪ Marketing ▪ Personalwesen ▪ Rechnungswesen ▪ Finanzierung und Investition
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für die Module M 2, M 3, M 5, M 7, M 8, M 9, M 10, M 11, M 12, M 13, M 19, M 21, M 22, M 23, M 24, M 26, M 27 und M 28
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	7/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Wöhe, Günter; Döring, Ulrich; Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München; Verlag Franz Vahlen; aktuelle Auflage ▪ Straub, Thomas: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Pearson Deutschland; aktuelle Auflage ▪ Vahs, Dietmar; Schäfer-Kunz, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Stuttgart; Schäffer-Poeschel; aktuelle Auflage
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.2 Managementfunktionen (1. Sem.)

Modulbezeichnung	Managementfunktionen
Modulnummer	M 2
Vorgesehenes Studiensemester	1. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	8
Kontaktzeit (h)	42
Selbstlernzeit (h)	158
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • grundlegende Theorien, Modelle und zentrale Begriffe der Personalwirtschaft und des Marketings darzulegen, • die Funktionsweise und Rolle der Personalwirtschaft und des Marketings innerhalb betriebswirtschaftlicher Prozesse zu erklären, • die Zusammenhänge zwischen Strategien, Unternehmenszielen und praktischer Umsetzung in der Personalwirtschaft oder im Marketing zu erläutern. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • betriebswirtschaftliche Modelle, Methoden und Erkenntnisse der Personalwirtschaft und des Marketings auf konkrete betriebliche Fragestellungen anzuwenden und daraus fundierte Handlungsempfehlungen abzuleiten, • Problemstellungen der Personalwirtschaft und des Marketings zu analysieren und auf Basis theoretischer Grundlagen strukturierte Lösungsansätze zu entwickeln. *Kommunikation und Kooperation* • betriebswirtschaftliche Sachverhalte der Personalwirtschaft und des Marketings mündlich und schriftlich klar, präzise und verständlich darzustellen, • Argumente in fachlichen Diskussionen zu Personalwirtschaft und Marketing überzeugend zu vertreten, • unterschiedliche Perspektiven im Dialog zu Personalwirtschaft oder zum Marketing wertzuschätzen.

	Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen in der Personalwirtschaft und im Marketing zu entwickeln.
Lehrveranstaltung(en)	a) Einführung Personalwirtschaft 2 SWS b) Einführung Marketing 2 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Einführung Personalwirtschaft** ▪ Einführung in die Personalwirtschaft ▪ Personalplanung und -beschaffung ▪ Personalauswahl und -einsatz ▪ Mitarbeiterführung und Führungsgrundsätze ▪ Personalentwicklung ▪ Personalfreisetzung ▪ Personalcontrolling ▪ Personalpolitik und Mitbestimmung **b) Einführung Marketing** ▪ Einführung in das Marketing ▪ Märkte und Nachfrageverhalten ▪ Grundlagen des strategischen Marketings ▪ Instrumente des Marketing-Mix ▪ Marketing und Unternehmensführung ▪ Verantwortungsvolles und nachhaltiges Marketing ▪ Digitalmarketing
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für die Module M 18, M 21 und M 22
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	8/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Rump
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Karlshaus, Anja /Wolf, Anke (Hrsg.): Agiles Human Resources-Kundenzentriertes Denken und Handeln im Personalbereich, Springer Gabler (2021)

- Krings, Thorsten: Personalwirtschaft, Grundlagen betrieblicher Personalarbeit, 1. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden (2018)
- Pilz, Gerald: Personalwirtschaft, Schritt für Schritt - Arbeitsbuch, 4. Überarbeitete Auflage, UVK Verlag München (2021)
- Rahn, Horst-Joachim: Gestaltung personalwirtschaftlicher Prozesse, Verlag Recht und Wirtschaft, Frankfurt am Main, aktuellste Auflage
- Wöhe, Günter / Döring, Ulrich / Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Franz Vahlen, aktuellste Auflage
- Wunderer, Rolf: Führung und Zusammenarbeit, Luchterhand München, aktuellste Auflage
- Kotler, Armstrong et al.: Grundlagen des Marketing. Pearson, jeweils aktuelle Auflage
- Bruhn, Manfred: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Springer Gabler, jeweils aktuelle Auflage
- Meffert, Heribert et al.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Springer Gabler, jeweils aktuelle Auflage
- Kollmann, Tobias: Digital Marketing: Grundlagen der Absatzpolitik in der digitalen Wirtschaft, Kohlhammer Verlag, jeweils aktuelle Auflage
- Klaus Solberg Soilen: Digital Marketing: Tools, Techniques and Best Practices for Graduate Students and Managers, Springer, jeweils aktuelle Auflage

Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.3 Grundlagen Wissenschaftliches Arbeiten (1. Sem.)

Modulbezeichnung	Grundlagen Wissenschaftliches Arbeiten
Modulnummer	M 3
Vorgesehenes Studiensemester	1. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	8
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	168,5
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • methodologische und erkenntnistheoretische Grundlagen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre als (Sozial)Wissenschaft zu erläutern, • aufgrund erlernter analytischer Verfahren die geeignete Lösungsmethode auszuwählen, anzuwenden und zu bewerten. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • das Prinzip der empirischen Überprüfung von Vermutungen und Infragestellung voreiliger Meinungen anzuwenden, • eine Seminararbeit, Präsentation oder Thesis fachgerecht zu erstellen, • die jeweilige Fachsprache sicher einzusetzen, • quantitative Analysen zur Interpretation und Lösung von ökonomischen Problemen durchzuführen, • das Gelernte durch selbständiges Arbeiten auch in kleinen Gruppen anzuwenden. *Kommunikation und Kooperation* • wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen im Diskurs sachgerecht darzustellen, • betriebswirtschaftliche Problemstellungen ganzheitlich zu betrachten, um vernetztes und analytisches Denken zu stärken. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • wissenschaftliche und analytische Methoden konsequent in ihrer beruflichen Praxis anzuwenden, • gesellschaftliche Verantwortung im beruflichen Handeln kritisch zu reflektieren.

Lehrveranstaltung(en)	a) Wissenschaftliches Arbeiten 1 SWS b) Analytische Methoden 2 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Wissenschaftliches Arbeiten** ▪ Abgrenzung von Wissen und Vermutung ▪ Relevanz von „Meinung“ für wissenschaftliche Arbeiten ▪ Typische Fallen in wissenschaftlichen Arbeiten, etwa der Unterschied zwischen Korrelation und Kausalität, Herdenmeinungen usw. ▪ Konzept zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten ▪ Literaturrecherche, online und offline ▪ Auswertung und Nutzung adäquater Literatur ▪ Details bei der Strukturierung und Ausfertigung von Arbeiten **b) Analytische Methoden** Wirtschaftsmathematik ▪ Gleichungen ▪ Funktionen einer Variablen ▪ Differentialrechnung ▪ Integralrechnung ▪ Funktionen mehrerer Variablen ▪ Finanzmathematik ▪ Lineare Gleichungssysteme Deskriptive Statistik ▪ Typisierung und Darstellung von Daten ▪ Mittelwerte ▪ Streuungsmaße ▪ Indexzahlen ▪ Korrelation und Regression ▪ Elemente der Zeitreihenanalyse
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für alle Module, insb. M 11 und M 28
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	7/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung

	▪ Franck, Norbert und Stary, Joachim: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Eine praktische Anleitung. UTB, jeweils aktuelle Auflage. ▪ Theisen, René und Theisen, Martin: Wissenschaftliches Arbeiten – Erfolgreich bei Bachelor- und Master-Thesis. Vahlen, jeweils aktuelle Auflage ▪ Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschafts-mathematik, 18. ergänzte und aktualisierte Auflage, Springer ▪ Holland, Heinrich & Holland, Doris: Mathematik im Betrieb, 13. Auflage, Springer Gabler ▪ Kosfeld, Reihold; Eckey, Hans-Friedrich; Türck, Matthias: Deskriptive Statistik, 6. Auflage, Springer Gabler ▪ Schuster, Thomas; Liesen, Arndt: Statistik für Wirtschaftswissen-schaftler, Springer Gabler ▪ Puhani, Josef: Statistik, Springer Gabler ▪ Bleymüller, Josef; Weißbach, Rafael; Dörre, Achim: Übungen zur Statistik für Wirtschaftswissenschaftler
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.4.1 – 2.4.5 Praxismodul (1. – 5. Sem.)

Modulbezeichnung	Praxismodul 1 - 5
Modulnummer	M 4.1 – M 4.5
Vorgesehenes Studiensemester	1., 2., 3., 4., und 5. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Workload (ECTS)	Je 6
Kontaktzeit (h)	10,5
Selbstlernzeit (h)	139,5
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • betriebliche Strukturen, Prozesse und Aufgaben zu benennen • (grundlegende) betriebliche Strukturen, Prozesse und Aufgaben zu erläutern, • das vorhandene Wissen durch die praktische Anwendung theoretischer Inhalte zu vertiefen, • neue Einblicke in branchenspezifische Herausforderungen zu gewinnen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • praktische Erfahrungen im Kontext der weiteren Ausbildung zu reflektieren, • theoretisch erworbenes Wissen eigenständig in die Praxis umzusetzen, • komplexe Problemstellungen zu analysieren, • kreative Lösungsansätze zu entwickeln, • neues praktisches Wissen zu generieren, • qualitative und quantitative Daten zu analysieren und sinnvoll zu interpretieren, • kreatives und analytisches Denken zur Lösung komplexer Aufgaben zu fördern, • strategisches Denken in der Planung und Umsetzung von Projekten zu schärfen, • Methoden des Zeit- und Selbstmanagements in der Praxis einzusetzen und zu optimieren. *Kommunikation und Kooperation* • im Kontext, auch gemeinsam mit anderen, zu einer fundierten Lösung zu gelangen,

	• in einem professionellen Umfeld effektiv zu kommunizieren und zu kooperieren, • den Austausch von Informationen und Meinungen zu fördern, • die Teamfähigkeit zu stärken, • Konfliktsituationen im Team konstruktiv zu bewältigen, • das Auftreten in beruflichen Kontexten zu verbessern, • Arbeitsergebnisse klar und strukturiert darzustellen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • Verantwortung für eigene Aufgaben und Teilprojekte zu übernehmen, • Praxiserfahrungen kritisch zu reflektieren, • ein Bewusstsein für die eigene Rolle als angehende Fachkraft zu entwickeln, • die Professionalität durch die Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu stärken, • berufsethische, ökologische und ökonomische Aspekte in Entscheidungen einzubeziehen, • ein berufliches Netzwerk aufzubauen.
Lehrveranstaltung(en)	gemeinsame Auftaktveranstaltung; individuelle Betreuung der Praxisphase 1 SWS
Lehr- und Lernformen	Praxisphase Die Studierenden absolvieren eine Praxisphase in einem Unternehmen oder einer Organisation, in der sie eigenständig oder im Team konkrete Aufgaben durchführen, theoretisch erworbene Kenntnisse in die Praxis umsetzen oder neues praktisches Wissen erwerben, das später in den Vorlesungen eingebracht werden kann, und dabei individuell durch den Praxispartner sowie eine beratende betreuende Person unterstützt werden.
Veranstaltungssprache	Deutsch
Inhalte	▪ Einarbeitung in Unternehmensstrukturen, Prozesse und Aufgabenbereiche ▪ Praktische Umsetzung theoretischer Kenntnisse und Erweiterung fachlicher sowie überfachlicher Kompetenzen, z. B. in Kommunikation oder Projektmanagement ▪ Aktive Mitarbeit oder eigenverantwortliche Leitung von Aufgaben und Projekten mit Einblicken in interdisziplinäre Arbeitsweisen ▪ Förderung individueller Stärken, Aufbau beruflicher Netzwerke und Vertiefung von Karriereperspektiven
Prüfungsart(en)	Im 1. Sem.: Bericht Im 2. Sem.: mündliche Prüfung / Videopräsentation Im 3. Sem.: Präsentation / Bericht Im 4. Sem.: Bericht / Präsentation Im 5. Sem.: Videopräsentation / mündliche Prüfung
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	jeweils bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für alle Module, insbesondere M 28

Stellenwert der Modulnote für die Endnote	Je 5/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	abhängig von der Problemstellung
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.5 Externes Rechnungswesen (2. Sem.)

Modulbezeichnung	Externes Rechnungswesen
Modulnummer	M 5
Vorgesehenes Studiensemester	2. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	118,5
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 2 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • Lerninhalte des externen Rechnungswesens darzulegen, • Zusammenhänge zwischen den einzelnen Bestandteilen der externen Rechnungslegung (z. B. Bilanz, GuV, Anhang) sowie deren Bedeutung und praktische Relevanz in der Unternehmenspraxis zu erläutern. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • vorhandenes Wissen des externen Rechnungswesens zielgerichtet in unterschiedlichen Kontexten einzusetzen, • theoretisches Wissen des externen Rechnungswesens auf praktische Fragestellungen des externen Rechnungswesens anzuwenden, • komplexe Problemstellungen im externen Rechnungswesen auf Basis theoretischer Grundlagen zu analysieren, • selbstständig neues Wissen aus vermittelten Inhalten zu generieren, • Veränderungskompetenz im Umgang mit dynamischen Herausforderungen (z.B. Wertänderungen eines Vermögensgegenstandes) zu zeigen, • durch Künstliche Intelligenz generierte Daten und Inhalte hinsichtlich ihres Wahrheitsgehalts zu prüfen. *Kommunikation und Kooperation* • Informationen aus dem Bereich des Rechnungswesens klar, präzise und zielgruppengerecht zu vermitteln, • fachliche Sachverhalte des Rechnungswesens mündlich und schriftlich verständlich darzustellen, • ihre Argumente in interdisziplinären oder interkulturellen Diskussionen über spezifische Themen des Rechnungswesens überzeugend zu vertreten.

	Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen des Rechnungswesens zu entwickeln, • fachliche Herausforderungen professionell und verantwortungsbewusst zu bewältigen, • getroffene Entscheidungen kritisch zu überprüfen und bei Bedarf anzupassen, • Transformationsprozesse im Rechnungswesen inhaltlich, methodisch und hinsichtlich der Arbeitsweise aktiv zu begleiten.
Lehrveranstaltung(en)	a) Buchführung 0,5 SWS b) Bilanzierung und Jahresabschluss 2,5 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Buchführung** ▪ Zielsetzung und Aufgaben der Buchführung ▪ Rechtliche Notwendigkeit der Buchführung ▪ Operative Buchhaltung ▪ Inventur und Inventar ▪ Bilanz ▪ Gewinn- und Verlustrechnung (Umsatz- und Gesamtkostenverfahren) ▪ Bestandskonten und Erfolgskonten ▪ Buchungssystematik **b) Bilanzierung und Jahresabschluss** ▪ Grundlagen der externen Rechnungslegung ▪ Ziele der externen Rechnungslegung ▪ Rechengrößen ▪ Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB) ▪ Bilanzierungsgrundlagen ▪ Bewertung (Erst- und Folgebewertung sowie Wertkorrekturen) und Ansatz von Vermögen und Schulden (Anlage- und Umlaufvermögen, Eigen- und Fremdkapital, Rückstellungen und Verbindlichkeiten) sowie Rechnungsabgrenzungsposten ▪ Anhang und Lagebericht
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung

Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für das Modul M 9, M 10, M 23 und M 26
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Wöhe, Günter; Döring, Ulrich; Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Buchholz, Rainer: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Coenenberg, Adolf G.; Haller, Axel; Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart, Verlag Schäffer Poeschel, aktuelle Auflage ▪ Ruhnke, Klaus; Sievers, Sönke, Simons; Dirk: Rechnungslegung nach IFRS und HGB, Stuttgart, Verlag Schäffer Poeschel, aktuelle Auflage
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.6 Wirtschaftsinformatik (2. Sem.)

Modulbezeichnung	Wirtschaftsinformatik
Modulnummer	M 6
Vorgesehenes Studiensemester	2. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	118,5
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • grundlegende Theorien der Digitalisierung zu benennen, • Modelle, Begriffe und Strukturen der Künstlichen Intelligenz darzulegen, • aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen und Trends zu erkennen, • Perspektiven zu ethischen Fragen rund um Künstliche Intelligenz (z. B. Datenschutz, Diversität, Bias) zu beschreiben, • Strategien der Digitalisierung anhand der Handlungsfelder zu beschreiben. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • theoretisches Wissen auf praktische Fragestellungen anzuwenden, • Probleme im Bereich der Digitalisierung durch innovative Ansätze und Lösungen zu bearbeiten, • Wissen mithilfe digitaler Tools und Technologien zu erzeugen, • selbstständig neues Wissen aus vermittelten Inhalten zu generieren, • Digitalisierungsstrategien sowie Vorgehensweisen für Transformationsprozesse zu entwickeln. *Kommunikation und Kooperation* • Informationen klar, präzise und zielgruppengerecht zu vermitteln, • Konflikte in der Zusammenarbeit lösungsorientiert zu bearbeiten, • gemeinsame Ziele in kooperativen Arbeitsprozessen umzusetzen,

	• komplexe Herausforderungen sowohl eigenständig als auch im Team zu analysieren. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen der Digitalisierung und Künstlichen Intelligenz zu entwickeln, • die Bedeutung ethischer und nachhaltiger Ansätze für ihre berufliche Praxis zu erkennen, • Verantwortung für die gesellschaftlichen und beruflichen Auswirkungen ihrer Entscheidungen zu übernehmen, • die Umsetzung von Transformationsprozessen zu begleiten.
Lehrveranstaltung(en)	a) Grundlagen und Anwendungssysteme 1,5 SWS b) Digitalisierung und Künstliche Intelligenz 1,5 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil u.a. durch praktische Übungen am Computer, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil u.a. durch praktische Übungen am Computer, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Grundlagen und Anwendungssysteme** ▪ Grundbegriffe und Entwicklung ▪ Technologische Grundlagen der Digitalisierung ▪ Auswirkungen auf Gesellschaft und Arbeitswelt ▪ IT-Megatrends ▪ Datenverarbeitungsapplikationen: Verarbeitung und Visualisierung **b) Digitalisierung und Künstliche Intelligenz** ▪ Herkunft und Definition Künstliche Intelligenz ▪ Wichtige Teilbereiche der Künstlichen Intelligenz ▪ Ethische und Gesellschaftliche Fragestellung ▪ Business Intelligence Systeme und Analytics ▪ Collaboration-Tools ▪ Adaption in Unternehmen
Prüfungsart(en)	Klausur / Präsentation / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung

	▪ Mertens, Peter: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Springer, 12. Auflage ▪ Tuczek, Hubertus C. (Hrsg.): Innovationen in einer vernetzten Welt, Haufe Verlag ▪ Dahm, Markus H. / Twesten, Niklas: Der Artificial Intelligence Act als neuer Maßstab für künstliche Intelligenz, Springer Gabler ▪ Nousala, Susu et al.: Industry 4.0 to Industry 5.0, Springer
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.7 Wirtschaftspsychologie (2. Sem.)

Modulbezeichnung	Wirtschaftspsychologie
Modulnummer	M 7
Vorgesehenes Studiensemester	2. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	42
Selbstlernzeit (h)	108
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • grundlegende Begriffe und Konstrukte der Psychologie, insbesondere der Wirtschaftspsychologie, darzulegen, • zentrale Forschungsthemen sowie aktuelle theoretische Perspektiven der Wirtschaftspsychologie zu beschreiben. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • maßgebliche Aspekte menschlichen Erlebens und Handelns in der Arbeitswelt einzuordnen, • wirtschaftspsychologische Konstrukte unter Berücksichtigung verschiedener Menschenbilder anzuwenden. *Kommunikation und Kooperation* • wirtschaftspsychologische Sachverhalte mündlich und schriftlich klar, präzise und verständlich darzustellen, • sowohl eigenständig als auch im Team wirtschaftspsychologische Fragestellungen zu analysieren, • effektiv und zielgerichtet über wirtschaftspsychologische Themen zu kommunizieren, • ihre Argumente in fachlichen Diskussionen zur Wirtschaftspsychologie überzeugend zu vertreten, • unterschiedliche Perspektiven im wirtschaftspsychologischen Dialog wertzuschätzen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • ein grundlegendes Verständnis für aktuelle und zukünftige Themen der Wirtschaftspsychologie zu entwickeln, • kritisch über die Anwendung relevanter psychologischer Konstrukte in der Arbeitswelt zu reflektieren.

Lehrveranstaltung(en)	a) Einführung in die Psychologie 2 SWS b) Verhaltensökonomie 2 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Einführung in die Psychologie** ▪ Grundlagen der Psychologie ▪ Wahrnehmung, Aufmerksamkeit und Entscheidungsprozesse ▪ Motivation und Emotion ▪ Sozialpsychologie und Verhalten in Gruppen ▪ Persönlichkeitspsychologie **b) Verhaltensökonomie** ▪ Grundlagen der Verhaltensökonomie ▪ Kognitive Verzerrungen und Heuristiken ▪ Verhaltensökonomie im Unternehmen ▪ Behavioral Finance ▪ Ethik und Grenzen der Verhaltensökonomie
Prüfungsart(en)	Klausur / Präsentation / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	NN
Empfohlene Literatur	Die Literaturempfehlungen werden in der Vorlesung bekannt gegeben.
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.8 Grundlagen Volkswirtschaftslehre (2. Sem.)

Modulbezeichnung	Grundlagen Volkswirtschaftslehre
Modulnummer	M 8
Vorgesehenes Studiensemester	2. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	118,5
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • grundlegende volkswirtschaftliche Theorien, Modelle, Begriffe und Nomenklaturen darzulegen, • die Funktionsweise einer marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnung zu erklären, • die Zusammenhänge der zwischen den verschiedenen volkswirtschaftlichen Teildisziplinen und deren praktische Verankerung im regulatorischen Framework zu erläutern. • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen in der Volkswirtschaftslehre zu entwickeln. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • volkswirtschaftliche Modelle, Methoden und Erkenntnisse auf konkrete wirtschaftspolitische Fragestellungen anzuwenden und daraus fundierte Handlungsempfehlungen abzuleiten, • volkswirtschaftliche Problemstellungen zu analysieren und auf Basis theoretischer Grundlagen Lösungsansätze der Wirtschaftspolitik zu verstehen und zu bewerten, • selbständig neue Erkenntnisse aus den vermittelten Inhalten im Kontext volkswirtschaftlicher Herausforderungen abzuleiten, • aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen unter Rekurs auf volkswirtschaftliche Modellwelten zu analysieren. *Kommunikation und Kooperation* • volkswirtschaftliche Sachverhalte mündlich und schriftlich klar, präzise und verständlich darzustellen, • Argumente unter Verwendung volkswirtschaftlicher Muster überzeugend zu vertreten, • unterschiedliche Perspektiven im Hinblick auf enthaltende Annahmen und Werturteile wertzuschätzen.

	Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität • die gesellschaftliche Relevanz volkswirtschaftlicher Fragestellungen kritisch zu reflektieren, • eigene (wirtschafts-)politische Sichtweisen wissenschaftlich fundiert zu begründen, • Offenheit und Interesse für volks- und gesellschaftspolitische Transformationsprozesse zu entwickeln.
Lehrveranstaltung(en)	a) Mikroökonomik 1,5 SWS b) Makroökonomik 1,5 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Mikroökonomik** ▪ Definitionen und Methodik ▪ Preisbildungsprozesse ▪ Staatliche Eingriffe in den Preismechanismus ▪ Grundzüge der Produktionstheorie ▪ Monopolpreisbildung ▪ Grundzüge der Wettbewerbspolitik **b) Makroökonomik** ▪ Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (Kreislauftheorie, Sozialproduktermittlung, Wohlfahrtsindikatoren) ▪ Gesamtwirtschaftliche Nachfrage und Angebot ▪ Ungleichgewichtskonstellationen und Gleichgewichtseinkommen ▪ Datenänderungen (Multiplikator-Theorie, Sparparadoxon) ▪ Gütermarktmodell mit Staat, einschließlich Haavelmo-Theorem
Prüfungsart(en)	Klausur / Projektarbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für das Modul M 14
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Wasmayr
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Mankiw, G.; Taylor, M.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, aktuelle Auflage

	▪ Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Pearson, aktuelle Auflage
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.9 Internes Rechnungswesen (3. Sem.)

Modulbezeichnung	Internes Rechnungswesen
Modulnummer	M 9
Vorgesehenes Studiensemester	3. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	118,5
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 5 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • Begriffe, Methoden und Strukturen des internen Rechnungswesens darzulegen, • die Funktionsweise zentraler Prozesse und Systeme innerhalb des internen Rechnungswesens zu erklären, • Zusammenhänge zwischen den einzelnen Bestanteilen der internen Rechnungslegung (z.B. Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung) sowie deren Bedeutung und praktische Relevanz in der Unternehmenspraxis zu erläutern. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • vorhandenes Wissen des internen Rechnungswesens zielgerichtet in unterschiedlichen Kontexten einzusetzen, • theoretisches Wissen des internen Rechnungswesens auf praktische Fragestellungen des internen Rechnungswesens anzuwenden, • komplexe Problemstellungen im internen Rechnungswesen auf Basis theoretischer Grundlagen zu analysieren, • selbstständig neues Wissen aus vermittelten Inhalten zu generieren, • Veränderungskompetenz im Umgang mit dynamischen Herausforderungen zu zeigen, • Herausforderungen der digitalen Transformation erfolgreich zu bewältigen, • durch Künstliche Intelligenz generierte Daten und Inhalte hinsichtlich ihres Wahrheitsgehalts zu prüfen.

	Kommunikation und Kooperation • Informationen und Fragestellungen aus dem Bereich des Rechnungswesens klar, präzise und zielgruppengerecht zu vermitteln, • fachliche Sachverhalte des Rechnungswesens mündlich und schriftlich verständlich darzustellen, • ihre Argumente in interdisziplinären oder interkulturellen Diskussionen über spezifische Themen des Rechnungswesens überzeugend zu vertreten, • unterschiedliche Perspektiven (z.B. unterschiedliche Vorgehensweisen) im Dialog wertzuschätzen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen des Rechnungswesens zu entwickeln, • fachliche Herausforderungen professionell und verantwortungsbewusst zu bewältigen, • getroffene Entscheidungen kritisch zu überprüfen und bei Bedarf anzupassen, • Transformationsprozesse im Rechnungswesen inhaltlich, methodisch und hinsichtlich der Arbeitsweise aktiv zu begleiten.
Lehrveranstaltung(en)	a) Grundlagen internes Rechnungswesen 1 SWS b) Kostenrechnung 2 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Grundlagen internes Rechnungswesen** ▪ Grundlagen des internen Rechnungswesens ▪ Ziele und Aufgaben des internen Rechnungswesens ▪ Kosten- und Erlösrechnung als Bestandteil der Unternehmensführung ▪ Rechengrößen ▪ Kostenverläufe ▪ Aufbau eines Kostenrechnungssystems **b) Kostenrechnung** ▪ Kostenartenrechnung ▪ Kostenstellenrechnung ▪ Kostenträgerrechnung (Kalkulation) ▪ Ergebnisrechnung ▪ Voll- und Teilkostenrechnung

Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für das Modul M 23 und M 26
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Wöhe, Günter; Döring, Ulrich; Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Friedl, Gunther; Hofmann, Christian; Pedell, Burkhard: Kostenrechnung; Eine entscheidungsorientierte Einführung, München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Conenenberg, Adolf G.; Fischer, Thomas M.; Günther, Thomas: Kostenrechnung und Kostenanalyse, *Stuttgart, Verlag Schäffer Poeschel, aktuelle Auflage*
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.10 Investition / Finanzierung / Steuerlehre (3. Sem.)

Modulbezeichnung	Investition / Finanzierung / Steuerlehre
Modulnummer	M 10
Vorgesehenes Studiensemester	3. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	12
Kontaktzeit (h)	63
Selbstlernzeit (h)	237
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 5 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die Inhalte zu den Themen Investition, Finanzierung und Steuerlehre zu erklären, • deren Bedeutung für die Unternehmenssteuerung zu erfassen, • die grundlegenden Konzepte der Investitions- und Finanzierungstheorie zu beschreiben und deren praktische Anwendung erklären zu können, • steuerliche Aspekte in die Analyse und Bewertung von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen einzubeziehen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • vorhandenes Wissen zielgerichtet in unterschiedlichen Kontexten, wie Steueroptimierung, Investitionsplanung und Finanzierung, einzusetzen, • theoretisches Wissen auf praktische Fragestellungen anwenden, • selbstständig neues Wissen aus den vermittelten Inhalten zu den Themen Investition, Finanzierung und Steuerlehre zu generieren und in zukünftige Fragestellungen einzubringen. • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Herausforderungen in den Bereichen Investition, Finanzierung und Steuerrecht zu entwickeln. *Kommunikation und Kooperation* • Informationen und Fragestellungen aus den Bereichen Investition und Finanzierung sowie Steuerrecht klar, präzise und zielgruppengerecht zu vermitteln, • fachliche Sachverhalte zu den Themen Investition, Finanzierung und Steuerrecht, mündlich und schriftlich verständlich darzustellen,

	• ihre Argumente in interdisziplinären oder interkulturellen Diskussionen zu Themen wie Steueroptimierung oder Finanzierungsstrategien oder Investitionsstrategien überzeugend zu vertreten. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • fachliche Herausforderungen, insbesondere im Zusammenhang mit steuerlichen und finanziellen Entscheidungen, professionell, verantwortungsbewusst und ethisch zu bewältigen, • getroffene Entscheidungen, insbesondere im Hinblick auf Investition, Finanzierung und steuerliche Optimierung, kritisch zu hinterfragen, deren Konsequenzen zu bewerten und bei Bedarf anzupassen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Investitionsmanagement 2 SWS b) Finanzierungsmanagement 2 SWS c) Steuerlehre 2 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. c) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch c) Deutsch
Inhalte	**a) Investitionsmanagement** ▪ Grundlagen des Investitionsproblems ▪ Statische Verfahren der Investitionsrechnung ▪ Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung ▪ Kapitalflussrechnung ▪ Finanzplanung ▪ Unternehmensbewertung **b) Finanzierungsmanagement** ▪ Grundlagen, Begriffe und Definitionen ▪ Finanzplanung ▪ Eigenkapitalfinanzierung ▪ Mezzanine Finanzierungsformen ▪ Fremdfinanzierung ▪ Kreditsicherheiten ▪ Finanzierungssurrogate ▪ Bausteine der Innenfinanzierung

	▪ Ausgewählte Finanzierungsbausteine (Öffentliche Finanzierungshilfen, Crowdfunding) **c) Steuerlehre** ▪ Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre ▪ Verfahrensrecht (Systematik des nationalen Steuerrechts, Abgabenordnung als Verfahrens- und Steuerschuldrecht) ▪ Einkommensteuer (Steuerpflicht, Systematik, ausgewählte Einkunftsarten, Einkommensermittlung bei Gewinneinkunftsarten, Steuertarif) ▪ Körperschaftsteuer (Steuerpflicht, Einkommensermittlung und Tarif, Vergleich der rechtsformabhängigen Besteuerung) ▪ Gewerbesteuer (Steuerpflicht, Ermittlung des Gewerbeertrags und der Gewerbesteuer, Tarif) ▪ Umsatzsteuer (Wirkungsweise als Verkehrsteuer, Steuerbare, steuerpflichtige und steuerfreie Umsätze)
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für Module M 23
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	12/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Martin / Prof. Dr. Tettenborn / Prof. Dr. Wasmayr
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Wöhe, Günter; Döring, Ulrich; Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Perridon, Louis; Steiner, Manfred; Rathgeber, Andreas: Finanzwirtschaft der Unternehmung. München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Olfert, Klaus.: Finanzierung. Ludwigshafen, Kiehl Verlag, aktuelle Auflage ▪ Wöhe, Günter; Bilstein, Jürgen; Ernst, Dietmar; Häcker, Joachim; Gleißner, Werner: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. München, Vahlen Verlag, 12. Auflage Oktober 2024 ▪ Nathusius, K.: Grundlagen der Gründungsfinanzierung. Wiesbaden ▪ Einen ersten Überblick über die bundesdeutsche „Förderlandschaft“ mit weiterführenden Literaturhinweisen bietet der Internetauftritt der KfW-Mittelstandsbank (www.kfw-mittelstandsbank.de). ▪ Schefczyk, M.: Finanzieren mit Venture Capital. Stuttgart ▪ Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Steuerlehre 1, Rechtslage 2023, Allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung, Umsatzsteuer. 44. überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2023 ▪ Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 1, Rechtslage 2023, Allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung, Umsatzsteuer. 44. überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2023

- Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Steuerlehre 2, Rechtslage 2023, Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Bewertungsgesetz und Erbschaftsteuer. 44. überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2024
- Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 2, Rechtslage 2023, Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Bewertungsgesetz und Erbschaftsteuer. 44. überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2024
- Von Campenhausen, O.; Grawert, A.: Steuerrecht im Überblick, Zusammenfassungen und Grafiken. 6. neu bearbeitete und aktualisierte Auflage 2021
- Hubert, T.: Kompakt-Training Unternehmenssteuern. 5. Auflage, Herne 2023
- Kußmaul, H.: Steuern: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre. 5. Auflage, München 2023
- Nickenig, Karin: Praxislehrbuch Steuerrecht: Schneller Einstieg in die gesetzlichen Grundlagen. 4. Auflage, Wiesbaden 2019
- Spångberg Zepezauer, Anna Karin: Steuerlehre und Bilanzierung für das Bachelor-Studium. 4. Auflage, Wiesbaden 2023
- Aktuelle Wichtige Steuergesetze. NWB-Verlag

Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.11 Wissenschaftliches Arbeiten (3. Sem.)

Modulbezeichnung	Wissenschaftliches Arbeiten
Modulnummer	M 11
Vorgesehenes Studiensemester	3. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	5
Kontaktzeit (h)	21
Selbstlernzeit (h)	104
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 3 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens zu erfassen und diese anzuwenden, • die Bedeutung wissenschaftlicher Aussagen und Verfahren zu erkennen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • IT-gestützte Literaturverwaltung einzusetzen, • passende Forschungsmethoden auszuwählen und zu analysieren, • komplexe Problemstellungen analytisch, reflektiert und lösungsorientiert zu bearbeiten, • erlernte Methoden auf Fragestellungen in der Praxis zu übertragen, • anhand erlernter Datenerhebungsmethoden empirische Daten zu auszuwerten, kritisch zu analysieren und zu strukturieren. *Kommunikation und Kooperation* • kritisch Feedback zu geben, • angefertigte Analysen zu erläutern und deren Auswahl zu begründen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • die Bedeutung ethischer Grundsätze zu erkennen, • die Bedeutung erlernter Verfahren zu verstehen, die zur Entscheidungsfindung in der Praxis dienen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Thesenwerkstatt 1 SWS b) Quantitative Methoden 1 SWS

Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Thesenwerkstatt** ▪ Vertiefung der Grundlagen wissenschaftliches Arbeiten ▪ Themenfindung und Formulierung einer Forschungsfrage ▪ Aufbau, Methodik einer wissenschaftlichen Arbeit ▪ Exposé-Erstellung ▪ Datenerhebungsmethoden (qualitativ, quantitativ) – Gütekriterien der Methoden und Anforderungen an die Daten ▪ Hypothesenbildung, Forschungsfrage, Auswahl der Forschungsmethodik ▪ Datenauswertung und kritische Analyse der Daten ▪ Ergebnisvisualisierung ▪ Anwendungsfälle der empirischen Sozialforschung, Ethik in der Forschung ▪ Limitationen **b) Quantitative Methoden** ▪ Elemente der Wahrscheinlichkeitsrechnung ▪ Theoretische Verteilungen ▪ Stichproben ▪ Schätzmethodik ▪ Testverfahren
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für die Module M 21 und M 28
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	5/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Bortz, Jürgen & Döring, Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler. limitierte Sonderausgabe, 2007 ▪ Häder, Michael: Empirische Sozialforschung; Eine Einführung. Springer Verlag, 2019

	▪ Tausendpfund, Markus: Empirische Studien lesen können. In M. Tausendpfund (Hrsg.), Empirische Studien lesen können. Einführung in die Praxis der quantitativen Sozialforschung, S.1 -12, Springer VS, 2021 ▪ Kosfeld, Reihold; Eckey, Hans-Friedrich; Türck, Matthias: Deskriptive Statistik, 6. Auflage, Springer Gabler ▪ Schuster, Thomas; Liesen, Arndt: Statistik für Wirtschaftswissen-schaftler, Springer Gabler ▪ Puhani, Josef: Statistik, Springer Gabler ▪ Bleymüller, Josef; Weißbach, Rafael; Dörre, Achim: Übungen zur Statistik für Wirtschaftswissenschaftler
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.12 Nachhaltige Unternehmensführung (4. Sem.)

Modulbezeichnung	Nachhaltige Unternehmensführung
Modulnummer	M 12
Vorgesehenes Studiensemester	4. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	42
Selbstlernzeit (h)	108
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 1 und M 2 sollte absolviert werden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die gesellschaftliche und betriebswirtschaftliche Relevanz einer nachhaltig-strategischen Unternehmensführung aufzuzeigen, • die normative, strategische und operative Dimension der Thematik kritisch-konstruktiv einzuschätzen, • Nachhaltigkeit als Zielbild eines verantwortungsvollen Managements zu verinnerlichen, • die Dimensionen und konkreten Anforderungen des relevanten Frameworks wieder zu geben und zu berücksichtigen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • betriebswirtschaftliche Modelle, Methoden und Erkenntnisse der Querschnittsfunktion Unternehmensführung auf betriebliche Fallbeispiele anzuwenden, • fundierte Handlungsempfehlungen hinsichtlich strategischer Positionierungen eines Unternehmens bzw. eines Geschäftsfelds abzuleiten, • selbständig und dauerhaft in der Kategorie „Nachhaltigkeit“ zu denken, um relevante Aufgaben im Unternehmen zu lösen. *Kommunikation und Kooperation* • führungsrelevante Sachverhalte mündlich und schriftlich klar, präzise und verständlich darzustellen, • eigenständig und im Team zielorientiert strategische Lösungsansätze in alternativen betrieblichen Führungskonstellationen zu generieren und im Diskurs zielorientiert umzusetzen, • ihre Argumente hinsichtlich einer situativ adäquaten Führungstechnik überzeugend zu vertreten.

	Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität • die zentrale Relevanz nachhaltigen Wirtschaftens für langfristige gesellschaftliche und betriebliche Wettbewerbsfähigkeit und Prosperität zu erfassen, • ihre eigene Affinität hinsichtlich der Übernahme von Führungsrollen kritisch zu reflektieren, • eigene berufliche und gesellschaftliche Positionierungen wissenschaftlich adäquat zu begründen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Strategische Unternehmensführung 2 SWS b) Nachhaltigkeitsmanagement 2 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbst-studium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbst-studium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Strategische Unternehmensführung** ▪ Grundlagen, Begriffe, Dimensionen ▪ Normatives Management - Vision und Unternehmensphilosophie - Leitbildprozesse - Unternehmenskulturen ▪ Strategisches Management - Begriffe und Systematik - Methoden und Management-Tools - Evaluierung und Implementierung von Strategien ▪ Ausgewählte Managementansätze **b) Nachhaltigkeitsmanagement** ▪ Nachhaltigkeit: Begriffe, Akteure und Dimensionen ▪ Nachhaltigkeit als Zielbild des normativen und strategischen Managements ▪ Nachhaltigkeit in ausgewählten betrieblichen Funktionen ▪ Methoden und Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements ▪ Regulatorisches Framework ▪ Praxisbeispiele, Software-Tools
Prüfungsart(en)	Klausur / Projektarbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für die Module M 24, M 25 und M 27
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Wasmayr

Empfohlene Literatur	Materialien zu den behandelten Managementkonzepten werden im Rahmen der Veranstaltung zur Verfügung gestellt
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.13 Supply Chain Management (4. Sem.)

Modulbezeichnung	Supply Chain Management
Modulnummer	M 13
Vorgesehenes Studiensemester	4. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	118,5
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 1, M 3 und M 11 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • Begriffe und Prinzipien des Supply Chain Managements darzulegen, • die Prinzipien eines nachhaltigen Supply Chain Managements zu erklären, • die betriebliche Relevanz des Supply Chain Managements zu erläutern, • Zusammenhänge zwischen Netzwerk- und Tourenplanung sowie deren Bedeutung und Ansätze für die Implementierung von Green Logistics in der Unternehmenspraxis zu erklären. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • spezifische Probleme des Supply Chain Managements anhand geeigneter Werkzeuge zu lösen, • theoretisches Wissen des Supply Chain Managements auf praktische Fragestellungen anzuwenden, • Closed Loop Supply Chains auf Basis theoretischer Grundlagen zu gestalten, • ein grundlegendes Verständnis für aktuelle und zukünftige Themen im Supply Chain Management aufzubauen, • Konzepte zur Realisierung nachhaltiger Lieferketten zu gestalten. *Kommunikation und Kooperation* • die entsprechende Fachsprache klar, präzise und zielgruppengerecht einzusetzen, • fachliche Sachverhalte des Supply Chain Managements mündlich und schriftlich verständlich und strukturiert darzustellen, • ihre Argumente in fachlichen Diskussionen überzeugend zu vertreten.

	Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität • fachliche Herausforderungen kompetent und verantwortungsvoll zu lösen, • getroffene Entscheidungen zu reflektieren und bei Bedarf zu überarbeiten, • Transformationsprozesse im Supply Chain Management aktiv und zielorientiert zu gestalten.
Lehrveranstaltung(en)	a) Strategien und Instrumente 2 SWS b) Nachhaltiges Supply Chain Management 1 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Strategien und Instrumente** ▪ Grundlagen (Strukturierung, Gestaltungsmodelle, Bull-Whip-Effekt) ▪ Logistische Instrumente des SCM (Inbound Logistics, Intra Logistics, Outbound Logistics) ▪ Strategien des Supply-Chain-Managements ▪ Supply-Chain-Risk-Management ▪ Total Quality Management **b) Nachhaltiges Supply Chain Management** ▪ Nachhaltigkeit in Lieferketten (Konzepte, wirtschaftspolitische und rechtliche Dimension) ▪ Closed Loop Supply Chains (Rahmenkonzept, Systemdesign und -implementierung) ▪ Green Logistics (Netzwerkdesign, Tourenplanung)
Prüfungsart(en)	Klausur / mündliche Prüfung
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Gissel
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Bouchery, Yann; Corbett, Charles J.; Fransoo, Jan C.; Tan, Tarkan (Eds.): Sustainable Supply Chains.Springer, Cham, 2nd ed., 2024

	▪ Corsten, Hans: Produktionswirtschaft. De Gruyter Oldenbourg, Berlin, 14. Auflage, 2016 ▪ Liebetruth, Thomas. Prozessmanagement in Einkauf und Logistik.Springer, Wiesbaden, 3. Auflage, 2024. ▪ Schulte, Christof: Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. Vahlen, München, 7. Auflage, 2017 ▪ Werner, Hartmut: Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. Springer Gabler, Wiesbaden, 7. Auflage, 2020
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.14 Volkswirtschaftslehre (4. Sem.)

Modulbezeichnung	Volkswirtschaftslehre
Modulnummer	M 14
Vorgesehenes Studiensemester	4. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	118,5
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 8 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die Funktionsweise der wesentlichen makroökonomischen Märkte (Güter-, Geld- und Arbeitsmarkt) darzulegen, • die vielschichtigen Interdependenzen zwischen den relevanten Teilmärkten zu erklären, • die gesellschaftliche Dimension der Materie und die praktische Verankerung der Thematik im regulatorischen Framework zu erläutern, • die Relevanz volkswirtschaftlicher Fragestellungen im Hinblick auf gesellschaftspolitische Transformationsprozesse darzulegen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • komplexe volkswirtschaftliche Problemstellungen zu analysieren und auf Basis theoretischer Grundlagen Lösungsansätze der Wirtschaftspolitik bspw. im Segment Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik zu verstehen und zu bewerten, • selbständig neue Erkenntnisse aus den vermittelten Inhalten im Kontext volkswirtschaftlicher Herausforderungen abzuleiten, • das Verständnis wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Problemstellungen in individuell-persönliche Lösungsansätze zu übersetzen. *Kommunikation und Kooperation* • volkswirtschaftliche und sozialpolitische Sachverhalte mündlich und schriftlich klar, präzise und verständlich darzustellen, • Argumente unter Verwendung volkswirtschaftlicher Muster überzeugend zu vertreten, • aktuelle sozialpolitische Herausforderungen unter Rekurs auf volkswirtschaftliche Modellwelten zu analysieren,

	• unterschiedliche Perspektiven und Politikentwürfe im Hinblick auf enthaltende Annahmen und Werturteile wertzuschätzen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen in der Volkswirtschaftslehre zu entwickeln, • die gesellschaftliche Relevanz volkswirtschaftlicher Fragestellungen kritisch zu reflektieren, • eigene (wirtschafts-)politische Sichtweisen wissenschaftlich fundiert zu begründen, • Offenheit und Interesse für volks- und gesellschaftspolitische Dynamiken und Transformationsprozesse unter Rekurs auf (europäische) Best Practice-Beispiele zu entwickeln.
Lehrveranstaltung(en)	a) Gütermarkt- und Geldmarktmodelle 2 SWS b) Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik 1 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Gütermarkt- und Geldmarktmodelle** ▪ Gütermarktmodell - Gesamtwirtschaftliches Angebot und Nachfrage, Gleichgewichtseinkommen und Multiplikator Theorie - Gütermarktgleichgewicht bei zinsabhängigen Investitionen ▪ Geldmarktmodell - Geldangebot und Geldnachfrage - Mechanismen der Geldschöpfung - Klassisches Geldmarktgleichgewicht - Geldmarktgleichgewicht bei flexiblem Volkseinkommen ▪ Integration von Güter- und Geldmarkt - Simultanes Gleichgewicht auf Güter- und Geldmarkt (IS/LM-Modell) - Datenänderung (1): Fiskalpolitik - Datenänderung (2): Geldpolitik - Policy Mix und Adaption auf Fallbeispiele **b) Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik** ▪ Funktionsweise von Arbeitsmärkten ▪ Lohnfindungsprozesse und staatliche Interventionen ▪ Begründungsmuster und Gestaltungsprinzipien sozialpolitisch motivierter Sicherungssysteme ▪ Sozialversicherungen und Grundsicherung in Deutschland: Funktionsweise und kritische Würdigung

	▪ Aktuelle Reformdiskussionen und europäische Benchmarks
Prüfungsart(en)	Klausur / Präsentation / Projektarbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für die Module M 17 und M 19
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Wasmayr
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Mankiw, G.; Taylor, M.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, aktuelle Auflage ▪ Franz, W.: Arbeitsmarktökonomik, Springer, aktuelle Auflage
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.15 Rhetorik (4. Sem.)

Modulbezeichnung	Rhetorik
Modulnummer	M 15
Vorgesehenes Studiensemester	4. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	5
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	93,5
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die zentrale Relevanz der Kommunikation für betriebliche Funktionen und Prozesse zu verstehen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • das eigene Auftreten im Zusammenspiel mit anderen zu beurteilen, • durch Beobachtung des Verhaltens anderer Personen das eigene Verhalten zu reflektieren und mögliche Handlungsoptionen abzuleiten. *Kommunikation und Kooperation* • anhand von Fallbeispielen kommunikative Fähigkeiten zu erwerben, • ihre in Teamarbeit gefundenen Urteile sicher zu vertreten, • das eigene persönliche Auftreten zu optimieren, • die eigene Fähigkeit zur Teamarbeit auszubauen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • Kenntnisse und Kompetenzen unterschiedlicher Verhaltensweisen wahrzunehmen und das eigene Verhalten kontextbezogen entsprechend anzupassen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Kommunikation 2 SWS b) Präsentationstechniken 1 SWS

Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	a) Kommunikation ▪ Handhabung unangenehmer Situationen ▪ Techniken zur Verbesserung der Konzentrations- und Multitasking Fähigkeit ▪ Vertrauen und Selbstsicherheit, Blickkontakt und Stimmeinsatz ▪ Körperhaltung, Stand und Gestik ▪ Ausdrucksfähigkeit und Sprachgefühl ▪ Überzeugungsfähigkeit ▪ Assoziieren und Smalltalk ▪ Spontanität b) Präsentationstechniken ▪ Vom Ich zum Wir ▪ Interaktion in Gruppen und Teams ▪ Vier Seiten einer Nachricht ▪ Sach- und Beziehungsebenen in der Kommunikation ▪ Themenzentrierte Interaktion (TZI) ▪ Gruppendynamische Prozesse ▪ Übungen und Vorträge
Prüfungsart(en)	Präsentation / Projektarbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Grundlage für M 20; Basiskompetenz für nahezu alle Module
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	5/210
Modulverantwortliche*r	LBA Dr. Boden
Empfohlene Literatur	Skript zur Veranstaltung
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.16 Wirtschaftsrecht (5. Sem.)

Modulbezeichnung	Wirtschaftsrecht	
Modulnummer	M 16	
Vorgesehenes Studiensemester	5. Semester	
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht	
Dauer des Moduls	1 Semester	
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester	
Workload (ECTS)	5	
Kontaktzeit (h)	31,5	
Selbstlernzeit (h)	93,5	
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 1 sollte absolviert worden sein	
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die Methodik einer juristischen Fallbearbeitung nachzuvollziehen, • die umfängliche rechtliche Relevanz wirtschaftlicher Betätigung zu erkennen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • ihr erlerntes Wissen zur Beurteilung juristischer Problemstellungen einzusetzen, • unter Nutzung einschlägiger Rechtsquellen wirtschaftliche Sachverhalte selbständig zu beurteilen, • Lösungen für juristische Problemstellungen zu erarbeiten, • aktuelle Rechtsprechungen kritisch zu reflektieren. *Kommunikation und Kooperation* • in juristischer Fachsprache rechtliche Fragestellungen strukturiert zu diskutieren, • ihre juristische Argumentation sicher zu vertreten. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • Verantwortung für ihre Entscheidungen zu übernehmen, • einschätzen zu können, ob die Rechtsabteilung für bestimmte Fälle hinzugezogen werden muss.	
Lehrveranstaltung(en)	a) Rechtlicher Rahmen b) Handels- und Gesellschaftsrecht	1,5 SWS 1,5 SWS

Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Rechtlicher Rahmen** ▪ Grundzüge juristischer Fallbearbeitung (Einführung in den strukturierten Aufbau der juristischen Fallbearbeitung, Vermittlung methodischer Ansätze zur Lösung rechtlicher Fragestellungen), ▪ Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) (Grundlegende Prinzipien des Allgemeinen Teils, Schwerpunkt auf der Rechtsgeschäftslehre (u. a. Geschäftsfähigkeit, Willenserklärungen, Vertragsschluss, Nichtigkeit, Anfechtung und Stellvertretung von Rechtsgeschäften) ▪ Schuldrecht / Vertragsrecht (Grundzüge des Allgemeinen Schuldrechts, Betrachtung von Leistungspflichten, Haftung und Verzug, Einführung in praxisrelevante Vertragsarten und deren Besonderheiten (z. B. Kaufvertrag, Werkvertrag, Arbeitsvertrag)) ▪ Einführung in das Sachenrecht (Einordnung des Sachenrechts in das deutsche Rechtssystem, Grundlagen zu mobiliar- und immobiliarrechtlichen Aspekten, Einführung in zentrale Fragestellungen zur Übereignung von beweglichen und unbeweglichen Sachen) **b) Handels- und Gesellschaftsrecht** ▪ Handelsrecht – Überblick zu ausgewählten Themen, wie insb. Kaufleute, Firma und Handelsregister, Handlungsvollmacht und Prokura ▪ Überblick zu verschiedenen Rechtsformen: Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR), Offene Handelsgesellschaft (OHG), Kommanditgesellschaft (KG), Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) und Aktiengesellschaft (AG) ▪ Besondere Schwerpunkte auf Gründung, Haftung und Vertretung der Gesellschaften
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für das Modul M 17
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	5/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Barbara Darimont
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Aktuelle Gesetzestexte, insbesondere BGB, HGB, GmbHG, AktG

	▪ Weitere Literaturangaben werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.16 Arbeitsrecht (5. Sem.)

Modulbezeichnung	Arbeitsrecht
Modulnummer	M 17
Vorgesehenes Studiensemester	5. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	5
Kontaktzeit (h)	21
Selbstlernzeit (h)	104
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 1 sollte absolviert worden sein; Modul 16 sollte parallel absolviert werden
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die Methodik einer juristischen Fallbearbeitung darzulegen, • die rechtlichen Rahmenbedingungen der Arbeitswelt zu erklären. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • ihr erlerntes Wissen zur Beurteilung juristischer Problemstellungen einzusetzen, • unter Nutzung einschlägiger Rechtsquellen Fälle eigenständig zu lösen, • Fälle unter arbeitsrechtlichen Aspekten zu analysieren. *Kommunikation und Kooperation* • in juristischer Fachsprache rechtliche Fragestellungen strukturiert zu diskutieren. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • die Relevanz von z.B. diskriminierenden Sachverhalten zu beurteilen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Individualarbeitsrecht 1,5 SWS b) Kollektives Arbeitsrecht 0,5 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.

	b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Individualarbeitsrecht** ▪ Begründung des Arbeitsverhältnisses ▪ Pflichten des Arbeitnehmers (inkl. Haftungsfragen) ▪ Pflichten des Arbeitsgebers (inkl. Haftungsfragen) ▪ Beendigung des Arbeitsverhältnisses ▪ Kündigungsschutzgesetz **b) Kollektives Arbeitsrecht** ▪ Kollektives Arbeitsrecht: ▪ Koalitionsrecht ▪ Tarifvertragsrecht ▪ Arbeitskampf ▪ Betriebsverfassungsrecht ▪ Gerichtsverfahren 1
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für das Modul M 22
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	5/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Barbara Darimont
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Arbeitsgesetze nicht älter als 2021 ▪ Hohlbeck, Thomas; Schwindel, Ernst: Arbeitsrecht. 15. Auflage, 2023
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.17 Strategisches Marketing (5. Sem.)

Modulbezeichnung	Strategisches Marketing
Modulnummer	M 18
Vorgesehenes Studiensemester	5. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	5
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	93,5
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 2 Teil: „Einführung Marketing“ sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die sich aus der Unternehmensstrategie ergebenden Anforderungen an das strategische Marketing abzuleiten, • zu entscheiden, welche Methoden und Konzepte bei der Erarbeitung einer zielkonformen Marketingstrategie angewendet werden können, • wie das Portfolio operativer, dem Marketing zuzuordnenden Maßnahmen im strategischen Kontext geplant, gesteuert, koordiniert und kontrolliert werden zu verstehen, • die spezifischen Anforderungen, die es an dedizierte Marketingsysteme gibt, zu beschreiben, • aufgrund der spezifischen Anforderungen zu charakterisieren, welche Handlungsoptionen sich daraus ableiten lassen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • die Grundsätze zielgerichteten strategischen Marketings auf konkrete Problemlagen anzuwenden, • das abstrakte und theoretische Wissen auf praktische Fragestellungen anzuwenden („Operationalisierung“), • sich fallweise aus dem „Werkzeugkoffer“ mit geeigneten Modellen, Methoden und Standardstrategien zu bedienen, • die Auswirkungen aktueller themenrelevanter Trends wie KI, Big Data, Soziale Medien oder die Globalisierung auf das strategische Marketing zu antizipieren. *Kommunikation und Kooperation* • komplexe Themenstellungen zu analysieren und die sich daraus ergebenden wesentlichen Aufgabenstellungen herauszuarbeiten, • im Dialog die möglichen Ansätze kritisch zu hinterfragen,

	• kooperativ nach Lösungsmöglichkeiten bei vorgestellten „Case-Studies“ zu suchen, • diese Lösungsmöglichkeiten in einer fachlichen Diskussion zu begründen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • die Themen mit Unterstützung wissenschaftlicher Aufsätze vorzubereiten, • die wissenschaftlichen Ausätze im Sinne des kritischen Rationalismus zu reflektieren, • die marketingrelevanten Themen anhand sozio-gesellschaftlicher Aspekte zu überdenken (CSR, Shareholder- und Stakeholder-Value-Ansatz, ethische Aspekte).
Lehrveranstaltung(en)	a) Marketingmanagement 1,5 SWS b) Marketingsysteme 1,5 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Marketingmanagement** ▪ Marketing als strategische Aufgabe ▪ Grundlagen des internationalen Marketings ▪ Soziale, ökologische und ethische Verantwortung des Marketings ▪ Entwicklung einer Marketingstrategie ▪ Positionierungs- und Segmentierungsstrategien ▪ Methoden zur Entwicklung und Bewertung von Strategieoptionen ▪ Marketingorganisation ▪ Aktuelle Fallbeispiele **b) Marketingsysteme** ▪ Marktgetriebene Spezifika von strategischen Aspekten des Marketings ▪ Beschreibung von Marketingsystemen, etwa dem Industriegüter-, Konsumgüter- oder Dienstleistungsmarketing ▪ Marketing für Non-Profit-Organisationen ▪ Online- und Social-Media-Marketing
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für das Modul M 21

Stellenwert der Modulnote für die Endnote	5/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Kühnapfel
Empfohlene Literatur	▪ Backhaus & Voeth: Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing. Springer Gabler, jeweils aktuelle Auflage ▪ Kotler, Armstrong et al.: Grundlagen des Marketing. Pearson, jeweils aktuelle Auflage (Basisliteratur für alle Themen der Vorlesung) ▪ Kreutzer: Online-Marketing (Studienwissen kompakt). Springer Gabler, jeweils aktuelle Auflage ▪ Kühnapfel: Die Macht der Vorhersage – Smarter leben durch bessere Prognosen. Springer 2019 ▪ Kühnapfel: Scoring und Nutzwertanalysen. Springer 2021 ▪ Meffert & Bruhn: Dienstleistungsmarketing, Springer Gabler, jeweils aktuelle Auflage
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.19 Innovationsmanagement und Geschäftsmodelle (5. Sem.)

Modulbezeichnung	Innovationsmanagement und Geschäftsmodelle
Modulnummer	M 19
Vorgesehenes Studiensemester	5. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	118,5
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 10 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die Bedeutung von Wissens- und Innovationsmanagement in einer postindustriellen, wissensbasierten Dienstleistungsgesellschaft aufzuzeigen, • die Rolle künstlicher Intelligenz bei der Generierung und Validierung von Wissen kritisch-konstruktiv einzuschätzen, • die Funktionsweise und zentralen Bausteine des Innovationsmanagements zu erläutern, • Widerstände gegen Innovation zu benennen und mit Ihnen umzugehen, • Geschäftsmodelle hinsichtlich verschiedener Parameter systematisch zu unterscheiden und • in Form eines Businessplans oder eines Business Cases unter Einsatz adäquater Instrumente zu verschriftlichen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • betriebswirtschaftliche Modelle, Methoden und Erkenntnisse auf Fälle des Innovationsmanagements anzuwenden, • fundierte Handlungsempfehlungen hinsichtlich der Tragfähigkeit eines Geschäftsmodells abzuleiten, • selbständig in den Kategorien „Innovation“ bzw. „innovatives Geschäftsmodell“ zu denken, um relevante Herausforderungen im Unternehmen zu lösen. *Kommunikation und Kooperation* • themenrelevante Sachverhalte mündlich und schriftlich klar, präzise und verständlich darzustellen, • eigenständig und im Team zielorientiert innovative Lösungen zu generieren und im Diskurs zielorientiert umzusetzen,

	• ihre Argumente hinsichtlich der Tragfähigkeit eines konkreten Geschäftsmodells überzeugend zu vertreten. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • die zentrale Relevanz einer Augmentierung der eigenen Wissensbasis für individuelle und kollektive Wettbewerbsfähigkeit aufzuzeigen, • die Bedeutung von Innovationsprozessen für wirtschaftliche Prosperität zu erkennen, • ihre eigene Innovationsaffinität kritisch zu reflektieren, • mit Transformationsprozessen aufgrund sich wandelnder Geschäftsmodelle methodisch und inhaltlich adäquat umzugehen, • eigene berufliche Positionierungen wissenschaftlich adäquat zu begründen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Wissen- und Innovationsmanagement 1,5 SWS b) Geschäftsmodelle und Businessplanung 1,5 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Wissen- und Innovationsmanagement** ▪ Begriffe, Dimensionen, Impulse und Zielbildungen ▪ Innovations- und Wissensmanagement als Führungsaufgabe ▪ Modelle und Bausteine des Wissensmanagements ▪ Innovationsmanagement: Funktionen und Rahmenbedingungen ▪ Generierung von Innovationsalternativen ▪ Steuerung des Innovationsprozesses: Stage Gate-Ansatz ▪ Akteure und Organisationsaspekte ▪ Widerstände gegen Innovationen und Promotoren-Modell **b) Geschäftsmodelle und Businessplanung** ▪ Begriffe, Dimensionen und Zielbildungen ▪ Alleinstellungsmerkmale und kritische Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen ▪ Typologie von Geschäftsmodellen (Branchen, Wertschöpfungsarchitektur, Monetarisierungsansätze, Skalierbarkeit) ▪ Businessplanung: Funktionen und Anlässe ▪ Bausteine eines konsistenten Businessplans ▪ Geschäftsmodellformulierung und -modellierung: Ausgewählte Tools und Techniken ▪ Scheitern von (innovativen) Geschäftsmodellen: Ursachen
Prüfungsart(en)	Klausur / Projektarbeit / Präsentation

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für die Module M 24 und M 27
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Wasmayr
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Hauschildt, J.; Salomo, S.; Schulz, C.; Kock, A.: Innovationsmanagement, Vahlen, aktuelle Auflage
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.18 Soziale Kompetenz (5. Sem.)

Modulbezeichnung	Soziale Kompetenz
Modulnummer	M 20
Vorgesehenes Studiensemester	5. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	5
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	93,5
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 15 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • Abläufe und Mechanismen während Verhandlungen zu verstehen, • die zentrale Relevanz sozialer Kompetenzen für betriebliche Funktionen und Prozesse zu verstehen, • ihre in Teamarbeit gefundenen Urteile sicher zu vertreten, • die zentrale Relevanz sozialer Kompetenzen für betriebliche Funktionen und Prozesse darzulegen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • erworbene Techniken und Kompetenzen beim Verhandeln einzusetzen, • ihr eigenes persönliches Auftreten zu optimieren, • erworbene Kenntnisse und Kompetenzen bzgl. Führung von Verhandlungen und der dazugehörigen Techniken einzusetzen, • präventiv Konflikten zu begegnen, • durch Interventionsmaßnahmen Konflikte zu reduzieren. *Kommunikation und Kooperation* • anhand von Übungen Routine im Aufbau von Kommunikationsstrategien zu entwickeln, • anhand von Fallbeispielen kommunikative Fähigkeiten zu erwerben, • im Rahmen von Gruppenarbeiten erlernte Methoden der Teamfähigkeit auszubauen, • konfliktreduzierende Konzepte wie Coaching, Schiedsgerichte oder die gewaltfreie Kommunikation umzusetzen.

	Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität • mögliche Auslöser interpersonaler Konflikte zu benennen und sich im Umgang mit diesen geeigneter Methoden zur Konfliktbewältigung zu bedienen • routiniert Verhandlungen zu führen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Verhandlungstechnik 1 SWS b) Konfliktmanagement 2 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Verhandlungstechnik** ▪ Individuelle Wahrnehmung von Wirklichkeit ▪ Inhaltlicher Aufbau in der Kommunikation ▪ Geschichten erzählen ▪ Grundlagen der Dramaturgie ▪ Strategien bei der Informationsbeschaffung ▪ Technik des Improvisierens ▪ Aufbau von Argumenten ▪ Verhandlungsstrategien und -techniken ▪ Übungen und Vorträge **b) Konfliktmanagement** ▪ Typologie von Konflikten und deren Verläufe ▪ Kommunikationsmängel als Konfliktursache ▪ Konfliktanalyse ▪ Konfliktlösungsstrategien ▪ Verlauf von Konfliktlösungsverfahren ▪ Komplementäre Konfliktlösungsverfahren ▪ Aufbau eines Konfliktmanagementsystems ▪ Fallstudien von besonderen Konfliktsituationen ▪ Coaching und Team-Building als präventive Maßnahmen
Prüfungsart(en)	Präsentation / Projektarbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Basiskompetenz für nahezu alle Module
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	5/210

Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Wasmayr
Empfohlene Literatur	• Veranstaltungsbegleitende Skripte und Materialien sowie weitere Hinweise zur Literatur • Glasl, Friedrich: Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führung, Beratung und Mediation, Freies Geistesleben, 2024
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.21 Operatives Marketing (6. Sem.)

Modulbezeichnung	Operatives Marketing
Modulnummer	M 21
Vorgesehenes Studiensemester	6. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	118,5
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 2 Teil: „Einführung Marketing“ und M 18 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • ein praxisnahes Portfolio von Methoden und Tools zur Operationalisierung der marktorientierten Unternehmensführung (Marketing) zu skizzieren, • Techniken der Marktforschung (Befragung, Beobachtung und Experiment) anzuwenden, um entscheidungsbeeinflussende Wissenslücken zu schließen, • die richtigen Werkzeuge einzusetzen, die einem Marketier zur Verfügung stehen, um die Vorgaben des strategischen Marketings operativ umzusetzen, • die vermittelten praxisnahen Methoden, im betrieblichen Alltag anzuwenden. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • aufgrund des praxisnahen gelehrten Stoffes, geeignete Methoden im Bereich des operativen Marketings auszuwählen und gezielt einzusetzen, über das Rüstzeug für operatives Marketing zu verfügen („Werkzeugkoffer“), • das erlernte Fachwissen bei betrieblichen Aufgabenstellungen anzuwenden, • Werkzeuge und Methoden, welche sinnvoll zum Einsatz kommen sollten, zu bewerten, • die Belastbarkeit der gewonnen Erkenntnisse kritisch zu hinterfragen (Eintrittswahrscheinlichkeiten und Maßnahmenwirkungsmessung). *Kommunikation und Kooperation* • ausgewählte Methoden anhand von Fallbeispielen kooperativ anzuwenden,

	• die Umsetzung bzw. Umsetzbarkeit von bestimmten Methoden zu diskutieren und fachlich zu bewerten, • die Auswahl von Methoden und Instrumenten zu begründen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • im Kontext ihres methodischen Wissens Vorschläge für die Lösung praxisnaher Aufgaben zu entwickeln und zu verteidigen, • anhand wissenschaftlich fundierter Abschätzungen und der vorgestellten Wirksamkeit der gewählten Methoden, die Fähigkeit weiterzuentwickeln, die Methodenrelevanz selbständig zu überprüfen, • mit Marktforschungsergebnissen, die herausgearbeitet wurden, kritisch umzugehen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Marktforschung 1 SWS b) Marketingmethoden 2 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Marktforschung** ▪ Aufgaben, Einsatzfelder und Grenzen der Marktforschung sowohl im b2c- als auch im b2b-Umfeld ▪ Grundlegende Techniken der Marktforschung, insb. o Befragung, o Beobachtung und o Experiment. ▪ Ergänzende Techniken der Marktforschung (Delphi-Befragung, Sekundärforschung usw.) ▪ Grundzüge der Formulierung von Marktforschungsaufträgen **b) Marketingmethoden** ▪ Vorstellung der operativen Methoden auf allen relevanten Handlungsfeldern des Marketings („Werkzeugkoffer“) ▪ Bewertung und Analyse der strategischen Herausforderung für das Marketing mit Auswahl eines geeigneten Instrumentariums ▪ Verfahren der Instrumentenauswahl ▪ Bewertung von operativen Handlungsalternativen und Einschätzung der Auswirkungen auf die strategischen Zielsetzungen
Prüfungsart(en)	Klausur / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung

Verwendbarkeit des Moduls	keine
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Kühnapfel
Empfohlene Literatur	Ad a.) Koch und Riedmüller: Marktforschung - Grundlagen und praktische Anwendungen, De Gruyter, 2021 Ad b.) Kotler, Armstrong et al.: Grundlagen des Marketings. Pearson, jeweils aktuelle Auflage (Basisliteratur für alle Themen der Vorlesung)
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.22 Personalmanagement (6. Sem.)

Modulbezeichnung	Personalmanagement
Modulnummer	M 22
Vorgesehenes Studiensemester	6. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	11
Kontaktzeit (h)	57,75
Selbstlernzeit (h)	217,25
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 2 Teil: „Einführung Personalwirtschaft“ und M 17 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • grundlegende personalwirtschaftliche Begriffe, Praktiken, Theorien bzw. Modelle darzulegen, • sich kritisch mit den Bereichen Personalbeschaffung und -entwicklung, Personalcontrolling sowie aktuellen Trends im Personalmanagement auseinanderzusetzen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • das erlangte Wissen auf konkrete Anwendungsbeispiele zu übertragen, • praktische Handlungsempfehlungen abzuleiten, • Stärken und Schwächen der Methoden zu analysieren und zu bewerten, • die erlernten Methoden auf konkrete Anwendungsfelder situativ korrekt zu übertragen. • Methoden und Praktiken der Arbeitswelt 4.0 eigenständig anzuwenden, • Strategien zur Förderung von Inklusion und Chancengleichheit anzuwenden. *Kommunikation und Kooperation* • eine wissenschaftlich fundierte Präsentation zu erarbeiten und die Ergebnisse fachgerecht vorzustellen und zu diskutieren, • in interdisziplinären und interkulturellen Teams effektiv zusammenzuarbeiten, • die Bedeutung von Vielfalt für die gesellschaftliche und berufliche Praxis anzuerkennen, • unterschiedliche Perspektiven und Lebensrealitäten im Dialog wertzuschätzen.

	Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität • aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen und Trends im Personalmanagement zu erkennen, • einen Bezug zwischen wissenschaftlichen Modellen und deren Anwendung im Personalmanagement zu entwickeln.
Lehrveranstaltung(en)	a) Personalbeschaffung und -entwicklung 2,5 SWS b) Aktuelle Trends im Personalmanagement 2 SWS c) Personalcontrolling 1 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. c) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch c) Deutsch
Inhalte	**a) Personalbeschaffung und -entwicklung** ▪ Definition, Aufgaben und Prinzipien der Personalbeschaffung und -entwicklung ▪ Personalbeschaffungsprozess ▪ Bedeutung von Recruiting, Employer Branding und Personalmarketing für das moderne Personalmanagement ▪ Instrumente und Maßnahmen der Personalentwicklung ▪ Change-Management, Persönlichkeitstypen und Verhaltensstile ▪ Kompetenzen ▪ Systematische Personalentwicklung ▪ Unconscious Bias in der Personalentwicklung **b) Aktuelle Trends im Personalmanagement** ▪ Megatrends in der Arbeitswelt (Demografie, technologische Trends, ökonomische Entwicklungen, gesellschaftliche Megatrends) und deren Konsequenzen für das Personalmanagement ▪ Organisation und Führung ▪ Konzepte des Arbeitens 4.0, der Führung 4.0, der Organisation 4.0 sowie der Beschäftigung 4.0 ▪ Weitere Fokussierung auf Employability Management, Lebensphasenorientierte Personalpolitik, strategische Personalplanung, Diversity Management etc.

	c) Personalcontrolling ▪ Unternehmensführung und Controlling: Grundlagen des Personalcontrolling ▪ Einbettung des Personalcontrollings im Gesamtcontrolling des Unternehmens ▪ Instrumente der Unternehmensplanung und -kontrolle des Personaleinsatzes ▪ Operativer Controlling-Zyklus ▪ Kennzahlen zur Personalsteuerung ▪ Externe und interne Personalkostenanalyse und -controlling
Prüfungsart(en) gemäß SPO	Klausur / Präsentation / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	11/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Rump
Empfohlene Literatur	▪ Becker: Personalentwicklung. 7. Auflage, 2023 ▪ Becker: Systematische Personalentwicklung. 2. Auflage, 2011 ▪ Becker/Becker: Personalwirtschaft. 2. Auflage, 2021 ▪ Berthel/Becker: Personal-Management. 12. Auflage, 2022 ▪ Bethke/Klein: Kompetenzen wirksam entwickeln. 1. Auflage, 2020 ▪ Bröckermann: Personalwirtschaft. 8. Auflage, 2021 ▪ Bröckermann: Prüfungstraining Personalwirtschaft. 2. Auflage, 2021 ▪ Gerlach, Dieter: Crashkurs Personalcontrolling: Grundlagen, Werkzeuge und Praxisbeispiele, 2. Aufl., Freiburg 2022 ▪ Hess/Grund/Weiss: Crashkurs Personalentwicklung. 3. Auflage, 2022 ▪ Höf-Bausenwein: Crashkurs Personalarbeit. 5. Auflage, 2022 ▪ Rump, J. / Eilers S.: Megatrends der Arbeitswelt und ihre Implikationen für Unternehmen und Individuen. Ludwigshafen, 2020 ▪ Rump, J. / Zapp, D. / Eilers, S.: Erfolgsformel: Arbeiten 4.0 und Führung 4.0, Ludwigshafen, 2017 ▪ Rump, J. / Walter, N. (Hrsg.): Arbeitswelt 2030 - Trends, Prognosen, Gestaltungsmöglichkeiten. Ludwigshafen, 2013 ▪ Schulte, C.: Personal-Controlling mit Kennzahlen, 4. Aufl., Vahlen, München 2020 ▪ von Wolfgang Becker, Christoph Feichtinger und Julia Grybowski: Personalcontrolling und Personal-Risikomanagement. Aktuelle Entwicklungen und Status Quo – Ergebnisse einer empirischen Befragung, Controller Magazin, S. 68ff. ▪ Weber, J./ Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Schaeffer-Poeschel, 17. Aufl., Stuttgart 2022 ▪ Wickel-Kirsch, Silke: Personalcontrolling - Eine Studie in Deutschland, Österreich und der Schweiz, HS Rhein-Main Wiesbaden, Rüsselsheim
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.23 Unternehmensrechnung (6. Sem.)

Modulbezeichnung	Unternehmensrechnung
Modulnummer	M 23
Vorgesehenes Studiensemester	6. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	7
Kontaktzeit (h)	47,25
Selbstlernzeit (h)	127,75
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 5 und M 9 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • Lerninhalte der Unternehmensrechnung darzulegen, • Zusammenhänge zwischen den einzelnen Bestanteilen der Unternehmensrechnung sowie deren Bedeutung und praktische Relevanz in der Unternehmenspraxis zu erläutern. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • vorhandenes Wissen der Unternehmensrechnung zielgerichtet in unterschiedlichen Kontexten einzusetzen, • theoretisches Wissen der Unternehmensrechnung auf praktische Fragestellungen anzuwenden, • selbstständig neues Wissen aus vermittelten Inhalten zu generieren. *Kommunikation und Kooperation* • Informationen und Fragestellungen aus dem Bereich der Unternehmensrechnung klar, präzise und zielgruppengerecht zu vermitteln, • fachliche Sachverhalte der Unternehmensrechnung mündlich und schriftlich verständlich darzustellen, • ihre Argumente in interdisziplinären oder interkulturellen Diskussionen über spezifische Themen der Unternehmensrechnung überzeugend zu vertreten. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen der Unternehmensrechnung zu entwickeln, • fachliche Herausforderungen professionell und verantwortungsbewusst zu bewältigen,

	• getroffene Entscheidungen kritisch zu überprüfen und bei Bedarf anzupassen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Controlling Konzepte 3 SWS b) Internationale Rechnungslegung 1,5 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Controlling Konzepte** ▪ Definition und Ziele des Controllings ▪ Unterschiede zwischen strategischem und operativem Controlling ▪ Rolle des Controllers im Unternehmen ▪ Aufgaben und Funktionen des Controllings ▪ Deckungsbeitragsrechnung ▪ Kennzahlen, Kennzahlensysteme und Kennzahlenanalyse ▪ Ergebnisplanung und -kontrolle / Break-Even-Analyse ▪ Erlös- und Kostencontrolling ▪ Prozesskostenrechnung ▪ Target Costing **b) Internationale Rechnungslegung** ▪ Grundlagen der IFRS ▪ Ziele der IFRS ▪ Unterschiede zwischen IFRS und HGB ▪ Grundprinzipien nach IAS 1 ▪ Überblick über das Framework der IFRS ▪ Ansatz, Bewertung und Ausweis von ausgewählten Vermögenswerten und Schulden
Prüfungsart(en)	Klausur / Präsentation / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	7/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Wöhe, Günter; Döring, Ulrich; Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage

	▪ Friedl, Gunther; Hofmann, Christian; Pedell, Burkhard: Kostenrechnung, Eine entscheidungsorientierte Einführung. München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Horváth, Péter; Gleich, Ronald; Seiter, Mischa: Controlling. München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Weber, Jürgen; Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, aktuelle Auflage
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.24 Gründungsmanagement (6. Sem.)

Modulbezeichnung	Gründungsmanagement
Modulnummer	M 24
Vorgesehenes Studiensemester	6. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	5
Kontaktzeit (h)	21
Selbstlernzeit (h)	104
Teilnahmevoraussetzungen	Die Module M1, M2, M8, M 10 und M 19 sollten absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die Herausforderungen bei der Identifikation und Definition eines gründungstauglichen Geschäftsmodells darzulegen, • die Komplexität eines simultanen Aufbaus aller betrieblichen Funktionen unter Unsicherheit zu erklären, • die Chancen und Risiken eines Gründungsprozesses angemessen zu reflektieren, • die Rolle der verschiedenen Akteure in einem „Entrepreneurial Ecosystem“ zu verstehen und darzulegen, • die zentrale Relevanz der Gründungsfinanzierung im Allgemeinen und der Finanzierungsoption Venture Capital im Besonderen darzulegen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • betriebswirtschaftliche Modelle, Methoden und Erkenntnisse auf den Anwendungsfall eines Gründungsprozesses anzuwenden, • fundierte Handlungsempfehlungen hinsichtlich der Realisierbarkeit eines Gründungsprojekts abzuleiten, • selbständig neue Erkenntnisse aus den vermittelten Inhalten zu generieren. *Kommunikation und Kooperation* • gründungsrelevante Sachverhalte mündlich und schriftlich klar, präzise und verständlich darzustellen, • ihre Argumente hinsichtlich der Erfolgsaussichten eines konkreten Gründungsprozesses überzeugend zu vertreten, • unterschiedliche Perspektiven in Bezug auf die berufliche Option „Selbstständigkeit“ im Dialog wertzuschätzen.

	Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität • die Relevanz von Gründungsprozessen für betriebs- und volkswirtschaftliche Transformationsprozesse kritisch zu reflektieren, • Ihre eigene Affinität und charakterliche Disposition bzgl. der beruflichen Option einer Unternehmensgründung kritisch zu reflektieren, • Offenheit und Interesse für eine Tätigkeit und/oder aktive Rolle im Start up-Umfeld zu entwickeln, • die Rolle eines Gründers / Unternehmers / Investors wertzuschätzen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Existenzgründung 1 SWS b) Venture Capital 1 SWS
Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Existenzgründung** ▪ Gründungsdefinitionen ▪ Rahmenbedingungen, Daten zum Gründungsgeschehen und Entrepreneurial Ecosystems ▪ Business- und Finanzplanung ▪ Erfolgsrelevante Profileigenschaften des Gründers: Identifikation der relevanten Qualifikationen und Persönlichkeitsmerkmale, Einzel- vs. Teamgründung, Mitarbeiter-Beteiligungsprogramme ▪ Derivative Existenzgründungen, insbesondere Unternehmensnachfolgen im Mittelstand ▪ Management von Wachstumsprozessen ▪ Kritische Erfolgsfaktoren im Gründungsprozess und Ursachen für das Scheitern von Startups (einschließlich Sanierungen/Insolvenz) ▪ Fallbeispiel eines konkreten Gründungsprozesses **b) Venture Capital** ▪ Grundlegende Finanzierungsoptionen im Gründungsprozess ▪ Öffentliche Finanzierungshilfen („Existenzgründungsförderung“) ▪ Analyse der spezifischen Finanzierungsproblematik im Segment High-Tech-Gründungen ▪ Geschäftsmodell Venture Capital, einschließlich Typologie der relevanten Akteure ▪ Rechtliche Aspekte: Rechtsformen, Satzungsthemen, Bei- und Aufsichtsräte, Vertragsgestaltung in Kapitalrunden ▪ Exit: Relevanz und Exitstrategien ▪ Ablauf einer Beteiligungstransaktion

Prüfungsart(en)	Klausur / Präsentation / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Empfohlene Grundlage für das Modul M 27
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	5/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Wasmayr
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Nathusius, K.: Grundzüge der Gründungsfinanzierung, Springer, aktuelle Auflage ▪ Schefczyk, M.: Finanzierung mit Venture Capital, Schäfer-Poeschel, aktuelle Auflage
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.25 Betriebswirtschaftliche Trendthemen (6. Sem.)

Modulbezeichnung	Betriebswirtschaftliche Trendthemen
Modulnummer	M 25
Vorgesehenes Studiensemester	6. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	2
Kontaktzeit (h)	10,5
Selbstlernzeit (h)	39,5
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • aktuelle betriebswirtschaftliche Trendthemen zu identifizieren, • deren Relevanz für die Unternehmenspraxis darzulegen, • die theoretischen Grundlagen und Konzepte der jeweils behandelten Themen zu erklären, • die praktische Bedeutung der unterschiedlichen Themen zu benennen, • neue Entwicklungen in der Betriebswirtschaftslehre im Kontext globaler, technologischer und gesellschaftlicher Veränderungen zu beschreiben. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • das erworbene Wissen zielgerichtet auf aktuelle Herausforderungen und Fragestellungen in der Wirtschaft anzuwenden, • theoretische Ansätze zur Analyse betriebswirtschaftlicher Trends auf praktische Problemstellungen zu übertragen, • selbstständig neues Wissen aus den behandelten Inhalten zu generieren und dieses kritisch auf seine Anwendbarkeit in der Praxis zu prüfen. *Kommunikation und Kooperation* • Informationen und Fragestellungen zu betriebswirtschaftlichen Trends klar, präzise und zielgruppengerecht zu präsentieren, • komplexe Themen und deren betriebswirtschaftliche Implikationen verständlich und strukturiert darzustellen, • fundierte Argumente in interdisziplinären und interkulturellen Diskussionen zu aktuellen betriebswirtschaftlichen Entwicklungen überzeugend zu vertreten.

	Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität • ein grundlegendes Verständnis für die Dynamik und Relevanz von betriebswirtschaftlichen Trendthemen in der Gegenwart und Zukunft zu entwickeln, • fachliche Herausforderungen, die sich aus neuen wirtschaftlichen Entwicklungen ergeben, professionell und verantwortungsbewusst zu bewältigen, • getroffene Entscheidungen im Zusammenhang mit aktuellen Trendthemen kritisch zu hinterfragen, deren Konsequenzen zu bewerten und bei Bedarf anzupassen.
Lehrveranstaltung(en)	Betriebswirtschaftliche Trendthemen 1 SWS
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung
Veranstaltungssprache	Deutsch
Inhalte	Mögliche Themenfelder könnten sein: ▪ Digitalisierung und Technologie ▪ Künstliche Intelligenz und Automatisierung ▪ Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) ▪ Globalisierung und internationale Märkte ▪ Innovationsmanagement und Start-up-Kultur ▪ Logistikmanagement und internationale Herausforderungen ▪ Veränderte Konsumgewohnheiten ▪ Zukunft der Finanzberichterstattung ▪ Finanz- und Wirtschaftspolitik ▪ Resilienz und Krisenmanagement ▪ Rechtliche Aspekte in der Wirtschaft ▪ Gesellschaftliche und demografische Veränderungen ▪ Zukunft der Arbeit ▪ Persönlichkeitsentwicklung und soziale Kompetenz
Prüfungsart(en)	Präsentation / Projektarbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	2/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	Aktuelle Berichte, Zeitschriften und Medienbeiträge
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.26 Controlling (7. Sem.)

Modulbezeichnung	Controlling
Modulnummer	M 26
Vorgesehenes Studiensemester	7. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	6
Kontaktzeit (h)	31,5
Selbstlernzeit (h)	118,5
Teilnahmevoraussetzungen	Modul M 9 und M 23 sollte absolviert worden sein
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • Lerninhalte des Controllings darzulegen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • vorhandenes Wissen des Controllings zielgerichtet in unterschiedlichen Kontexten einzusetzen, • theoretisches Wissen des Controllings auf praktische Fragestellungen anzuwenden, • selbstständig neues Wissen aus vermittelten Inhalten zu generieren. *Kommunikation und Kooperation* • Informationen und Fragestellungen aus dem Bereich des Controllings klar, präzise und zielgruppengerecht zu vermitteln, • fachliche Sachverhalte des Controllings mündlich und schriftlich verständlich darzustellen, • ihre Argumente in interdisziplinären oder interkulturellen Diskussionen über spezifische Themen des Controllings überzeugend zu vertreten. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • ein grundlegendes Verständnis für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen des Controllings zu entwickeln, • fachliche Herausforderungen professionell und verantwortungsbewusst zu bewältigen, • getroffene Entscheidungen kritisch zu überprüfen und bei Bedarf anzupassen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Operatives Controlling 1,5 SWS b) Strategisches Controlling 1,5 SWS

Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlung zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch
Inhalte	**a) Operatives Controlling** ▪ Grundlagen des operativen Controllings ▪ Budgetierung ▪ Verrechnungspreise ▪ Berichtswesen **b) Strategisches Controlling** ▪ Grundlagen des strategischen Controllings ▪ Umfeldanalyse ▪ Wettbewerbsanalyse ▪ Szenariotechnik und Frühwarnsysteme ▪ Portfolioanalyse ▪ Strategieentwicklung ▪ Balanced Scorecard ▪ Risikomanagement ▪ Wertorientierte Steuerung
Prüfungsart(en)	Klausur / Präsentation / Seminararbeit
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	6/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn
Empfohlene Literatur	▪ Skript zur Veranstaltung ▪ Wöhe, Günter; Döring, Ulrich; Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Friedl, Gunther; Hofmann, Christian; Pedell, Burkhard: Kostenrechnung, Eine entscheidungsorientierte Einführung. München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Horváth, Péter; Gleich, Ronald; Seiter, Mischa: Controlling. München, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage ▪ Weber, Jürgen; Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, aktuelle Auflage
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.27 Spezielles Management (7. Sem.)

Modulbezeichnung	Spezielles Management
Modulnummer	M 27
Vorgesehenes Studiensemester	7. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Workload (ECTS)	12
Kontaktzeit (h)	63
Selbstlernzeit (h)	237
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • die verschiedenen Methoden und Techniken zu erläutern, • die verschiedenen Rollenmodelle in Projektorganisationen zu benennen. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • die gelernten Inhalte der verschiedenen Techniken auf praxisnahe Beispiele und andere betriebliche Funktionalbereiche anzuwenden, • relevante Tools einzusetzen, • professionell anhand einer Projektstrukturplanung ein Projekt durchzuführen, • an der konzeptionellen Entwicklung eines Managementsystem mitzuarbeiten. *Kommunikation und Kooperation* • fachliche Sachverhalte mündlich und schriftlich verständlich darzustellen, • ihre Argumente überzeugend zu vertreten. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • eigene Projektmanagement-Methoden zu entwickeln, • fachliche Herausforderungen für gegenwarts- und zukunftsbezogene Themen zu bewältigen.
Lehrveranstaltung(en)	a) Projektmanagement 2 SWS b) Vertriebsmanagement 2 SWS c) Management der Veränderungsprozesse 2 SWS

Lehr- und Lernformen	a) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. b) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung. c) Seminaristischer Unterricht; die Lehrveranstaltungen werden neben dem Vorlesungsteil durch Übungen, Diskussionen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und/oder Präsentationen der Studierenden ergänzt; für das Selbststudium stehen Skripte und/oder Buchempfehlungen zur Verfügung.
Veranstaltungssprache	a) Deutsch b) Deutsch c) Deutsch
Inhalte	**a) Projektmanagement** ▪ Abgrenzung von „Projekt“ und „laufender Tätigkeit“ ▪ Strategische Projekt Priorisierung als Voraussetzung einer effektiven Ressourcenallokation ▪ Besondere Merkmale von Projektorganisationen / Rollenmodelle ▪ Projektlebenszyklus von Initiierung bis Abschluss ▪ Projektrisikomanagement ▪ Operatives Projektmanagement inklusive Projektplanung, -steuerung und -controlling ▪ Besondere Anforderungen an Führungs- und Teambuilding-Techniken in der Projektarbeit ▪ Bewertung des Erfolgs von Projekten ▪ Überführung von Projektergebnissen in den „Regelbetrieb“ ▪ Methoden und Hilfsmittel zur Unterstützung des Projektmanagements (PRINCE2, IPMA, SCRUM, Agile, Hybride, usw.) **b) Vertriebsmanagement** ▪ Vertriebsmanagement als Führungsaufgabe ▪ Vertriebsformen im b2c- und b2b-Sektor ▪ Industrieökonomie im Kontext des Vertriebsmanagements ▪ Organisation des Vertriebs ▪ Verhaltens- und ergebnisorientierte Steuerung von Vertrieben ▪ Problemlösungstechniken in personengebundenen Vertrieben ▪ Nicht-personengebundener Vertrieb, insb. Online-Handel ▪ Beispiele für Vertriebe unter der Lupe ▪ Verkaufstechniken und –materialen **c) Management von Veränderungsprozessen** ▪ Auslöser des Unternehmenswandels ▪ Hemmnisse des Wandels ▪ Erfolgsfaktoren des Change-Managements ▪ Kontinuierlicher Wandel
Prüfungsart(en)	Klausur / Präsentation / Projektarbeit

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	12/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Kühnapfel / Prof. Dr. Müller
Empfohlene Literatur	▪ Timinger, Holger; Modernes Projektmanagement - mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg – Wiley Verlag,2. Auflage, 2024 ▪ Albers, Sönke; Krafft, Manfred: Vertriebsmanagement. Springer Gabler, jeweils aktuelle Auflage ▪ Exler, Markus/Situm, Mario/Chalupsky, Ernst (Hrsg.): Restrukturierungs- und Turnaround-Management. Strategien, Erfolgsfaktoren und Best Practice für die Transformation, 2. Aufl., Berlin 2019 ▪ Weitere Literaturangaben werden in der jeweiligen Veranstaltung bekannt gegeben
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

2.28 Bachelor-Arbeit (7. Sem.)

Modulbezeichnung	Bachelor-Arbeit
Modulnummer	M 28
Vorgesehenes Studiensemester	7. Semester
Art des Moduls (Pflicht / Wahlpflicht)	Pflicht
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Workload (ECTS)	12
Kontaktzeit (h)	10,5
Selbstlernzeit (h)	289,5
Teilnahmevoraussetzungen	Es müssen mindestens 115 ECTS erworben und die Module der ersten drei Semester erfolgreich abgeschlossen sein.
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, *Wissen und Verstehen* • Wissen aus unterschiedlichen Quellen systematisch zu sammeln, • wissenschaftliche Theorien und Modelle des Fachgebietes zu verstehen, • vertiefte Kenntnisse im Themenbereich der Abschlussarbeit darzulegen, • ein vertieftes Verständnis der gewählten Forschungsfrage aufzeigen, • relevante wissenschaftliche Methoden und Vorgehensweisen differenziert zu reflektieren. *Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen* • auf Basis des vorhandenen Wissens konkrete Fragestellungen abzuleiten, • wissenschaftliche Arbeitsmethoden selbständig und verantwortungsbewusst nach den Grundsätzen der Genauigkeit, Objektivität und Integrität umzusetzen, • Theorien, Modelle und wissenschaftliche Methoden auf konkrete Fragestellungen zu übertragen und praxisorientierte Lösungen zu entwickeln, • eigenständig neue Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Literatur und eigenen Untersuchungen zu generieren und diese in die Bearbeitung ihrer Forschungsfrage zu integrieren, • die Ergebnisse ihrer Arbeit kritisch zu reflektieren und deren Bedeutung für Forschung und Praxis zu erkennen sowie mögliche Innovationen und zukünftige Entwicklungen abzuleiten.

	Kommunikation und Kooperation • wissenschaftliche Ergebnisse klar, strukturiert und verständlich in schriftlicher und mündlicher Form darzustellen, • effektiv mit den Betreuern (Fachvertretern) und ggf. anderen Personen zu kommunizieren • konstruktives Feedback offen anzunehmen, • Feedback in den eigenen Arbeitsprozess zu integrieren, • Argumente in der wissenschaftlichen Diskussion überzeugend zu vertreten, • im Rahmen eines fachwissenschaftlichen Diskurses auf Kritik einzugehen, • in diesem Kontext, auch gemeinsam mit anderen, zu einer fundierten Lösung zu gelangen. *Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität* • ethische und gesellschaftliche Aspekte der Forschung zu erkennen, • diese in ihrer wissenschaftlichen Arbeit angemessen zu berücksichtigen, • wissenschaftliche Ergebnisse kritisch zu hinterfragen und deren Auswirkungen auf Praxis und Gesellschaft professionell und selbstreflexiv zu analysieren, • sich ihrer wissenschaftlichen Verantwortung bewusst zu sein und im Umgang mit Quellen, Daten und Forschungsergebnissen höchste Sorgfalt walten zu lassen.
Lehrveranstaltung(en)	gemeinsame Auftaktveranstaltung; individuelle Betreuung der Abschlussarbeit 1 SWS
Lehr- und Lernformen	Abschlussarbeit Eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten mit individueller Unterstützung durch eine betreuende Person.
Veranstaltungssprache	Deutsch oder Englisch
Inhalte	▪ Selbständige Bearbeitung eines ausgewählten Themas aus dem Fachgebiet des Studiums ▪ Anwendung wissenschaftlicher Forschungsmethoden zur Analyse der gewählten Fragestellung ▪ Dokumentation und schriftliche Ausarbeitung der Ergebnisse im Rahmen einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit ▪ Verteidigung der Arbeit in einer Disputation
Prüfungsart(en)	Abschlussarbeit inclusive Disputation
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS	bestandene Modulprüfung
Verwendbarkeit des Moduls	Die Abschlussarbeit vertieft ausgewählte Inhalte der angebotenen Module.
Stellenwert der Modulnote für die Endnote	18/210
Modulverantwortliche*r	Prof. Dr. Tettenborn bzw. betreuende Lehrende

Empfohlene Literatur	• Franck, Norbert und Stary, Joachim: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Eine praktische Anleitung. UTB, jeweils aktuelle Auflage. • Theisen, René und Theisen, Martin: Wissenschaftliches Arbeiten – Erfolgreich bei Bachelor- und Master-Thesis. Vahlen, jeweils aktuelle Auflage • Individuell abhängig vom gewählten Thema
Letzte Aktualisierung	[18.03.25]

Impressum:

Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen
Ernst-Boehe-Straße 4-6

67059 Ludwigshafen am Rhein

www.hwg-lu.de