

Anlage 2.3 Modulhandbuch

Bachelor-Studiengang Berufsintegrierendes Studium (BIS) Betriebswirtschaft (Bachelor of Arts)

Inhaltsverzeichnis

BIS Bachelor


M 1	Einführung Wirtschaftswissenschaft (Wissenschaftliches Arbeiten, Grundlagen BWL und VWL)
M 2	Betriebswirtschaftliche Funktionen I (Einführung Personalwirtschaft und Marketing)
M 3	Wirtschaftsmathematik
M 4	Business English
M 5	Betriebswirtschaftliche Funktionen II (Internes und externes Rechnungswesen)
M 6	Informationssysteme (Statistik und Wirtschaftsinformatik)
M 7	Betriebswirtschaftliche Funktionen III (Investitionswirtschaft, Unternehmensfinanzierung, Steuerlehre)
M 8	Betriebswirtschaftliche Funktionen IV (Unternehmensführung, Supply Chain Management, Verhaltensökonomie)
M 9	Soziale Kompetenz (Kommunikation, Konfliktmanagement, Unternehmensplanspiel)
M 10	Volkswirtschaftslehre (Makroökonomik, Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik)
M 11	Recht (Wirtschafts-, Kreditsicherungs- und Arbeitsrecht)
M 12	Marketing (Marktforschung, Marketing-Systeme)
M 13	Human Resources (Recruiting, Personalentwicklung, Aktuelle Trends, Diversity, Personalcontrolling)
M 14	Controlling (Konzepte und Instrumente des Controllings, Finanzierungscontrolling, Vertriebscontrolling)
M 15	Management (Projektmanagement, Vertriebsmanagement, Change Management)
M 16/M 17	WPM Digitalisierung und Netzwirtschaft
M 16/M 17	WPM Entrepreneurship
M 16/M 17	WPM Finanzdienstleistungen
M 16/M 17	WPM Informatik
M 18	Bachelor-Arbeit/Disputation

BIS Bachelor Einführung Wirtschaftswissenschaften		 Hochschule Ludwigshafen am Rhein			
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 1	300 h	12	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1. Wissenschaftliches Arbeiten 2. Grundlagen BWL 3. Grundlagen VWL	Kontaktzeit 7 SWS / 98 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 202 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Wissenschaftliches Arbeiten folgt wesentlichen Prinzipien, die auf Descartes, Weber und Popper zurückgehen. Der Nutzen einer meinungsoffenen und hypothesenbasierten Herangehensweise bei der Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten wird erläutert. Die Studierenden sind in der Lage, eine Seminararbeit, Präsentation oder Thesis fachgerecht zu erstellen. Die in dem Modul vermittelten Kenntnisse sind grundlegend für das Verständnis betriebs- und volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und bilden eine Basis für die weiteren Studieninhalte. Die Studierenden erwerben Basiswissen über die betrieblichen Funktionen und das Verhalten von Unternehmen auf Absatz- und Beschaffungsmärkten. Die mikroökonomischen Grundlagen einer marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnung sowie die Grundzüge der Makroökonomik werden verankert. <u>Methodenkompetenz</u> Das Vorgehen bei der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit wird schrittweise dargestellt. Das Erarbeiten von Forschungsfrage, die Fragmentierung des Themas, das Ableiten und Überprüfen von Hypothesen sowie die Diskussion der Erkenntnisse werden diskutiert. Ein Schwerpunkt liegt auf der Recherche, Auswertung und Nutzung von adäquater Literatur. Die Studierenden lernen die methodologischen und erkenntnistheoretischen Grundlagen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre als (Sozial-)Wissenschaft kennen. <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Ein besonderes Gewicht liegt darauf, Sensibilität für den Unterschied zwischen Vermutung, Meinung und Wissen zu wecken, wobei die Ausführungen und Beispiele sich nicht nur auf wissenschaftliche Arbeiten beschränken, sondern auch Aspekte des beruflichen und privaten Lebens umfassen. Die Studierenden lernen, die jeweilige Fachsprache sicher einzusetzen und wirtschaftswissenschaftlich Fragestellungen im Diskurs sachgerecht zu strukturieren.				
3	Inhalte 1. <u>Wissenschaftliches Arbeiten</u> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Ausfertigung von Arbeiten im Hochschulumfeld 				

	<p>2. <u>Grundlagen Betriebswirtschaftslehre</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe • Unternehmensverfassung und Rechtsformen • Unternehmenszusammenschlüsse und -kooperation • Planung und Entscheidung • Organisation und Personal • Produktion und Absatz • Finanzierung und Rechnungswesen <p>3. <u>Grundlagen VWL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Definitionen und Methodik • Mikroökonomik (Preisbildungsprozesse, Produktionstheorie, staatliche Eingriffe in Märkte, Monopolpreisbildung, Wettbewerbstheorie) • Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (Kreislauftheorie, Sozialproduktermittlung, Wohlfahrtsindikatoren) • Makroökonomik (gesamtwirtschaftliches Angebot, gesamtwirtschaftliche Nachfrage, Gleichgewichtseinkommen, Multiplikatortheorie, Sparparadoxon, Gütermarktmodell mit Staat, Haavelmo-Theorem)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung, Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur / Projektarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/180</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Modulbeauftragter: Prof. Dr. Wasmayr, Prof. Dr. Kühnapfel</p> <p>Lehrende: Prof. Dr. Kühnapfel, Prof. Dr. Müller, Prof. Dr. Wasmayr</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Empfohlene Grundlage für die Module M 9, M 10 und M 18</p>

BIS Bachelor Betriebswirtschaftliche Funktionen I						 Hochschule Ludwigshafen am Rhein	
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer		
M 2	200 h	8	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester		
1	Lehrveranstaltungen 1. Einführung Personalwirtschaft 2. Einführung Marketing		Kontaktzeit 4 SWS / 56 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 144 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden lernen die Grundzüge marktorientierten Handelns kennen. Die für unternehmerisches Handeln relevanten Märkte werden beschrieben, wobei der Schwerpunkt auf dem Absatzmarkt und hier dem Marketing-Mix liegt. Es werden sowohl strategische als auch operative Aspekte gelehrt, so dass es den Studierenden möglich ist, Marketing als betrieblichen Funktionalbereich in den Kanon der Unternehmensführung einzubinden. Darüber hinaus werden einige als besonders relevant erachtete Aspekte diskutiert, insbesondere Fragen des nachhaltigen, ökologisch und sozial verantwortungsvollen Wirtschaftens. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls haben die Studierenden grundlegendes Wissen der Themenfelder des Personalmanagements erworben. Die Vorlesung ist Basis für weiterführende und vertiefende Veranstaltungen (Modul Marketing und Human Resources). <u>Methodenkompetenz</u> Es werden grundlegende Modelle des Marketingmanagements diskutiert und erläutert, die auch im weiteren Studienverlauf immer wieder zitiert werden. Ziel ist es, den Studierenden einen Werkzeugkoffer der wichtigsten Standard-Methoden zu verschaffen. Durch das Erlernen grundlegender Methoden der Themenfelder des Personalmanagements sind die Studierenden in der Lage, diese auf alternative Fragestellungen zu übertragen und anzuwenden. <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Die in dieser Vorlesung diskutierten Aspekte verantwortungsvollen unternehmerischen Handelns werden abstrakt, ergänzend aber auch anhand jeweils aktueller Beispiele diskutiert. Didaktisch liegt der Schwerpunkt auf Diskussion und der einem berufsintegrierenden Studienformat Rechnung tragenden Diskussionsmoderation. Durch die Bearbeitung von praktischen Übungsaufgaben in (Klein-)Gruppen und deren anschließende Präsentation und Diskussionen im Plenum stärken die Studierenden ihre sozialen und kommunikativen Kompetenzen.						
3	Inhalte 1. <u>Einführung Personalwirtschaft</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Personalmanagements einschließlich rechtlicher Rahmen • Personalplanung und -beschaffung • Personaleinsatz und Spezialthemen • Personalentwicklung • Personalfreisetzung • Personalführung 						

	<ul style="list-style-type: none"> • Personalcontrolling • Personalpolitik • Mitbestimmung <p>2. <u>Einführung Marketing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Märkte als Ort des Güteraustauschs • Spezifika der Nachfrager: Präferenzen, Informationsdefizite etc. • Marketing als Konzept marktorientierter Unternehmensführung • Überblick über die Instrumente des Marketing-Mix • Erste Einblicke in die Marktforschung, insb. Techniken der Markt- und Kundensegmentierung • Standard-Modelle und -Methoden der marktnahen Unternehmensführung, etwa Kundenlebenszyklus, Produkt-Markt-Modelle, Produktportfolio etc. • Einführung in das strategische Marketing • Aspekte verantwortungsvollem unternehmerischen Handelns, insb. soziale und ökologische Aspekte der Marktbearbeitung
4	Lehrformen Vorlesung
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
6	Prüfungsformen Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 8/180
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Kühnapfel Lehrende: Prof. Dr. Kühnapfel, LB Eisenkramer
10	Verwendbarkeit des Moduls Empfohlene Grundlage für die Module M 12 und M 13

BIS Bachelor Wirtschaftsmathematik					
		 Hochschule Ludwigshafen am Rhein			
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 3	150 h	6	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Wirtschaftsmathematik	4 SWS / 56 h	Vor- und Nachbereitung 94 h	25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<u>Fachkompetenz</u> Den Studierenden werden die für ein wirtschaftswissenschaftliches Studium erforderlichen mathematischen Grundlagen anwendungsorientiert dargestellt.				
	<u>Methodenkompetenz</u> Anhand der verdeutlichten mathematischen Methoden führen die Studierenden quantitative Analysen zur Interpretation und Lösung von ökonomischen Problemen durch. Dies fördert die logisch-analytische Denkweise und das Denken in Zusammenhängen.				
	<u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Die in diesem Modul angebotenen Tutorien ermöglichen darüber hinaus die Anwendung des Gelernten durch das selbstständige Arbeiten in kleineren Gruppen.				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Analysis mit den Schwerpunkten: <ul style="list-style-type: none"> - Mengenlehre und mathematische Grundlagen - Gleichungen, Funktionen, Grenzwerte - einfache und partielle Ableitungen - Extremwertaufgaben - Kurvendiskussion - Elastizitäten - Lagrange-Funktion - reelle Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen - Integralrechnung • Finanzmathematik • Lineare Algebra mit den Schwerpunkten: <ul style="list-style-type: none"> - Matrixgleichungen - Lineare Gleichungssysteme - Produktionsabläufe - Lineare Optimierung 				
4	Lehrformen				
	Vorlesung, Tutorium				
5	Teilnahmevoraussetzungen				


	Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: LBA Dr. Boden Lehrender: LBA Dr. Boden
10	Verwendbarkeit des Moduls Empfohlene Grundlage für Modul M 6. Basiskompetenz für nahezu alle weiteren Module.

BIS Bachelor Business English		 Hochschule Ludwigshafen am Rhein			
Kennummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 4	225 h	9	1.+ 2. Sem.	Jedes Semester	2 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1. Business English I 2. Business English II	Kontaktzeit 6 SWS / 84 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 141 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>The main purpose of this module is to develop students' proficiency in English to allow them to contribute more successfully in an international context. This is achieved by working on the four basic skills: reading, writing, listening and especially speaking. As students in this program work in various industries in a wide range of functions, International Human Resource Management (IHRM) has been selected as a common theme around which students' English proficiency can be developed and practised.</p>				
3	Inhalte <p>The course book covers 6 main areas in IHRM: recruitment; selection; employee relations; development; reward and remuneration; and industrial relations. These six topics form the basic structure and the minimum vocabulary for this course. The book is supplemented by current material in the form of texts, podcasts, video clips, etc. Grammar and writing exercises are treated in the context of 'real' HR tasks such as writing job advertisements and job applications, interviewing, making appointments, etc.</p>				
4	Lehrformen Class discussion, group work, role plays, interviewing, workshops, etc.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: no required Inhaltlich: Students should have a minimum of B1.				
6	Prüfungsformen Written examination and successful completion of specified tasks, e.g. workshops, group projects and presentations, role plays				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Successful completion of a written examination				
8	Stellenwert der Note für die Endnote 9/180				
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: LBA David Miller Lehrender: LBA David Miller				


10	Verwendbarkeit des Moduls Basiskompetenz für nahezu alle weiteren Module, insbesondere M 18
-----------	---

BIS Bachelor Betriebsw. Funktionen II					
		 Hochschule Ludwigshafen am Rhein			
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 5	250 h	10	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	1. Internes Rechnungswesen 2. Externes Rechnungswesen	6 SWS / 84 h	Vor- und Nachbereitung 166 h	25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p><u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden erlernen die Grundlagen des internen und externen Rechnungswesens. In der Veranstaltung „Internes Rechnungswesen“ erwerben sie fundierte Kenntnisse in der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie sind in der Lage, Kosteninformationen zu interpretieren und auf ihrer Grundlage unternehmerische Entscheidungen zu treffen, und lernen, betriebliche Probleme anhand geeigneter Methoden der Kostenrechnung zu modellieren und Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie erlangen fachspezifisches Wissen auf dem Gebiet der Bilanzierung für Unternehmen und Konzerne nach nationalem Recht und Grundkenntnisse der Bilanzierung nach IFRS. Darüber hinaus erlernen sie grundlegende Elemente der Bilanzanalyse, um die Jahresabschlüsse von realen Unternehmen kritisch hinterfragen und bewerten zu können.</p> <p><u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden erlernen die methodischen Grundlagen des Rechnungswesens und können unternehmerische Probleme selbstständig mit Hilfe geeigneter Instrumente der Kostenrechnung (einschließlich der Umsetzung in Tabellenkalkulationsprogrammen) modellieren und lösen. Die Studierenden lernen, sich selbstständig vertiefende Kenntnisse anzueignen, um die Jahresabschlüsse real existierender Unternehmen zu verstehen, kritisch zu bewerten und miteinander vergleichen zu können. Anhand von Übungsaufgaben, Fallstudien und Referaten wenden die Studierenden das erworbene Wissen auf konkrete Sachverhalte an.</p> <p><u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Anhand von Aufgaben und Übungen lernen die Studierenden, Fragestellungen gemeinsam in Kleingruppen zu lösen und die Ergebnisse adressatengerecht im Plenum zu präsentieren.</p>				
3	Inhalte				
	<p>1. <u>Internes Rechnungswesen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kosten- und Leistungsrechnung als Bestandteil der Unternehmensführung • Kostenarten • Kostenstellen • Kostenträger • Erfolgsermittlung und Break-Even-Analyse • Entscheidungsorientierte Kostenrechnung <p>2. <u>Externes Rechnungswesen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionelle Grundlagen des Jahresabschlusses • Bilanz • Gewinn- und Verlustrechnung • Kapitalflussrechnung 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Konzernabschluss • Internationale Rechnungslegung • Bilanzanalyse
4	Lehrformen Vorlesung
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul M 1 „Einführung Wirtschaftswissenschaften“ sollte absolviert worden sein
6	Prüfungsformen Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 10/180
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Müller Lehrende: Prof. Dr. Müller
10	Verwendbarkeit des Moduls Empfohlene Grundlage für das Modul M 14

BIS Bachelor Informationssysteme						 Hochschule Ludwigshafen am Rhein	
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer		
M 6	275 h	11	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester		
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße		
	1. Statistik 2. Wirtschaftsinformatik		7 SWS / 98 h	Vor- und Nachbereitung 177 h	25-45 Studierende		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Den Studierenden werden die für ein wirtschaftswissenschaftliches Studium erforderlichen statistischen Grundlagen anwendungsorientiert dargestellt. Sie können die Einsatzpotenziale von Informationssystemen aus Sicht unterschiedlicher betriebswirtschaftlicher Disziplinen einschätzen und mit IT-Abteilungen und Programmierern über IT-relevante Aspekte der betrieblichen Arbeit diskutieren und argumentieren. <u>Methodenkompetenz</u> Anhand der verdeutlichten statistischen Methoden führen die Studierenden quantitative Analysen zur Interpretation und Lösung von ökonomischen Problemen durch. Dies fördert die logisch-analytische Denkweise und das Denken in Zusammenhängen. IT Trends (z.B. Cloud Computing) sind bekannt und können (kritisch) bewertet werden. Sie sind zur Nutzung von Datenbanken und Tabellenkalkulationsprogrammen befähigt, durch die Anwendung von praktischen Übungen mit einer relationalen Datenbank und einem Tabellenkalkulationsprogramm (z.B. Microsoft Excel oder Access). <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Die in diesem Modul angebotenen Tutorien ermöglichen darüber hinaus die Anwendung des Gelernten durch das selbstständige Arbeiten in kleineren Gruppen.						
3	Inhalte 1. <u>Statistik</u> <ul style="list-style-type: none"> • Typisierung und Darstellung von Daten • Mittelwerte, Streuung, Varianz • Indexzahlen • Korrelation und Regression • Zeitreihenanalyse • Kombinatorik • Wahrscheinlichkeitsrechnung • Verteilungsfunktionen, Dichtefunktion, Spezielle diskrete und stetige Verteilungen • Stichprobenerhebung, Punktschätzung, Intervallschätzung, Hypothesentest • Praxisbeispiele: Risikomanagement, Prognosen 2. <u>Wirtschaftsinformatik</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Begriffe von Computer-Software und -Systemen • IT Megatrends (z.B. Cloud Computing) 						

	<ul style="list-style-type: none"> • Modellierung betrieblicher Strukturen und Prozesse: Funktionsmodell, Prozessmodell, Datenmodell (Entity-Relationship-Modell) • Aufbau und Verwendung von Datenbanken: Architektur, Modelle, Implementierungen • Anwendungssysteme (ERP, Planungssysteme, Stammdaten) • Datenschutz und Datensicherheit • Systementwicklung / IT-Projekte
4	Lehrformen Vorlesung, Tutorium, Praktische Übungen am Computer
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul M 3 „Wirtschaftsmathematik“ sollte absolviert worden sein
6	Prüfungsformen Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 11/180
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: LBA Dr. Boden Lehrende: LBA Dr. Boden, LB MBA Ritter
10	Verwendbarkeit des Moduls Empfohlene Grundlage für Module M 16 / M 17. Basiskompetenz für nahezu alle weiteren Module

BIS Bachelor Betriebswirtschaftliche Funktionen III						 Hochschule Ludwigshafen am Rhein	
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer		
M 7	300 h	12	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester		
1	Lehrveranstaltungen 1. Investitionswirtschaft 2. Unternehmensfinanzierung 3. Steuerlehre		Kontaktzeit 6 SWS / 84 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 216 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden verstehen den engen Zusammenhang der betrieblichen Funktionen Investition und Finanzierung sowie die relevanten steuerlichen Konsequenzen. Sie lernen, betriebliche Investitionsentscheidungen anhand geeigneter Methoden modellieren und bewerten zu können. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die verschiedenen Methoden der statischen und dynamischen Investitionsrechnung kritisch im Hinblick auf ihre Eignung in konkreten betrieblichen Entscheidungssituationen zu analysieren. Die Studierenden haben einen Überblick über die Finanzierungsfunktion eines Unternehmens und kennen Systematik und Bausteine der gängigen Finanzierungsformen. Schließlich ist den Studierenden der Einfluss der Besteuerung auf die Finanzen des Unternehmens und auf unternehmerische (Investitions-)Entscheidungen klar. <u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden erlernen die methodischen Grundlagen der Investitionswirtschaft und können betriebliche Investitionsentscheidungen selbstständig mit Hilfe geeigneter Instrumente der Investitionsrechnung (einschließlich. der Umsetzung in Tabellenkalkulationsprogrammen) modellieren und lösen. Sie kennen die methodische Vorgehensweise einer Finanzplanung und können anhand geeigneter Kriterien Finanzierungsanlässen adäquate Finanzierungsbausteine zuordnen. Geschäftsvorfälle bzw. Investitionen können in Bezug auf ihre steuerlichen Konsequenzen im Rahmen der Körperschaftssteuer, der Einkommensteuer und der Gewerbesteuer beurteilt, analysiert und berechnet werden. <u>Soziale/Kommunikative Kompetenz</u> Die Studierenden lernen, die entsprechende Fachsprache sicher einzusetzen und betriebswirtschaftliche Fragestellungen im Diskurs sachgerecht zu strukturieren. Ferner lernen die Studierenden anhand von Aufgaben und Übungen, Fragestellungen gemeinsam in Kleingruppen zu lösen und die Ergebnisse adressatengerecht im Plenum zu präsentieren.						
3	Inhalte 1. <u>Investitionswirtschaft</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Investitionsproblems • Statische Verfahren der Investitionsrechnung • Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung • Umgang mit Unsicherheit und Risiko • Auswirkungen von Steuern und Zinsänderungen 						

	<p>2. <u>Unternehmensfinanzierung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Begriffe und Systematik • Integrierte Finanzplanung • Eigenkapitalfinanzierung • Mezzanine Finanzierungsformen • Fremdfinanzierung • Finanzierungssurrogate • Bausteine der Innenfinanzierung • Ausgewählte Finanzierungsbausteine (Öffentliche Finanzierungshilfen, Venture Capital) <p>3. <u>Steuerlehre</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verfahrensrecht (Grundbegriffe, Abgabenordnung) • Einkommensteuer (Steuerpflicht, Einkunftsarten, Steuertarife) • Körperschaftsteuer (Steuerpflicht, Einkommensermittlung und Besteuerung) • Gewerbesteuer (Steuerpflicht, Ermittlung des Gewerbeertrags und der Gewerbesteuer) • Umsatzsteuer (Wirkungsweise als Verkehrsteuer, Steuerbare, steuerpflichtige und steuerfreie Umsätze, Umsatzsteuer in der EU, Vorsteuerabzug) • Grunderwerbsteuer
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul M 5 „Betriebswirtschaftliche Funktionen II“ soll absolviert worden sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>12/180</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Modulbeauftragter: Prof. Dr. Wasmayr</p> <p>Lehrende: Prof. Dr. Müller, Prof. Dr. Wasmayr, LB Fränznick</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Empfohlene Grundlage für Modul M 14 sowie das Wahlpflichtmodul Finanzdienstleistungen</p>

BIS Bachelor		Betriebswirtschaftliche Funktionen IV		 Hochschule Ludwigshafen am Rhein	
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 8	300 h	12	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1. Unternehmensführung 2. Supply Chain Management 3. Verhaltensökonomie	Kontaktzeit 6 SWS / 84 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 216 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden verstehen die inneren Zusammenhänge zwischen normativem, strategischem und operativem Management. Sie erkennen wie aus einer Unternehmensvision über ein Leitbild eine gelebte Unternehmenskultur abgeleitet wird. Sie lernen Unternehmensstrategien sowie die Instrumente zur Positionierung strategischer Geschäftsfelder kennen. Betriebliche Wertschöpfungsprozesse werden anhand ihrer Logistikprozesse verstanden. Die Studierenden können den Ansatz des Supply Chain Managements erklären. Sie verstehen die betriebliche Relevanz und können zentrale Instrumente des Konzeptes anwenden. Die Studierenden werden in die Forschungsrichtung der „Behavioral Economics“ eingeführt. Sie lernen, nichtrationales Verhalten zu berücksichtigen. Heuristische und intuitive Entscheidungen werden ebenso vermittelt wie Wahrnehmungsverzerrungen im Sinne der Forschungen von Kahneman, Tversky, Thaler oder Fehr. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf individuellen Verzerrungen (Biases). Ferner wird in die Nutzung von verhaltenstheoretischen Regelmäßigkeiten für unternehmerische und staatliche Zwecke (Nudging) eingeführt. <u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden können die in den Veranstaltungen vermittelten Methoden, Systematiken und Instrumente auf Fragestellungen der jeweiligen Fächer anwenden. Sie lernen, Wahrnehmungsverzerrungen in ihre Modelle der rationalen Betriebswirtschaftslehre einzubauen. Aspekte der Alltagsprognostik, der nichtrationalen bzw. intuitiven Entscheidungen sowie Verzerrungen bei angeblich rationalen Entscheidungen runden das Thema ab. <u>Soziale/Kommunikative Kompetenz</u> Die Studierenden lernen, die entsprechende Fachsprache sicher einzusetzen und betriebswirtschaftliche Fragestellungen im Diskurs sachgerecht zu strukturieren. Es wird versucht, die Studierenden zu animieren, ihr eigenes Verhalten hinsichtlich der gelehrten Verzerrungseffekte zu überprüfen, um bessere Entscheidungen treffen zu können.				
3	Inhalte 1. <u>Unternehmensführung</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Begriffe und Systematik • Normatives Management (Vision, Leitbild und Unternehmenskultur) • Strategisches Management • Wissensmanagement • Strategien in alternativen Unternehmensphasen • Kernprozessorientierte Managementansätze 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Erklärungsansätze für Unternehmensentwicklungen • Ausgewählte Management-Ansätze <p>2. <u>Supply Chain Management</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen (Strukturierung, Gestaltungsmodelle, Bull-Whip-Effekt) • Strategien des Supply-Chain-Managements (Kooperation, Versorgungsstrategien, Supply-Chain-Risk-Management) • Führungskonzepte in der Supply Chain • Globale Instrumente des Supply-Chain-Managements (Bestandsreduzierung, Qualitätsmanagement, IT) • Logistische Instrumente des Supply-Chain-Managements (Inbound Logistics, Intra Logistics, Outbound Logistics) <p>3. <u>Verhaltensökonomie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Wahrnehmungsverzerrungen • Heuristiken • Intuitive Entscheidungen • Algorithmen und andere Methoden zur Vermeidung von Verzerrungen • Nudging • Risikoverhalten bei Unsicherheit
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>12/180</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Modulbeauftragter: Prof. Dr. Wasmayr</p> <p>Lehrende: Prof. Dr. Gissel, Prof. Dr. Kühnapfel, Prof. Dr. Wasmayr</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Empfohlene Grundlage für die Module M 12 und M 15</p>

BIS Bachelor Soziale Kompetenz					
		 Hochschule Ludwigshafen am Rhein			
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 9	300 h	12	3.+4. Sem.	Jedes Semester	2 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	1. Kommunikation I und II 2. Konfliktmanagement 3. Unternehmensplanspiel	8 SWS / 112 h	Vor- und Nachbereitung 188 h	25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p><u>Fachkompetenz</u> Ziel ist die Vermittlung des Verlaufs von interpersonellen Konflikten, um Ansatzpunkte zur Prävention (falls sinnvoll) bzw. Lösung erfolgskritischer Konflikte zu erkennen und adäquat eingreifen zu können. Ergänzend werden Konfliktsituationen diskutiert, die Unternehmen, Staaten oder andere Interessensparteien ausfechten. Die Studierenden verstehen die zentrale Relevanz sozialer Kompetenzen für betriebliche Funktionen und Prozesse.</p> <p><u>Methodenkompetenz</u> Es werden die wichtigen Modelle von Konfliktverläufen (Glasl, Schwarz, Proksch), Techniken für Coaching, Konfliktprävention und Team-Building gezeigt und anhand von Fallstudien geübt. Sie erwerben anhand von Fallbeispielen kommunikative Fähigkeiten und vertreten ihre in Teamarbeit gefundenen Urteile sicher.</p> <p><u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Die Studierenden erarbeiten sich die Thematik eigenständig und übertragen ihre Erkenntnisse auf einen vorgegebenen Konfliktfall. Sie diskutieren, beschreiben und lösen diesen in Kleingruppen und optimieren das eigene persönliche Auftreten. Sie erwerben Kenntnisse und Kompetenzen bzgl. der Führung von Verhandlungen und der einzusetzenden Verhandlungstechniken. In der Gruppenarbeit wird die Teamfähigkeit der Studierenden ausgebaut.</p>				
3	Inhalte				
	<p>1. <u>Kommunikation I und II</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Handhabung unangenehmer Situationen • Techniken zur Verbesserung der Konzentrations- und Multitaskingfähigkeit • Vertrauen und Selbstsicherheit, Blickkontakt und Stimmeinsatz • Körperhaltung, Stand und Gestik, Ausdrucksfähigkeit und Sprachgefühl • Überzeugungsfähigkeit • Assoziieren und Smalltalk • Interaktion in Gruppen und Teams • Vier Seiten einer Nachricht • Sach- und Beziehungsebenen in der Kommunikation • Themenzentrierte Interaktion (TZI) • Gruppendynamische Prozesse • Individuelle Wahrnehmung von Wirklichkeit • Inhaltlicher Aufbau eines Vortrags • Wie komme ich an Informationen meines Gegenübers? 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau eines Arguments • Verhandlungsstrategien und -techniken • Übungen und Vorträge <p>2. <u>Konfliktmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>3. <u>Unternehmensplanspiel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Simulation des Produktionsprozesses eines Fertigungsbetriebes • Konsequenzen operativer und strategischer Maßnahmen • Die Teilnehmer erfahren in der Simulation eines Wertschöpfungsprozesses in einem Produktionsunternehmen die wechselseitigen Zusammenhänge verschiedener Wertschöpfungsstufen (Chain Management) • Auswirkungen von Rationalisierungsmaßnahmen (Mechatronisierung) • Kostenstrukturen und deren funktionsübergreifende Auswirkungen werden verstanden
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung / Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul M 9 Teil „Kommunikation I“ sollte vor „Kommunikation II“ absolviert werden</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Präsentation / Projektarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/180</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Modulbeauftragter: Prof. Dr. Kühnapfel</p> <p>Lehrende: LBA Dr. Boden, Prof. Dr. Busch, Prof. Dr. Kühnapfel</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Empfohlene Grundlage für M 13. Basiskompetenz für nahezu alle weiteren Module</p>

BIS Bachelor Volkswirtschaftslehre						 Hochschule Ludwigshafen am Rhein	
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer		
M 10	125 h	5	4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester		
1	Lehrveranstaltungen 1. Makroökonomik 2. Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik		Kontaktzeit 3 SWS / 42 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 83 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden verstehen, wie makroökonomische Gütermarktmodelle aufgebaut sind, unter welchen Bedingungen ökonomische Gleichgewichte existieren und wie sich Datenänderungen auf die entsprechenden Modellstrukturen auswirken. Funktionen und Erscheinungsformen von Geld, Geldschöpfungsmechanismen und Geldmarktgleichgewichte werden vermittelt. Das Zusammenspiel von Güter- und Geldmarkt in integrierten Modellen wird dargestellt. Die Mechanismen von Arbeitsmärkten und Lohnfindungsprozessen sowie die Logik sozialpolitischer Mechanismen werden erläutert. Die Studierenden verstehen, wie Eingriffe des Staates in Märkte begründet werden und sie sich auf die Funktionsweise des jeweiligen Marktes auswirken. <u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden lernen die Logik volkswirtschaftlicher Modelle und den kritischen Umgang mit ihren Abstraktionen kennen. Das Denken in ordnungspolitischen Kategorien wird geschult und die Übertragbarkeit von theoretischen Erkenntnissen auf reale wirtschaftspolitische Konstellationen kritisch hinterfragt. <u>Soziale/Kommunikative Kompetenz</u> Der Stoff wird soweit sinnvoll in seminaristischer Form und unter Verweis auf aktuelle ökonomische Problemstellungen vermittelt. Die Studierenden lernen, die entsprechende Fachsprache sicher einzusetzen und wirtschaftspolitische Fragestellungen strukturiert zu diskutieren.						
3	Inhalte 1. <u>Makroökonomik</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gütermarktmodell <ul style="list-style-type: none"> - Gesamtwirtschaftliches Angebot und Nachfrage, Gleichgewichtseinkommen, Multiplikatortheorie - Gleichgewicht bei zinsabhängigen Investitionen (IS-Funktion) • Geldmarktmodell <ul style="list-style-type: none"> - Geldangebot und Geldnachfrage, Mechanismen der Geldschöpfung - Geldmarktgleichgewichte • Integration von Güter- und Geldmarkt <ul style="list-style-type: none"> - IS/LM-Modell - Expansive Fiskalpolitik und expansive Geldpolitik - Adaption auf Fallbeispiele 						

	<p>2. <u>Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktionsweise von Arbeitsmärkten • Lohnfindungsprozesse und staatliche Interventionen • Begründungsmuster und Grundzüge sozialpolitisch motivierter Sicherungssysteme
	<p>Lehrformen Vorlesung / Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul M 1 „Einführung Wirtschaftswissenschaften“ sollte absolviert worden sein</p>
6	<p>Prüfungsformen Klausur / Präsentation / Projektarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 5/180</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Wasmayr Lehrender: Prof. Dr. Wasmayr</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Empfohlene Grundlage für das Wahlpflichtmodul Digitalisierung und ggf. das Modul M 18</p>

BIS Bachelor Recht					
 Hochschule Ludwigshafen am Rhein					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 11	275 h	11	4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1. Recht I (Wirtschaftsrecht) 2. Recht II (Kreditsicherungsrecht) 3. Recht III (Arbeitsrecht)		Kontakt zeit 6 SWS / 84 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 191 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden erkennen die umfängliche rechtliche Relevanz wirtschaftlicher Betätigung. Sie erwerben grundlegende Fähigkeit zur Beurteilung von juristischen Problemstellungen. Hierbei erhalten die Studierenden sowohl Kenntnisse über bürgerlich-rechtliche Komplexe insbesondere zum Vertragsrecht, als auch solche über handels- und gesellschaftsrechtliche Grundlagen. Sie lernen die rechtlichen Rahmenbedingungen der Personalwirtschaft kennen und können sie in der täglichen Praxis anwenden. Im Bereich Kreditsicherheiten sind ihre Systematik und die wesentlichen Instrumente verstanden. Die Studierenden können geeignete Sicherheitskonzeptionen für alternative Finanzierungskonstellationen entwerfen. <u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden erwerben methodische Kompetenzen bzgl. der rechtlichen Beurteilung wirtschaftlicher Sachverhalte bei selbständiger Benutzung der einschlägigen Rechtsquellen. Die Methodik einer juristischen Fallbearbeitung wird verstanden. <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Die Studierenden lernen die juristische Fachsprache und Denkweise kennen und können grundlegende rechtliche Fragestellungen strukturiert diskutieren.				
3	Inhalte 1. <u>Recht I (Wirtschaftsrecht)</u> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das BGB • Aufbau juristischer Fallbearbeitung • Allgemeiner Teil des BGB, insbesondere Rechtsgeschäftslehre • Schuldrecht / Vertragsrecht, hierbei Blick auf die Besonderheiten verschiedener praxisrelevanter Vertragsarten • Sachenrecht (Mobiliar- als auch Immobiliarsachenrecht) • Handelsrecht, insb. Kaufleute, Firma und Handelsregister • Gesellschaftsrecht, insb. Überblick zur GbR, OHG, KG, GmbH und AG 2. <u>Recht II (Kreditsicherungsrecht)</u> <ul style="list-style-type: none"> • Bonität und Kreditwürdigkeitsprüfungen • Begriffe und Systematik von Kreditsicherheiten • Besicherungsformen im Einzelnen <ul style="list-style-type: none"> - Sicherungsübereignung - Sicherungsabtretung 				

	<ul style="list-style-type: none"> - Pfandrecht an beweglichen Sachen und Rechten - Bürgschaft und Garantie - Grundpfandrechte • Ausgewählte Einzelaspekte in der betrieblichen Finanzierungspraxis <p>3. <u>Recht III (Arbeitsrecht)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Individualarbeitsrecht: <ul style="list-style-type: none"> - Begründung des Arbeitsverhältnis - Pflichten des Arbeitnehmers (inkl. Haftungsfragen) - Pflichten des Arbeitsgebers (inkl. Haftungsfragen) - Beendigung des Arbeitsverhältnisses - Kündigungsschutzgesetz • Kollektives Arbeitsrecht: <ul style="list-style-type: none"> - Koalitionsrecht - Tarifvertragsrecht - Arbeitskampf - Betriebsverfassungsrecht • Arbeitsgerichtsbarkeit
4	Lehrformen Vorlesung
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul M 7 Teil „Untnehmensfinanzierung“ sollte absolviert worden sein
6	Prüfungsformen Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 11/180
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Bernhard Wasmayr Lehrende: Prof. Dr. Darimont, LB Dr. Kuhn, Prof. Dr. Wasmayr
10	Verwendbarkeit des Moduls Empfohlene Grundlage für das Modul M 13 sowie das Wahlpflichtmodul Entrepreneurship

BIS Bachelor Marketing 					
Kennummer M 12	Workload 275 h	Credits 11	Studien-semester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1. Marktforschung 2. Marketingsysteme	Kontaktzeit 6 SWS / 84 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 191 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden verstehen die Feinheiten des Marketings als betrieblicher Funktionalbereich. Der in der Vorlesung „Marketing“ des Moduls „BWL-Funktionen I“ gelegte Grundstock an Fachwissen wird ergänzt und im inhaltlich sinnvollen Rahmen vervollständigt. Die Studierenden sollen mit dieser Vorlesung die Wertschöpfungskette des Marketings von der Marktforschung bis zur Umsetzung von marktgerichteten Maßnahmen verstehen. <u>Methodenkompetenz</u> Der Schwerpunkt liegt auf die Erweiterung des Werkzeugkoffers marketingrelevanter Methoden und Modelle. Insbesondere werden diese anhand praktischer Beispiele gelehrt und geübt. <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Einige Fallbeispiele, die in der Regel die Anwendung von Marketing-Methoden zum Inhalt haben, werden in Kleingruppen erarbeitet und präsentiert. Ferner liegt ein Schwerpunkt dieser Vorlesung auf der Anwendung der anderweitig gelehrt Aspekte der Verhaltensökonomie auf das Marketing. Ziel ist, ein kritisches Bewusstsein für den Umgang mit manipulativen Methoden zu entwickeln.				
3	Inhalte 1. <u>Marktforschung</u> <ul style="list-style-type: none"> • Aspekte der strategischen Marktforschung auf nationalen und internationalen Märkten • Grundlagen der Marktforschung auf b2c -Märkten • Grundlagen der Marktforschung auf b2b-Märkten 2. <u>Marketingsysteme</u> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing als strategische Aufgabe • Grundlagen des internationalen Marketings • Marketingorganisation • Soziale, ökologische und ethische Verantwortung des Marketings • Ausgewählte Instrumente des strategischen Marketings/Praxisbeispiele • Operatives Marketing, insb. insbesondere Ergänzung hinsichtlich des Marketing-Mixes • Marketingsysteme: Industriegüter-, Konsumgüter-, Dienstleistungsmarketing • Marketing für Non-Profit-Organisationen • Online- und Social-Media-Marketing 				

4	Lehrformen Vorlesung / Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul M 7 Teil „Verhaltensökonomie“ sollte absolviert worden sein
6	Prüfungsformen Klausur / Präsentation / Projektarbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 11/180
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Kühnapfel Lehrende: Prof. Dr. Kühnapfel
10	Verwendbarkeit des Moduls Die Inhalte des Moduls sind unabhängig von den sonstigen Modulen. Ggf. Grundlage für Modul M 18

BIS Bachelor Human Resources		 Hochschule Ludwigshafen am Rhein			
Kennummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 13	275 h	11	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1. Recruiting 2. Personalentwicklung 3. Aktuelle Trends, Diversity 4. Personalcontrolling	Kontaktzeit 6 SWS / 84 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 191 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls haben die Studierenden weiterführendes Wissen in den für das Personalmanagement zentralen Bereichen Recruiting, Personalentwicklung, Personalcontrolling sowie aktuelle Trends und Diversity erworben. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den genannten Bereichen auseinanderzusetzen, das erlangte Wissen auf konkrete Anwendungsbeispiele zu übertragen und praktische Handlungsempfehlungen abzuleiten. <u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden erlernen Methoden der genannten Bereiche und wissen um deren Stärken und Grenzen. Die Studierenden sind in der Lage, die erlernten Methoden auf konkrete Anwendungsfelder situativ korrekt zu übertragen. <u>Soziale/Kommunikative Kompetenz</u> Durch regelmäßige (Klein-)Gruppenarbeiten (insbesondere im Kontext von Fallstudienbearbeitungen) und Diskussionen stärken die Studierenden ihre sozialen und kommunikativen Kompetenzen. Die Studierenden wenden sowohl mündlich als auch schriftlich gendersensible Sprache korrekt und konsequent an. Sie können die Prinzipien der gendersensiblen Sprache erklären, deren Anwendung in verschiedenen akademischen und beruflichen Kontexten reflektieren und umsetzen, um eine inklusive und diskriminierungsfreie Kommunikation zu fördern.				
3	Inhalte 1. <u>Recruiting</u> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Recruiting, Employer Branding und Personalmarketing für das moderne Personalmanagement • Employer Branding und Personalmarketing als wesentlicher Teil der Personalbeschaffung • Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Employer Branding und Personalmarketing • Employer Branding-Prozess • Methoden, Kanäle und Instrumente der Personalauswahl und des Personalauswahlverfahrens • Eignungsdiagnostischer Prozess der Personalauswahl • Einführung in die Verfahren der beruflichen Eignungsdiagnostik • Recruitingtrends 				

	<p>2. <u>Personalentwicklung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriff, Bedeutung und Ziele der Personalentwicklung • Überblick über zentrale Personalentwicklungsmaßnahmen • Einführung in gängige Entwicklungsmethoden, mögliche Anwendungsfelder • Prinzipien der Methodenauswahl und Methodenkritik • Schritte zur Erstellung erfolgreicher einer Personalentwicklungsmaßnahme • Kontrolle / Evaluation von Personalentwicklungsmaßnahmen • Rollenverteilung in der Personalentwicklung <p>3. <u>Aktuelle Trends, Diversity</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>4. <u>Personalcontrolling</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Einbettung des Personalcontrollings im Gesamtcontrolling des Unternehmens • Zusammenhang zwischen Personalcontrolling und Personalstrategie • Einführung in zentrale Personalcontrollingkonzepte und -methoden (z.B. Personal-Scorecard) • Kennzahlen und Instrumente des Personalcontrollings • Verbindung zwischen Personalcontrolling und HR-IT
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung / Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul M 2 „Betriebswirtschaftliche Funktionen I“ sollte absolviert worden sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur / Präsentation / Projektarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>11/180</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Modulbeauftragte: Prof. Dr. Rump</p> <p>Lehrende: Prof. Dr. Rump, Prof. Dr. Martin, LB Schlörft, LB Wegmann</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Die Inhalte des Moduls sind unabhängig von den sonstigen Modulen. Ggf. Grundlage für Modul M 18</p>

BIS Bachelor Controlling		 Hochschule Ludwigshafen am Rhein			
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 14	275 h	11	6. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1. Konzepte und Instrumente des Controllings 2. Finanzierungscontrolling 3. Vertriebscontrolling	Kontaktzeit 6 SWS / 84 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 191 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden erlernen grundlegende Konzepte und Instrumente des Controllings und deren Funktion bei der Unternehmenssteuerung. Sie lernen, wie Informationen des internen Rechnungswesens im Hinblick auf die Steuerung und Koordination von Unternehmenseinheiten genutzt werden und können gängige Instrumente wie Kennzahlensysteme, Verrechnungspreise sowie Planungs- und Budgetprozesse im Hinblick auf ihre Eignung in betrieblichen Managementproblemen bewerten. Die Studierenden lernen Controlling als Service-Funktion für die Vertriebsleitung kennen. Schwerpunkt sind die sich aus den Aufgaben des Vertriebs ergebenden Anforderungen an ein dienstleistungsorientiertes Controlling zum Management der Vertriebsinstanzen, des deckungsbeitragsoptimierenden Verkaufs von Produkten und dem Management der Kundenbeziehung. <u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden lernen, Informationen der Kosten- und Leistungsrechnung aus einer informationsökonomischen Perspektive zu analysieren und ihren Nutzen im Hinblick auf die Unternehmenssteuerung kritisch zu bewerten. Die Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung werden auf die hier relevanten Anwendungen übertragen sowie mit vertriebsspezifischen Methoden ergänzt. Der Bogen spannt sich von einfachen Modellen wie der Deckungsbeitragsrechnung bis hin zu komplexen Methoden, z.B. Regressionsmodellen für Vertriebs-Forecasts. <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Die Studierenden werden mit dem Problem konfrontiert, eine eher schematische und zahlenverpflichtete Denkweise wie jene des Controllings mit der oft intuitiven, instinkthaften und impulsiven Vorgehensweise im Vertrieb zu verknüpfen. Anhand von Praxisbeispielen lernen die Studierenden, Fragestellungen gemeinsam in Kleingruppen zu lösen und die Ergebnisse adressatengerecht im Plenum zu präsentieren.				
3	Inhalte 1. <u>Konzepte und Instrumente des Controllings</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe des Controllings • Komponenten des internen Rechnungswesens • Kennzahlen und Kennzahlensysteme • Verrechnungspreise • Berichtswesen 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Planung und Kontrolle • Nachhaltigkeitscontrolling <p>2. <u>Finanzierungscontrolling</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Beurteilung der Finanzierungsperformance <ul style="list-style-type: none"> - Kritik an den klassischen Liquiditätskennzahlen - Kapitalflussrechnung - Vollständiger Finanzplan mit Fallstudie • Beurteilung der Beteiligungperformance <ul style="list-style-type: none"> - Kritik an den klassischen Erfolgskennzahlen - Probleme der Unternehmensbewertung - Unternehmenswertung mit Economic Value Added (EVA®) <p>3. <u>Vertriebscontrolling</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Notwendigkeit eines spezifischen Controllings des Vertriebs zur Sicherung von Effizienz und Effektivität • Strategisches Vertriebscontrolling • Operatives Vertriebscontrolling • Produkterfolgsrechnung • Kundenerfolgsrechnung • Vertriebsinstanzenerfolgsrechnung • Anwendung der Teil- und Vollkostenrechnung auf Aufgaben des Vertriebscontrollings • Forecast-Modelle für den Vertrieb
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung / Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul M 5 „Betriebswirtschaftliche Funktionen II“ sollte absolviert worden sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur / Präsentation / Projektarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>11/180</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Modulbeauftragter: Prof. Dr. Müller</p> <p>Lehrende: Prof. Dr. Kühnapfel, Prof. Dr. Mohr, Prof. Dr. Müller</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Die Inhalte des Moduls sind unabhängig von den sonstigen Modulen. Ggf. Grundlage für Modul M 18</p>

BIS Bachelor Management 					
Kennummer M 15	Workload 275 h	Credits 11	Studien-semester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1. Projektmanagement 2. Vertriebsmanagement 3. Change Management	Kontaktzeit 6 SWS / 84 h	Selbststudium Vor- und Nachbereitung 191 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden lernen Auslöser und Erfordernisse des unternehmerischen Wandels kennen und erwerben Kenntnisse zu geeigneten Managementtechniken, um ihm zu begegnen. Sie erhalten einen weitreichenden Einblick in spezifische Aspekte des Managements, die sich im Wesentlichen mit außergewöhnlichen Aspekten der Führung befassen. Insbesondere in den Veranstaltungen „Projektmanagement“ und „Change Management“ werden solche nicht-regelmäßigen Aufgaben thematisiert und mit den oft nur schwer reproduzierbaren Aufgaben des Vertriebsmanagements verknüpft. <u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden lernen Methoden und Modelle für das Management von Projekten und besonderen Management-Situationen. Ein Schwerpunkt bildet dabei die Verbindund zwischen unternehmerischen Anforderungen, etwa an Effizienz und Effektivität und der Personalführung. Die Studierenden erarbeiten eigenständig Wissen zu Techniken des Change Managements und erlernen den selbstständigen Umgang mit betriebswirtschaftlicher Forschungsliteratur. Sie lernen, ihre Erkenntnisse in wissenschaftlich adäquater Form zu verschriftlichen. <u>Soziale/Kommunikative Kompetenz</u> Im Rahmen von Gruppenarbeiten lernen die Studierenden, ihre Ergebnisse adressatengerecht zu kommunizieren, die spezifischen, für Führungsaufgaben relevanten Aspekte mit dem Kurs zu diskutieren und mit den eigenen Praxiserfahrungen abzugleichen. Sie üben wissenschaftliche Argumentations- und Kommunikationstechniken ein.				
3	Inhalte 1. <u>Projektmanagement</u> <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung von „Projekt“ und „laufender Tätigkeit“ • Strategische Projektpriorisierung 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, usw.) 				

	<p><u>2. Vertriebsmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 –materialien <p><u>3. Change Management</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Auslöser des Unternehmenswandels • Hemmnisse des Wandels • Erfolgsfaktoren des Change Managements • Kontinuierlicher Wandel
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung / Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul M 8 „Betriebswirtschaftliche Funktionen IV“ sollte absolviert worden sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur / Präsentation / Projektarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>11/180</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Modulbeauftragter: Prof. Dr. Kühnapfel</p> <p>Lehrende: Prof. Dr. Kühnapfel, Prof. Dr. Müller, LB Luderer</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Die Inhalte des Moduls sind unabhängig von den sonstigen Modulen. Ggf. Grundlage für Modul M 18</p>

BIS Bachelor Wahlpflichtmodul I und II (je 1 aus 4 zu wählen) Digitalisierung und Netzwirtschaft						
Kennnummer M 16/M17		Workload 200 h	Credits 8	Studien-semester 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Digitalisierung und Netzwirtschaft	Kontaktzeit Je nach Wahl 5 SWS / 70 h		Selbststudium Vor- und Nachbereitung 130 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Digitalisierung wird in den Kontext von Innovation und Innovationszyklen eingeordnet. Die Studierenden verstehen die Digitalisierung als umfassenden Prozess, der eine betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche und gesellschaftspolitische Dimension aufweist. Die Spezifika netzbasierter Geschäftsmodelle werden theoretisch verstanden und anhand von Fallbeispielen verinnerlicht. <u>Methodenkompetenz</u> Das bisher im Studiengang aufgebaute betriebs- und volkswirtschaftliche Wissen wird auf das Querschnittsthema Digitalisierung angewendet. Die Studierenden werten hierdurch ihre Fähigkeit zu einer ganzheitlichen Betrachtungsweise und der Analyse in übergeordneten Kategorien auf. <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Der Stoff wird interaktiv im Diskurs vermittelt. Die Studierenden vertiefen ihre bislang erworbenen Fähigkeiten, wirtschaftswissenschaftliche Systematiken und die zugehörige Fachsprache sicher einzusetzen.					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Definitionen • Innovationstheoretische Fundierung • Betriebswirtschaftliche Dimension <ul style="list-style-type: none"> - Geschäftsmodelle ohne Grenzkosten? - Konsequenzen der Digitalisierung für betriebliche Funktionen und Prozesse - Fallbeispiele netzbasierter Geschäftsmodelle • Volkswirtschaftliche Dimension <ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsmarkttheorie und soziale Sicherungssysteme - Internationalisierung und Regionalökonomie - Zukunftsvision Sharing Economy • Gesellschaftspolitische Dimension <ul style="list-style-type: none"> - Filterblasen, Echokammern und Neudefinition von Öffentlichkeit - Machtkonzentrationen und Regulierung des Internet • Ausgewählte Fallstudien 					

4	Lehrformen Vorlesung / Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul M 10 „Volkswirtschaftslehre“ sollte absolviert worden sein
6	Prüfungsformen Klausur / Präsentation / Projektarbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 8/180
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Wasmayr Lehrende: Prof. Dr. Wasmayr, NN
10	Verwendbarkeit des Moduls Die Inhalte des Moduls sind unabhängig von den sonstigen Modulen. Ggf. Grundlage für Modul M 18

BIS Bachelor Wahlpflichtmodul I und II (je 1 aus 4 zu wählen) Entrepreneurship						
Kennnummer M 16/M17		Workload 200 h	Credits 8	Studien-semester 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Entrepreneurship	Kontaktzeit Je nach Wahl 5 SWS / 70 h		Selbststudium Vor- und Nachbereitung 130 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden lernen die besonderen betriebswirtschaftlichen und Problemstellungen eines Gründungsprozesses von der Finanzierung bis zum Management kennen. Der Schwerpunkt liegt darauf, zu vermitteln, welche besonderen Anforderungen die Unklarheiten in der Start up-Phase an das Management stellt und wie diesen im Sinne eines verantwortlichen Handelns unter Unsicherheit begegnet werden kann. Die innerbetrieblichen Beziehungen werden ebenso behandelt wie jene zu den Investoren und zum übrigen Marktumfeld. <u>Methodenkompetenz</u> Die bisher im Studiengang gelehrt Aspekte der Unternehmensführung, insbesondere die relevanten Modelle und Methoden, werden auf die außergewöhnliche Phase der Konzepterstellung, Gründung und Etablierung eines Unternehmens und der Abbildung eines Geschäftsmodelle in Form eines Businessplans angewendet. <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Die Darstellung von Gründungsszenarien vermittelt ein Bild von unspezifischen, unstrukturierten Unternehmenssituationen, die insbesondere Anforderungen an Flexibilität und Kreativität stellen. Die Studierenden können Ihre eigene Affinität und charakterliche Disposition bzgl. der beruflichen Option einer Unternehmensgründung kritisch reflektieren.					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Gründungsdefinitionen • Beschreibung des typischen Gründungsprozesses sowie davon abweichende Formen anhand eines Phasenkonzepts • Businessplanung als Einstieg in Gründungsprozesse jeglicher Art (Strukturierung, Inhalte, Empfehlungen) • Erfolgsrelevante Profileigenschaften des Gründers: Identifikation der relevanten Qualifikationen und Persönlichkeitsmerkmale, Einzel- vs. Teamgründung • Gründungsfinanzierung: grundlegende Finanzierungsoptionen, Finanzplanung, Förderprogramme, Finanzierung mit Venture Capital • Rechtliche Aspekte: Rechtsformen, Satzungsthemen, Bei- und Aufsichtsräte, Vertragsgestaltung in Kapitalrunden • Ausgewählte Problemstellungen in Start-up-Situationen, sowohl innerbetrieblich als auch mit Investoren, Lieferanten etc. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Management von Start-up-Unternehmen einschließlich Bewältigung der Herausforderungen eines Wachstumsprozesses • Prognosen für Start-ups • Besondere Start-up-Konstellationen, etwa Spin-offs, Franchise-Systeme, Übernahme nach Restrukturierung durch Investor • Kritische Erfolgsfaktoren im Gründungsprozess und Ursachen für das Scheitern von Startups (einschließlich Insolvenzprozess) • Ausgewählte Praxisbeispiele und Fallstudien
4	Lehrformen Vorlesung / Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Die Module M 7 und M 8 sollten absolviert worden sein
6	Prüfungsformen Klausur / Präsentation / Projektarbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 8/180
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Wasmayr Lehrende: Prof. Dr. Wasmayr, Prof. Dr. Kühnapfel
10	Verwendbarkeit des Moduls Die Inhalte des Moduls sind unabhängig von den sonstigen Modulen. Ggf. Grundlage für Modul M 18

BIS Bachelor Wahlpflichtmodul I und II (je 1 aus 4 zu wählen) Finanzdienstleistungen						
Kennnummer M 16/M17		Workload 200 h	Credits 8	Studien- semester 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Finanzdienstleistungen	Kontaktzeit Je nach Wahl 5 SWS / 70 h		Selbststudium Vor- und Nachbereitung 130 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden erhalten Kenntnis von Strukturen und Produkten des Finanzdienstleistungsmarktes, der Anlageklassen und wesentlicher Anlagevehikel, sowie ein Verständnis und die Anwendungsfähigkeit hinsichtlich zentraler Erkenntnisse der Finanz- und Anlagepsychologie (damit auch Vermeidung typischer Fehlermuster bei Finanzentscheidungen). Sie entwickeln eine Sensibilität für die zentralen negativen Werttreibergrößen (Kosten, Nominalwertbesteuerung und Inflation) sowie die Fähigkeit, versteckte Kosten zu identifizieren. <u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden sind zur Bewertung von Anlageklassen und konkreten Anlagevehikeln befähigt. Es wird ein Methodenset zum Erkennen typischer Entscheidungsfehler rund um die Auswahl und Bewertung von Finanzdienstleistungen vermittelt, welches die Fähigkeit zur Selektion entscheidungsrelevanter Information (z. B. KIID), der Differenzierung zwischen entscheidungsrelevanten und versunkenen Kosten sowie zur Berechnung der Vorteilhaftigkeit von Finanzdienstleistungen mit Hilfe von Excel-Tools fördert. Im Rahmen der Veranstaltung werden zudem eine Reihe von Meta-Kompetenzen erläutert, d. h. Kompetenzen, mit deren Hilfe sich die Studierenden weitere Methodenkompetenzen erarbeiten/entwickeln können. <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Es findet eine Vertiefung der vorhandenen Präsentations- und Diskussionsfähigkeit, dialektischem Denken, Umgang mit Ambiguität und Multirationalität (z. B. Debatte aktives vs. passives Investieren) statt.					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Funktionenorientierte Systematisierung der Finanzdienstleistungen • Übersicht über Asset-Klassen und Asset-Management mit Schwerpunkt auf traditionellen Kassamarktprodukten • Instrumente des Zins- Währungs- und Bonitätsrisikomanagements • Standardisierte Finanzderivate (Schwerpunkt Optionen und Futures) • Behavioral Finance = Finanzpsychologie • Agency-Problematik, Fehlanreize im Vertrieb von Finanzdienstleistungen, Scheininnovationen, Blindleistungsinnovationen • Digitalisierung und disruptive Geschäftsmodelle im Finanzdienstleistungsmarkt 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Erwartbare Zukunft des Geldes: Kryptowährungen und digitales Bargeld von Zentralbanken, Kompromisslösungen zwischen Anonymität von Zahlungen einerseits und dem „Know-your-customer-Prinzip“ andererseits • Verbraucherschutz und Regulierungsbemühungen im Finanzdienstleistungsmarkt • Gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse zur Anlage in preisvolatilen Anlageklassen und –vehikeln (z. B. Diversifikation, Cost-Averaging, Konzept der Robustness) • Grundlagen der Finanzmathematik zur Bewertung wichtiger Anlageinstrumente
4	Lehrformen Vorlesung / Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul M 7 „Betriebswirtschaftliche Funktionen III“ sollte absolviert worden sein
6	Prüfungsformen Klausur / Präsentation / Projektarbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 8/180
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Walz Lehrender: Prof. Dr. Walz
10	Verwendbarkeit des Moduls Die Inhalte des Moduls sind unabhängig von den sonstigen Modulen. Ggf. Grundlage für Modul M 18

BIS Bachelor Wahlpflichtmodul I und II (je 1 aus 4 zu wählen) Informatik						
Kennnummer M 16/M17		Workload 200 h	Credits 8	Studien-semester 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Informatik	Kontaktzeit Je nach Wahl 5 SWS / 70 h		Selbststudium Vor- und Nachbereitung 130 h	geplante Gruppengröße 25-45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fachkompetenz</u> Die Studierenden erlernen die wissenschaftliche Herangehensweise an ein Thema und bereiten ein aktuelles und praxisrelevantes Themengebiet der Informatik auf und präsentieren dieses im Rahmen des Kurses. Die Themen beziehen sich auf wichtige Grundlagen der betrieblichen Informatik wie ERP-Systeme, eCommerce-Systemen, Customer Relationship Management und aktuelle Entwicklungen rund um das Themengebiet Industrie 4.0. <u>Methodenkompetenz</u> Die Studierenden müssen sich hierbei selbständig in neue Themengebiete einarbeiten, diese kritisch beleuchten und im Rahmen der Präsentation die Ergebnisse argumentativ vertreten. Sie sind zur Nutzung von Datenbanken und Tabellenkalkulationsprogrammen befähigt, mit dem Fokus der Aufbereitung von großen Datenmengen, durch die Anwendung von praktischen Übungen (z.B. Microsoft Pivot oder Microsoft Power Pivot). <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Die Studierenden lernen stets offen für Veränderungen und dabei konfliktfähig zu sein, da der Bereich der Informatik einem ständigen Wechsel unterzogen ist.					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Industrie 4.0: Anwendungsgebiete, Technologien, Auswirkungen auf die Betriebswirtschaft • Business Intelligence: Anwendungsgebiete, Architektur, OLAP • Microsoft Pivot, Microsoft Power Pivot • Aktuelle Themen aus der IT-Praxis in Form von Projekten 					
4	Lehrformen Vorlesung, Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul M 6 „Teil Wirtschaftsinformatik“ sollte absolviert worden sein					
6	Prüfungsformen Klausur / Präsentation / Projektarbeit					

7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 8/180</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Kühnapfel Lehrende: LB Ritter, LB Spies</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Die Inhalte des Moduls sind unabhängig von den sonstigen Modulen. Ggf. Grundlage für Modul M 18</p>

BIS Bachelor					
Bachelor-Arbeit/Disputation		 Hochschule Ludwigshafen am Rhein			
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M 18	300 h	12	7. Sem.	Jedes Semester	3 Monate
1	Lehrveranstaltungen Selbststudium Disputation Individuelle Betreuung der Studierenden	Kontaktzeit 14 h	Selbststudium 286 h	geplante Gruppengröße Einzelarbeit, Team- arbeit grundsätzlich möglich	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Fach- und Methodenkompetenz</u> Die Studierenden erwerben die Kompetenz, eine eigenständige wissenschaftliche Arbeit zu verfassen. Dies inkludiert die Definition einer Forschungsfrage, eine Hypothesenbildung, die Umsetzung in eine belastbare Struktur sowie den selbständigen Umgang mit wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsliteratur. Die Leistung wird im Rahmen eines Kolloquiums verteidigt. <u>Soziale / Kommunikative Kompetenz</u> Die Studierenden zeigen, dass sie die in der schriftlichen Bachelor-Thesis erarbeiteten akademischen Ergebnisse präsentieren und die dort aufgestellten Thesen gegen wissenschaftliche Kritik verteidigen können.				
3	Inhalte Die Bachelor-Arbeit des jeweiligen Studierenden in deutscher oder englischer Sprache				
4	Lehrformen Individuelle Betreuung durch den betreuenden Dozenten; Seminar; Disputation				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul M 1, Teil Wissenschaftliches Arbeiten sollte absolviert worden sein				
6	Prüfungsformen Schriftliche Abschlussarbeit und Disputation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Bachelor-Arbeit und Disputation				
8	Stellenwert der Note für die Endnote 16/180				
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragter: Prof. Dr. Wasmayr Lehrende: betreuende Dozenten				

10	Verwendbarkeit des Moduls Die Thesis vertieft Inhalte der angebotenen Module. Empfohlene Grundlage ist die Absolvierung von Modul M 1.
-----------	--