

# Modulhandbuch

Studiengang Digital Business und IT Management  
Studiengang International Business Studies  
Studiengang Wirtschaft  
Studiengang Wirtschaft duale Variante  
Studiengang Wirtschaftspsychologie

mit dem Abschlussgrad Bachelor of Arts  
Stand: 19.04.2024

**gültig seit dem WS 2018/19,  
beginnend mit dem 1. Fachsemester  
für die Bachelorstudiengänge Wirtschaft und  
Wirtschaft duale Variante,  
gültig seit dem WS 2022/23,  
beginnend mit dem 1. Fachsemester  
für die Bachelorstudiengänge Digital Business und IT  
Management, International Business Studies und  
Wirtschaftspsychologie.  
Und gültig seit dem WS 2023/24,  
beginnend mit dem 1. Fachsemester  
für den Bachelorstudiengang Digital Business und IT  
Management**

Stand: 04/2024

## Inhalt

Übersicht über den Studienverlauf	5
Bachelorstudiengang Wirtschaft (ab WS 18/19 beginnend im 1. Semester)	5
Bachelorstudiengang Wirtschaft Dual (ab WS18/19 beginnend im 1. Semester)	6
Studienverlauf Bachelorstudiengang Digital Business und IT Management (nur für Studierende, die im WiSe 2022/23 begonnen haben)	7
Studienverlauf Bachelorstudiengang Digital Business und IT Management ab WS 2023/24	8
Studienverlauf Bachelor International Business Studies	9
Studienverlauf Bachelor Wirtschaftspsychologie	10
Betriebswirtschaftslehre I – Einführung und Organisation	11
Betriebswirtschaftslehre II – Produktion und Absatz	12
Betriebswirtschaftslehre III – Finanzwirtschaft und Personalwirtschaft	13
Externes Rechnungswesen	14
Internes Rechnungswesen	15
Volkswirtschaftslehre I – Mikroökonomie	16
Economics I - Microeconomics	17
Volkswirtschaftslehre II – Makroökonomie	18
Economics II - Macroeconomics	19
Volkswirtschaftslehre III – Wirtschaftspolitik	20
Economics III - Economic Policy	21
Wirtschaftsinformatik I	22
Wirtschaftsinformatik II	23
Wirtschaftsmathematik	24
Wirtschaftsstatistik	25
Business Statistics	26
Wissenschaftliche Lern- und Arbeitstechniken	27
Wissenschaftliche Texterstellung	28
Wirtschaftsenglisch I	29
Wirtschaftsenglisch II	31
Wirtschaftsrecht	33
Betriebliche Steuerlehre	34
Controlling	35
Marketing	36
Management Decisions - Managemententscheidungen	37
International Management	38
Personalführung und Veränderungsmanagement	39
Grundlagen des Rechnungswesens und der Wirtschaftsmathematik	40
Datenbanken und Programmierung	41
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	42
Grundlagen Digitalisierungstechnologien	43

Grundlagen Digitalisierungstechnologien	44
Geschäftsprozesse und Standardanwendungssoftware	46
Einführung in die Programmierung [Introduction to programming]	47
Datenbanken [Databases]	48
Wirtschaftsspanisch	49
Wirtschaftsfranzösisch	51
Language of Meetings	53
Landeskunde Großbritannien/Irland	54
Landeskunde USA	58
Landeskunde Spanien	59
Einführung in die Psychologie	61
Allgemeine Psychologie I: Wahrnehmen, Denken, Entscheiden	62
Praxisphase	63
Praxisphase	64
Qualitative Forschungsmethoden	65
Allgemeine Psychologie II: Motivation, Emotion, Lernen	66
Sozialpsychologie	67
Aktuelle Fragen der BWL	68
Strategisches Personalmanagement	69
Einfluss der Besteuerung auf Managemententscheidungen	70
Quantitative Verfahren und Anwendungen	71
Businessplanung	72
Kommunikation im Unternehmen	73
Aktuelle Fragen der VWL	74
Europastudien – European Studies	75
Operatives Kulturmanagement	76
International Marketing	77
IT-Projektmanagement / IT-Projekt	78
E-Communication und Social Media Management	79
Differentielle & Persönlichkeitspsychologie	80
Psychologische Handlungskompetenz	81
Leistungsprozesse im Handel	82
Logistik I – Versorgungsmanagement	83
Bilanzanalyse und Rechnungslegung	84
Kultur- und Freizeitwirtschaft	85
Planung und Aufbau betrieblicher Anwendungssysteme	86
IT-Recht	87
Ausgewählte Gestaltungsbereiche des Digital Managements	88
Softwareentwurf und ERP-Systeme	89
Marketing und Konsumentenverhalten	90

Arbeits- & Organisationspsychologie	91
Handelsmanagement	92
Logistik II – Operative Logistik	93
Finanzmanagement	94
Medienwirtschaft und Entertainment	95
Projekt- und IS-Management	96
Geschäftsmodelle und Technologien der digitalen Transformation	97
Big Data Analytics und KI / IT-Management	99
Empirisches Projekt	101
Klinische Organisationspsychologie	102
Diagnostik und Evaluation	103
Wahlfach	104
Englischsprachiges Wahlfach	105
Development and Institutions of the European Union	106
Financial Reporting	107
Bachelorarbeit mit Begleitseminar	108
Kolloquium	109

## Übersicht über den Studienverlauf Bachelorstudiengang Wirtschaft (ab WS 18/19 beginnend im 1. Semester)

Sem.		Bachelor of Art (B.A.) Wirtschaft	$\Sigma$ SWS	$\Sigma$ LP	
1	B1015	Betriebswirtschaftslehre I - Einführung und Organisation	5	6	
	B1051	Volkswirtschaftslehre I - Mikroökonomie	5	6	
	B1110	Wirtschaftsrecht	4	5	
	B1081	Wissenschaftliche Lern- und Arbeitstechniken	2	3	
	B1204	Grundlagen des Rechnungswesens und der Wirtschaftsmathematik	4	5	
	B1061	Wirtschaftsinformatik I	4	5	
2	B1020	Betriebswirtschaftslehre II - Produktion und Absatz	4	5	
	B1052	Volkswirtschaftslehre II - Makroökonomie	4	5	
	B1090	Wirtschaftsenglisch I	4	5	
	B1041	Externes Rechnungswesen	4	5	
	B1071	Wirtschaftsmathematik	4	5	
	B1062	Wirtschaftsinformatik II	4	5	
3	B1035	Betriebswirtschaftslehre III - Finanzwirtschaft und Personalwirtschaft	4	5	
	B1053	Volkswirtschaftslehre III - Wirtschaftspolitik	4	5	
	B1100	Wirtschaftsenglisch II	4	5	
	B1042	Internes Rechnungswesen	4	5	
	B1072	Wirtschaftsstatistik	4	5	
	B1120	Betriebliche Steuerlehre	4	5	
4	B1082	Wissenschaftliche Texterstellung	2	5	
	B1130	Controlling	4	5	
	B1140	Marketing	4	5	
	<i>Wahlpflichtbereich 1 Auswahl eines Moduls aus:</i>				
		B3015	Aktuelle Fragen der Betriebswirtschaftslehre		
		B3025	Strategisches Personalmanagement		
		B3030	Einfluss der Besteuerung auf Managemententscheidungen		
		B3040	Quantitative Verfahren und Anwendungen		
		B3050	Businessplanung	4	5
		B3060	Kommunikation im Unternehmen		
		B3070	Aktuelle Fragen der Volkswirtschaftslehre		
		B3075	Europastudien		
		B3085	Operatives Kulturmanagement		
		B3090	International Marketing (engl.)		
	<i>Wahlpflichtbereich 2* - Schwerpunkt Teil 1 zum Studienschwerpunkt</i>				
	B4010	Leistungsprozesse im Handel		<i>Handel</i>	
	B4020	Versorgungsmanagement		<i>Logistik</i>	
	B4030	Bilanzanalyse und Rechnungslegung		<i>Rechnungswesen und Finanzierung</i>	
	B4050	Kultur- und Freizeitwirtschaft		<i>Kultur-, Medien-, Freizeitwirtschaft</i>	
			6	10	
5	B1175	Personalführung und Veränderungsmanagement	4	5	
	B1160	International Management	4	5	
	B1150	Managemententscheidungen	4	5	
	<i>Wahlpflichtbereich 2* - Schwerpunkt Teil 2 zum Studienschwerpunkt</i>				
		B5010	Handelsmanagement		<i>Handel</i>
		B5020	Operative Logistik		<i>Logistik</i>
		B5030	Finanzmanagement		<i>Rechnungswesen und Finanzierung</i>
	B5050	Medienwirtschaft und Entertainment		<i>Kultur-, Medien-, Freizeitwirtschaft</i>	
			6	10	
	B6500	Wahlfach (wechselnder Katalog)	4	5	
6	B2000	Praxisphase	0	16	
	B7000	Abschlussarbeit mit Begleitseminar	2	12	
	B8000	Kolloquium	0	2	
Summe SWS und Leistungspunkte			116	180	

\* Wahl der zwei Module eines Studienschwerpunktes

## Bachelorstudiengang Wirtschaft Dual (ab WS18/19 beginnend im 1. Semester)

Sem.		Bachelor of Art (B.A.) Wirtschaft Dual	$\Sigma$ SWS	$\Sigma$ LP	
1	B1110	Wirtschaftsrecht	4	5	
	B1204	Grundlagen des Rechnungswesens und der Wirtschaftsmathematik	4	5	
	B1061	Wirtschaftsinformatik I	4	5	
3	B1015	Betriebswirtschaftslehre I - Einführung und Organisation	5	6	
	B1051	Volkswirtschaftslehre I - Mikroökonomie	5	6	
	B1081	Wissenschaftliche Lern- und Arbeitstechniken	2	3	
2	B1041	Externes Rechnungswesen	4	5	
	B1071	Wirtschaftsmathematik	4	5	
	B1062	Wirtschaftsinformatik II	4	5	
4	B1020	Betriebswirtschaftslehre II - Produktion und Absatz	4	5	
	B1052	Volkswirtschaftslehre II - Makroökonomie	4	5	
	B1090	Wirtschaftsenglisch I	4	5	
5	B1035	Betriebswirtschaftslehre III -Finanzwirtschaft und Personalwirtschaft	4	5	
	B1053	Volkswirtschaftslehre III - Wirtschaftspolitik	4	5	
	B1100	Wirtschaftsenglisch II	4	5	
	B1042	Internes Rechnungswesen	4	5	
	B1072	Wirtschaftsstatistik	4	5	
	B1120	Betriebliche Steuerlehre	4	5	
6	B1082	Wissenschaftliche Texterstellung	2	5	
	B1130	Controlling	4	5	
	B1140	Marketing	4	5	
		<i>Wahlpflichtbereich 1 Auswahl eines Moduls aus:</i>			
		B3015	Aktuelle Fragen der Betriebswirtschaftslehre		
		B3025	Strategisches Personalmanagement		
		B3030	Einfluss der Besteuerung auf Managemententscheidungen		
		B3040	Quantitative Verfahren und Anwendungen		
		B3050	Businessplanung	4	5
		B3060	Kommunikation im Unternehmen		
		B3070	Aktuelle Fragen der Volkswirtschaftslehre		
		B3075	Europastudien		
		B3085	Operatives Kulturmanagement		
		B3090	International Marketing (engl.)		
		<i>Wahlpflichtbereich 2* - Schwerpunkt Teil 1 zum Studienschwerpunkt</i>			
	B4010	Leistungsprozesse im Handel <i>Handel</i>			
	B4020	Versorgungsmanagement <i>Logistik</i>			
	B4030	Bilanzanalyse und Rechnungslegung <i>Rechnungswesen und Finanzierung</i>	6	10	
	B4050	Kultur- und Freizeitwirtschaft <i>Kultur-, Medien-, Freizeitwirtschaft</i>			
7	B1175	Personalführung und Veränderungsmanagement	4	5	
	B1160	International Management	4	5	
	B1150	Managemententscheidungen	4	5	
		<i>Wahlpflichtbereich 2* - Schwerpunkt Teil 2 zum Studienschwerpunkt</i>			
		B5010	Handelsmanagement <i>Handel</i>		
		B5020	Operative Logistik <i>Logistik</i>		
		B5030	Finanzmanagement <i>Rechnungswesen und Finanzierung</i>	6	10
	B5050	Medienwirtschaft und Entertainment <i>Kultur-, Medien-, Freizeitwirtschaft</i>			
	B6500	Wahlfach (wechselnder Katalog)	4	5	
8	B2000	Praxisphase	0	16	
	B7000	Abschlussarbeit mit Begleitseminar	2	12	
	B8000	Kolloquium	0	2	
Summe SWS und Leistungspunkte			116	180	

\* Wahl der zwei Module eines Studienschwerpunktes

**Studienverlauf Bachelorstudiengang Digital Business und IT Management (nur für Studierende, die im WiSe 2022/23 begonnen haben)**

Sem.		<b>Bachelor of Art (B.A.) Digital Business und It Management</b>		$\Sigma$	$\Sigma$
				SWS	LP
1	B1015 Betriebswirtschaftslehre I - Einführung und Organisation	5	6		
	B1051 Volkswirtschaftslehre I - Mikroökonomie	5	6		
	B1110 Wirtschaftsrecht	4	5		
	B1204 Grundlagen des Rechnungswesens und der Wirtschaftsmathematik	4	5		
	IT1360 Datenbanken und Programmierung	4	5		
	IT1361 Grundlagen Digitalisierungstechnologien	2	3		
2	B1020 Betriebswirtschaftslehre II - Produktion und Absatz	4	5		
	B1041 Externes Rechnungswesen	4	5		
	B1052 Volkswirtschaftslehre II - Makroökonomie	4	5		
	B1071 Wirtschaftsmathematik	4	5		
	B1090 Wirtschaftsenglisch I	4	5		
	IT1362 Geschäftsprozesse u. Standardanwendungessoftware	4	5		
3	B1035 Betriebswirtschaftslehre III -Finanzwirtschaft und Personalwirtschaft	4	5		
	B1042 Internes Rechnungswesen	4	5		
	B1072 Wirtschaftsstatistik	4	5		
	B1100 Wirtschaftsenglisch II	4	5		
	IT3340 IT-Projektmanagement/ IT-Projekte	4	5		
	IT3350 E-Communication und Social Media Management	4	5		
4	B1082 Wissenschaftliche Texterstellung	2	5		
	B1130 Controlling	4	5		
	B1140 Marketing	4	5		
	IT4350 Ausgewählte Gestaltungsbereiche des Digital Managements	4	5		
	IT4360 Softwareentwurf / ERP-Systeme	6	10		
5	B1160 International Management	4	5		
	B1175 Personalführung und Veränderungsmanagement	4	5		
	IT5350 Geschäftsmodelle und Technologien der digitalen Transformation	4	5		
	IT5360 Big Data Analytics und KI / IT-Management	6	10		
	B6500 Wahlfach (wechselnder Katalog)	4	5		
6	B2000 Praxisphase	0	16		
	B7000 Abschlussarbeit mit Begleitseminar	2	12		
	B8000 Kolloquium	0	2		
Summe SWS und Leistungspunkte				116	180

## Studienverlauf Bachelorstudiengang Digital Business und IT Management ab WS 2023/24

Bachelor of Arts (B.A.)		$\Sigma$	$\Sigma$
Sem.	Digital Business und IT Management ab WS 2023/2024	SWS	LP
1	B1015 Betriebswirtschaftslehre I - Einführung und Organisation	5	6
	B1110 Wirtschaftsrecht	4	5
	B1204 Grundlagen des Rechnungswesens und der Wirtschaftsmathematik	4	5
	IT1350 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	4	5
	IT1370 Grundlagen der Programmierung	4	5
	IT1371 Grundlagen Digitalisierungstechnologien	4	4
2	B1020 Betriebswirtschaftslehre II - Produktion und Absatz	4	5
	B1041 Externes Rechnungswesen	4	5
	B1071 Wirtschaftsmathematik	4	5
	B1090 Wirtschaftsenglisch I	4	5
	IT1362 Geschäftsprozesse u. Standardanwendungssoftware	4	5
	IT1372 Datenbanken	4	5
3	B1035 Betriebswirtschaftslehre III -Finanzwirtschaft und Personalwirtschaft	4	5
	B1042 Internes Rechnungswesen	4	5
	B1072 Wirtschaftsstatistik	4	5
	B1100 Wirtschaftsenglisch II	4	5
	IT3340 IT-Projektmanagement/ IT-Projekte	4	5
	IT3350 E-Communication und Social Media Management	4	5
4	B1130 Controlling	4	5
	B1140 Marketing	4	5
	IT4310 IT-Recht	4	5
	IT4350 Ausgewählte Gestaltungsbereiche des Digital Management	4	5
	IT4360 Softwareentwurf / ERP-Systeme	6	10
5	B1160 International Management	4	5
	B1175 Personalführung und Veränderungsmanagement	4	5
	IT5350 Geschäftsmodelle und Technologien der digitalen Transformation	4	5
	IT5360 Big Data Analytics und KI / IT-Management	6	10
	B6500 Wahlfach (wechselnder Katalog)	4	5
6	B2000 Praxisphase	0	16
	B7000 Abschlussarbeit mit Begleitseminar	2	12
	B8000 Kolloquium	0	2
Summe SWS und Leistungspunkte		119	180



## Studienverlauf Bachelor International Business Studies

Bachelor of Art (B.A.)					
Sem.	International Business Studies ab WS 2022/2023			SWS	LP
1	B1015 Betriebswirtschaftslehre I - Einführung und Organisation			5	6
	B1061 Wirtschaftsinformatik I			4	5
	B1110 Wirtschaftsrecht			4	5
	IN1451 Volkswirtschaftslehre I - Microeconomics			5	6
	B1090 Wirtschaftsenglisch I			4	5
	IN6545 Development and Institution of the European Union			2	3
2	B1020 Betriebswirtschaftslehre II - Produktion und Absatz			4	5
	B1041 Externes Rechnungswesen			4	5
	B1071 Wirtschaftsmathematik			4	5
	B1062 Wirtschaftsinformatik II			4	5
	B1100/ Wirtschaftsenglisch/-spanisch/-französisch			4	5
	IN1452 Volkswirtschaftslehre II - Macroeconomics			4	5
3	B1035 Betriebswirtschaftslehre III - Finanzwirtschaft und Personalwirtschaft			4	5
	B1042 Internes Rechnungswesen			4	5
	B1120 Betriebliche Steuerlehre			4	5
	IN1430-70 Landeskunde / Language of meetings			4	5
	IN1453 Volkswirtschaftslehre III - Economic Policy			4	5
	IN1472 Business Statistics			4	5
4**	B1082 Wissenschaftliche Texterstellung			2	5
	B1130 Controlling			4	5
	B1140 Marketing			4	5
	IN6504 Englischsprachiges Wahlfach (wechselnder Katalog)			4	5
	<b>Wahlpflichtbereich* - Schwerpunkt Teil 1</b>				
	B4010 Leistungsprozesse im Handel	Handel			
	B4020 Versorgungsmanagement	Logistik			
	B4030 Bilanzanalyse und Rechnungslegung	Rechnungswesen und Finanzierung		6	10
B4050 Kultur- und Freizeitwirtschaft	Kultur-, Medien-, Freizeitwirtschaft				
5**	B1160 International Management			4	5
	B1175 Personalführung und Veränderungsmanagement			4	5
	IN1150 Management Decisions			4	5
	IN6546 Financial Reporting			4	5
	<b>B5001 Wahlpflichtbereich* - Schwerpunkt Teil 2</b>				
	B5010 Handelsmanagement	Handel			
	B5020 Operative Logistik	Logistik			
	B5030 Finanzmanagement	Rechnungswesen und Finanzierung		6	10
B5050 Medienwirtschaft und Entertainment	Kultur-, Medien-, Freizeitwirtschaft				
6	IN2400 Praxisphase			0	16
	B7000 Abschlussarbeit mit Begleitseminar			2	12
	B8000 Kolloquium			0	2
Summe SWS und Leistungspunkte				116	180

\* Wahl der zwei Module eines Studienschwerpunktes

\*\* Auslandssemester wahlweise im 4. oder 5. Semester

## Studienverlauf Bachelor Wirtschaftspsychologie

<b>Bachelor of Art (B.A.) Wirtschaftspsychologie</b>				S	S
Sem.	<b>Wirtschaftspsychologie (ab WS2022/2023)</b>			SWS	LP
1	B1015	Betriebswirtschaftslehre I - Einführung und Organisation		5	6
	B1051	Volkswirtschaftslehre I - Mikroökonomie		5	6
	B1110	Wirtschaftsrecht		4	5
	B1204	Grundlagen des Rechnungswesens und der Wirtschaftsmathematik		4	5
	WP1550	Einführung in die Psychologie		2	3
	WP1560	Allgemeine Psychologie I: Wahrnehmen, Denken, Entscheiden		4	5
2	B1020	Betriebswirtschaftslehre II - Produktion und Absatz		4	5
	B1052	Volkswirtschaftslehre II - Makroökonomie		4	5
	B1071	Wirtschaftsmathematik		4	5
	WP2540	Qualitative Forschungsmethoden		4	5
	WP2550	Allgemeine Psychologie II: Motivation, Emotion, Lernen		4	5
	WP2560	Sozialpsychologie		4	5
3	B1035	Betriebswirtschaftslehre III -Finanzwirtschaft und Personalwirtschaft		4	5
	B1072	Wirtschaftsstatistik		4	5
	B1090	Wirtschaftsenglisch I		4	5
	B6500	Wahlfach (wechselnder Katalog)		4	5
	WP3550	Differentielle und Persönlichkeitspsychologie		4	5
	WP3560	Psychologische Handlungskompetenz		4	5
4	B1082	Wissenschaftliche Texterstellung		2	5
	B3040	Quantitative Verfahren und Anwendungen		4	5
	WP4550	Marketing und Konsumentenverhalten		6	10
	WP4560	Arbeits- & Organisationspsychologie		6	10
5	B1150	Managemententscheidungen		4	5
	B1175	Personalführung und Veränderungsmanagement		4	5
	WP5540	Empirisches Projekt		4	5
	WP5550	Klinische Organisationspsychologie		4	5
	WP5560	Diagnostik und Evaluation		6	10
6	B2000	Praxisphase		0	16
	B7000	Abschlussarbeit mit Begleitseminar		2	12
	B8000	Kolloquium		0	2
Summe				SWS und Leistungspunkte	114 180

<b>Betriebswirtschaftslehre I – Einführung und Organisation</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1015	<b>Workload:</b> 180 h	<b>Credits:</b> 6	<b>Studiensemester:</b> 1./ Dualer SG 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundfragen der Betriebswirtschaft (2 SWS) Organisation (2 SWS) Übung (1 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 90 h	<b>Selbststudium:</b> 90 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden mit der Terminologie und den grundlegenden Fragestellungen der Betriebswirtschaftslehre, speziell im Bereich der konstitutiven Faktoren und der Organisation vertraut. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Rechtsformen und Unternehmenszusammenschlüsse zu systematisieren, wesentliche Unterschiede zu erkennen und verschiedene Restriktionen bei der Standortwahl von Unternehmen situationsbezogen zu bewerten. Die Studierenden begreifen Organisation vor dem Hintergrund des situativen Ansatzes und können damit eine Einordnung vor dem Hintergrund des Strategiebegriffs nachvollziehen. Sie werden mit den Strukturdimensionen der Organisation vertraut und können damit den organisatorischen Wandel vor dem Hintergrund von <i>structure follows strategy</i> verstehen.			<b>Inhalte:</b> - Gesellschaftliche Werte (Wirtschaftsethik) und Bewertungskriterien unternehmerischer Aktivitäten (Unternehmensethik und betriebswirtschaftliche Kennzahlen) - Konstitutive Faktoren (Rechtsformen, Unternehmensverfassung, Unternehmenszusammenschlüsse, Standortfragen, Ziele und Entscheidungsprozesse in Unternehmen) - Ziele, Grundfragen und Grundbegriffe der Organisation - Situativer Ansatz - Strukturdimensionen - Situationsdimensionen - Wirkungsmechanismus von Situation und Struktur		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristische Veranstaltung					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> 75% Klausur und 25% Übungsaufgaben					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestandene Prüfungsleistungen					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangspo					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*:</b> Prof. Dr. Manuel Michaelis, Prof. Dr. Ulrich Breilmann					
<b>Modulverantwortliche*:</b> Prof. Dr. Ulrich Breilmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Veranstaltungsbegleitende Studienunterlagen Grundlagenlektüre: Wöhe, G.;Döring, U.;Brösel, G.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Aufl., München 2020. Ergänzende Literatur: Breilmann, U.; Vahs, D.: Organisation und organisatorischer Wandel, in: Pepels, W. (Hrsg.): ABWL, 3. Aufl., Köln 2003, S. 421 – 452. Kieser, A.; Walgenbach, P.: Organisation, 6. Aufl. Stuttgart 2010. Olfert, K.: Organisation, 18. Aufl., Ludwigshafen 2019. Pepels, W. (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Stuttgart 2010. Schmalen, H.; Pechtl, H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, 16. Aufl., Stuttgart 2019. Thommen, J.-P.; Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 9. Aufl., Wiesbaden 2020. Weber, W.; Kabst, R.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10. Aufl., Wiesbaden 2018. Vahs, D.: Organisation, 10. Aufl., Stuttgart 2019.					

<b>Betriebswirtschaftslehre II – Produktion und Absatz</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1020	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2./ Dualer SG 4.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Materialwirtschaft und Produktion (2 SWS) Grundlagen des Marketing (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50- 70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Auf Basis der erworbenen Kenntnisse der Funktionen der Materialbewirtschaftung in Industrie und Handel werden die Studierenden in die Lage versetzt, alternative Versorgungsstrategien zu beurteilen und entsprechende berufspraktische Aktivitäten zu entfalten. Die Kenntnisse der produktions- und kostenwirtschaftlichen Grundlagen befähigen die Studierenden zur Entwicklung optimaler Produktions-Prozesse sowie zur analogen Übertragung dieser Überlegungen auf immaterielle Güter (Dienstleistungen). Mit dem Abschluss der Lehrveranstaltung Grundlagen des Marketings haben die Studierenden ein grundlegendes Verständnis für die marktorientierte Unternehmensführung entwickelt. Sie werden befähigt, zwischen alternativen Marketinginstrumenten zu unterscheiden und können zentrale Fragen des markt- und kundenorientierten Handelns einordnen, analysieren und anwenden.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedarfsermittlung, Bestellmengenrechnung, Optimierung, Beschaffungsmarktforschung und Beschaffung</li> <li>- Bestandsführung, Lagerungsmethoden, Material- und Informationsfluss</li> <li>- Effizienzsteigernde Methoden in der Materialwirtschaft</li> <li>- Erarbeitung der Grundlagen der Produktionstheorie</li> <li>- Fertigungstypen und Organisationsformen der Fertigung</li> <li>- Übertragung der Grundlagen und Konzepte auf immaterielle Güter</li> <li>- Grundbegriffe u. Merkmale des Absatzes</li> <li>- Paradigmenwechsel im Marketing und Marketing als Managementaufgabe</li> <li>- Marktabgrenzung, Marktteilnehmer u. Marktprozesse</li> <li>- Kunden- und Wettbewerbsanalyse</li> <li>- Marketing-Mix</li> <li>- Markenmanagement</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangspo					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Tim Eberhardt, Prof. Dr. Susanne Hohmann					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Susanne Hohmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Literatur: Bloech, J. et al: (2014): Einführung in die Produktion, 7. Auflage, Springer, Berlin, Heidelberg, New York. Corsten, H.; Gössinger, R.: (2016) Produktionswirtschaft, 14. Auflage, Oldenbourg, München. Kluck, D.: (2008): Materialwirtschaft und Logistik, 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. Oeldorf, G.; Olfert, K.: (2018): Material-Logistik, 14. Auflage, Kiehl, München. Steven, M.; Kistner, K.-P.: (2001): Produktionsplanung, 3. Auflage, Physica, Heidelberg. Wannenwetsch, H. (2014): Integrierte Materialwirtschaft und Logistik, 5. Auflage, Springer, Berlin, Heidelberg, New York. Meffert, H.; Burmann, Ch.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Aufl., Springer Gabler, 2018. Bruhn, M.: Marketing, Grundlagen für Studium und Praxis, Springer Gabler, 2014. Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L.; Piercy, N.: Grundlagen des Marketing, 6. Aufl., Pearson, 2016. Esch, F.-R.; Herrmann, A.; Sattler, H.: Marketing – Eine managementorientierte Einführung, 5. Aufl., Vahlen, 2017.					

<b>Betriebswirtschaftslehre III – Finanzwirtschaft und Personalwirtschaft</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1035	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3. / Dualer SG 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> - Investition und Finanzierung (2 SWS) - Personalwesen (2 SWS )			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppen- größe:</b> 50 -70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden verfügen über vertiefte inhaltliche und methodische Kenntnisse im Bereich der Finanzwirtschaft und der Personalwirtschaft. Sie kennen das finanzwirtschaftliche Zielsystem und dessen Messkonzepte. Die für die Praxis wichtigsten Methoden der dynamischen und statischen Investitionsrechnung können die Studierenden anwenden. Sie kennen die Systematik und Formen der Finanzplanung sowie Alternativen der Kapitalbeschaffung. Die Kostendeterminanten der Kapitalformen können die Studierenden erläutern und die Finanzierungskosten bei einfachen Finanzierungsformen ermitteln. Sie können die Zusammenhänge zwischen Investitions- und Finanzierungsentscheidungen aufzeigen und erläutern. Die Studierenden verfügen über Grundkenntnisse der Personalwirtschaft. Sie erkennen die Bedeutung des Personalwesens in der heutigen Zeit und lernen dabei die wesentlichen Entscheidungsfelder (Personalbeschaffung, -einsatz, -erhaltung, -entwicklung und -freistellung) kennen. Darüber hinaus werden Aspekte der Personalorganisation behandelt.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Finanzwirtschaftliche Ziele und deren Messung</li> <li>▪ Methoden der statischen und dynamischen Investitionsrechnung</li> <li>▪ Finanzplanung und Finanzierungsformen</li> <li>▪ Eigenkapital- und Fremdkapitalbeschaffung</li> <li>▪ Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung</li>   <li>▪ Ziele und Grundlagen des betrieblichen Personalwesens</li> <li>▪ Personalplanung</li> <li>▪ Personalorganisation</li> <li>▪ Entscheidungsfelder der Personalwirtschaft</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristische Veranstaltung, Selbststudienelemente in Moodle					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur und optionales Online-Testat (bis 10% Bonus)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangspo					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. K. Kampmann, Prof. Dr. Ulrich Breilmann					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. K. Kampmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Bröckermann: Personalwirtschaft, 8. Aufl., Stuttgart 2021. Olfert, Klaus: Personalwirtschaft, 17. Aufl., Herne 2019. Becker, H. P.; Peppmeier, A.: Investition und Finanzierung – Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, 8. Aufl., Wiesbaden 2018. (ebook WHS Bibliothek) Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition, 4. Aufl. Berlin, Boston 2018. (ebook WHS Bibliothek) Schierenbeck, H.; Wöhle, C.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl., München 2016. Thommen, J.-P.; Achleitner, A.-K. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 9. Aufl., Wiesbaden 2020.					

<b>Externes Rechnungswesen</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1041	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundlagen des Externen Rechnungswesens (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden sind in der Lage, die grundlegenden Buchungen eines Unternehmens abbilden zu können, die buchhalterischen Besonderheiten eines produzierenden Unternehmens zu erfassen und beherrschen zudem die vorbereitenden Abschlussbuchungen. Im Rahmen der Bilanzierung kennen die Studierenden die relevanten gesetzlichen Grundlagen (HGB) sowie die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung. Bezüglich der Bilanzierungsfähigkeit sind die Unterschiede von materiellen und immateriellen Vermögensgegenständen bekannt und es wird die Bilanzbewertung methodisch und in Anwendungsfällen beherrscht. Die Studierenden sind mit den Gestaltungsmöglichkeiten der Gewinn- und Verlustrechnung und des Leasing vertraut und kennen die Besonderheiten des Anhangs im Jahresabschluss bzw. des Lageberichts.			<b>Inhalte:</b> <u>Buchführung</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bilanz als Ausgangspunkt der doppelten Buchführung</li> <li>- Buchung erfolgswirksamer Geschäftsvorfälle</li> <li>- Spezifische Buchungen in einem Produktionsbetrieb</li> <li>- Vorbereitende Abschlussbuchungen</li> </ul> <u>Bilanzierung</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der handelsrechtlichen Rechnungslegung (Gesetzliche Grundlagen/GoB's)</li> <li>- Bilanzansatz (Bilanzierungsfähigkeit)</li> <li>- Bilanzbewertung (Erstbewertung/Folgebewertung)</li> <li>- Gestaltungsmöglichkeiten der GuV</li> <li>- Leasing</li> <li>- Anhang, Lagebericht</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Julia Lackmann					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Julia Lackmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Veranstaltungsbegleitende Studienunterlagen Grundlagenlektüre: Buchholz, Rainer: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, 8. Aufl., München 2013. Engelhart, Werner H. / Raffée, Hans / Wischermann, Barbara: Grundzüge der doppelten Buchhaltung, 8. Aufl., Wiesbaden 2010. Harms, Jens E. / Marx, Franz Jürgen: Bilanzrecht in Fällen, 13. Aufl., Herne 2017. Quick, Reiner / Woltz, Matthias: Bilanzierung in Fällen, 6. Aufl., Stuttgart 2016.  Ergänzende Literatur je nach Bedarf.					

<b>Internes Rechnungswesen</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1042	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3. / Dualer SG 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundlagen des Internen Rechnungswesens (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können die abweichenden Aufgabenstellungen des Externen und Internen Rechnungswesens erläutern und den unterstützenden Beitrag des Internen Rechnungswesens für die Führungsaufgaben des Managements begründen. Daneben werden seitens der Studierenden die verschiedenen Kostenbegriffe beherrscht und sie können die im Rechnungswesen eingesetzten unterschiedlichen Rechengrößen sicher abgrenzen. Aufgrund eines umfassenden Kostenverständnisses ist eine Einordnung der Zurechenbarkeit und Variabilität von Kosten möglich und elementare Kostenverläufe können erläutert werden. Die elementaren Teilsysteme der Kostenrechnung (Kostenarten-, Kostenträger- und Kostenstellenrechnung) sind bezüglich des methodischen Aufbaus bekannt und können auch im Rahmen von praktischen Anwendungen sicher eingesetzt werden.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unterscheidung Kosten / Erlöse, Aufwand / Ertrag, Einzahlung / Auszahlung, Einnahmen / Ausgaben</li> <li>- Zurechenbarkeit und Variabilität von Kosten</li> <li>- Elementare Kostenverläufe</li> <li>- Kostenarten incl. kalkulatorische Kosten</li> <li>- Kostenstellenrechnung</li> <li>- Kostenträgerrechnung (Stückrechnung / Zeitrechnung)</li> <li>- Verfahren der Periodenerfolgsrechnung (Gesamtkosten- / Umsatzkostenverfahren)</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Ilka Weich					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Ilka Weich					
<b>Sonstige Informationen:</b> Veranstaltungsbegleitende Studienunterlagen Grundlagenlektüre: Coenberg, Adolf G. / Fischer, Thomas M. / Günther, Thomas: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., München 2016. Freidank, Carl-Christian / Fischbach, Sven: Übungen zur Kostenrechnung, 8. Aufl., München 2020. Friedl, Gunther / Hofmann, Christian / Pedell, Burkhardt: Kostenrechnung, 3. Aufl., München 2017.  Ergänzende Literatur je nach Bedarf.					

<b>Volkswirtschaftslehre I – Mikroökonomie</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1051	<b>Workload:</b> 180 h	<b>Credits:</b> 6	<b>Studiensemester:</b> 1. / Dualer SG 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Mikroökonomie (4 SWS), Tutorium zur Mikroökonomie (1 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 90 h	<b>Selbststudium:</b> 90 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind mit Grundbegriffen und grundlegenden Methoden der einzelwirtschaftlichen Analyse vertraut,</li> <li>- kennen einfache ökonomische Modelle und können Möglichkeiten und Grenzen solcher Modelle beurteilen.</li> <li>- verstehen die Funktionsweise der Marktsteuerung unter Wettbewerbsbedingungen und können unternehmerische Markt- und Wettbewerbsstrategien beurteilen.</li> <li>- erläutern Notwendigkeit und Aspekte staatlicher Ordnungs- und Wettbewerbspolitik.</li> <li>- arbeiten eigenständig Lehrveranstaltungen anhand von Literatur nach und bereiten Prüfungen vor.</li> <li>- In den begleitenden Tutorien werden Aufgaben in Kleingruppen bearbeitet und Techniken der Vor- und Nachbereitung eingeübt sowie die Team- und Kooperationsfähigkeit der Teilnehmer*innen gefördert.</li> <li>- Durch den seminaristischen Unterricht wird die aktive Teilnahme am fachlichen Diskurs geübt. Die Fähigkeit, Ideen und Einstellungen überzeugend darzustellen, wird gefordert und gefördert.</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundbegriffe der Volkswirtschaftslehre</li> <li>- Einführung in die Theorie der Haushalte</li> <li>- Einführung in die Theorie der Unternehmen(Produktions-/Kostentheorie)</li> <li>- Preisbildung auf Märkten</li> <li>- Grenzen der marktwirtschaftlichen Steuerung und Rolle des Staates</li> <li>- Wettbewerbspolitik</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht und Übung					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Julia Stauf, Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Julia Stauf					
<b>Sonstige Informationen:</b> Literatur: Kampmann, R.; Walter, J.: Mikroökonomie: Markt, Wirtschaftsordnung, Wettbewerb, München 2010. Baßeler, U.; Heinrich, J.; Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Aufl., Stuttgart 2010. In den Tutorien werden die Studierenden zum eigenständigen Umgang mit Literatur und zur eigenständigen Prüfungsvorbereitung angeleitet.					



<b>Economics I - Microeconomics</b>					
<b>Module number:</b> IN 1451/ B 1051	<b>Workload:</b> 180 h	<b>Credits:</b> 6	<b>Semester:</b> 1. / Dualer SG 3.	<b>Frequency:</b> Winter	<b>Length:</b> 1 semester
<b>Courses:</b> Lecture Microeconomics (4 SWS), Tutorial Microeconomics (1 SWS)			<b>Contact hours:</b> 90 h	<b>Self-study:</b> 90 h	<b>Group size:</b> 50-70
<b>Learning outcomes/competencies:</b> Students <ul style="list-style-type: none"> <li>- are familiar with basic concepts and basic methods of microeconomic analysis</li> <li>- know simple economic models and are able to assess the capabilities and limitations of such models</li> <li>- understand the functioning of market control under competitive conditions</li> <li>- can evaluate entrepreneurial market and competition strategies</li> <li>- can explain the necessity and aspects of governmental regulatory and competition policy</li> <li>- reinforce course contents independently based on literature, prepare exams</li> </ul> <p>In the accompanying tutorials, students work on tasks in small groups, practice preparation and follow-up techniques, and develop their teamwork and cooperation skills.</p> <p>The seminaristic teaching practices active participation in professional discourse. The ability to convincingly present ideas and attitudes is required and encouraged.</p>			<b>Content:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Basic concepts of economics</li> <li>- Introduction to the theory of households</li> <li>- Introduction to the theory of firms (production theory, cost theory)</li> <li>- Price formation in markets</li> <li>- Limits of market systems and role of the state</li> <li>- Competition policy</li> </ul>		
<b>Teaching methods:</b> Lecture, tutorial					
<b>Prerequisites for participation:</b> None					
<b>Forms of assessment:</b> Written exam					
<b>Prerequisites for awarding credits:</b> Passed exam					
<b>Portion of grade for final grade:</b> regulated in the respective StudiengangsPO					
<b>Assignment of the module to study programs:</b> Wirtschaft (BA), International Business Studies (BA)					
<b>Lecturers:</b> Prof. Dr. Julia Stauf, Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Module coordinator:</b> Prof. Dr. Johann Walter					

<b>Volkswirtschaftslehre II – Makroökonomie</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1052	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2. / Dualer SG 4.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Makroökonomie (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden - beherrschen grundlegende Begriffe zur Beschreibung des Wirtschaftsprozesses (VGR). - verstehen Kreislaufzusammenhänge sowie Wechselwirkungen zwischen gesamtwirtschaftlichen Größen. - unterscheiden makroökonomische Modelle und ihre Voraussetzungen zur Erklärung von Wachstum, Arbeitslosigkeit und Inflation. - erkennen grundsätzlich die Bedeutung und die Wirkungen außenwirtschaftlicher Verflechtungen für die inländische Wirtschaftsentwicklung. - In kontroversen Diskussionen aktueller Fragestellungen wird die Leistungsfähigkeit verschiedener makroökonomischer Modelle infrage gestellt und so die Bereitschaft und Fähigkeit zu einer eigenständigen kritischen Auseinandersetzung mit den Lehrinhalten vermittelt.			<b>Inhalte:</b> - Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - Langfristige Analyse - Kurzfristige Analyse - Grundlagen der außenwirtschaftlichen Verflechtung		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Julia Stauf, Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Julia Stauf					
<b>Sonstige Informationen:</b> Kampmann, R., Walter, J., Makroökonomie: Wachstum, Beschäftigung, Außenwirtschaft, München 2010. Baßeler, H., Heinrich, J., Utecht, B., Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. überarb. Aufl., Stuttgart 2010.					

<b>Economics II - Macroeconomics</b>					
<b>Module number:</b> IN 1452/ B 1052	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Semester:</b> 2. / Dualer SG 4.	<b>Frequency:</b> Summer	<b>Length:</b> 1 semester
<b>Courses:</b> Lecture Macroeconomics (4 SWS)			<b>Contact hours:</b> 72 h	<b>Self-study:</b> 78 h	<b>Group size:</b> 50-70
<b>Learning outcomes/competencies:</b>  Students <ul style="list-style-type: none"> <li>- know basic terms for describing the economic process (national accounts)</li> <li>- understand circular flow relationships and interactions between macroeconomic variables</li> <li>- distinguish between macroeconomic models and their prerequisites for explaining growth, unemployment, and inflation</li> <li>- recognize the importance and effects of external economic interdependencies and foreign trade for domestic economic development</li> </ul> <p>In controversial discussions of current issues, the performance of various macroeconomic models is questioned, fostering students' willingness and ability to engage in an independent critical examination of the course content.</p>			<b>Content:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- National accounts</li> <li>- Long-term analysis</li> <li>- Short-term analysis</li> <li>- Fundamentals of external economic integration</li> </ul>		
<b>Teaching methods:</b> Lecture					
<b>Prerequisites for participation:</b> None					
<b>Forms of assessment:</b> Written exam					
<b>Prerequisites for awarding credits:</b> Passed exam					
<b>Portion of grade for final grade:</b> regulated in the respective StudiengangsPO					
<b>Assignment of the module to study programs:</b> Wirtschaft (BA), International Business Studies (BA)					
<b>Lecturers:</b> Prof. Dr. Julia Stauf, Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Module coordinator:</b> Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Further information:</b>  <b>Literature used:</b> Kampmann, R., Walter, J., Makroökonomie: Wachstum, Beschäftigung, Außenwirtschaft, München 2010 Baßeler, H., Heinrich, J., Utecht, B., Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. überarb. Aufl., Stuttgart 2010					

<b>Volkswirtschaftslehre III – Wirtschaftspolitik</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1053	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3. / Dualer SG 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Wirtschaftspolitik (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden			<b>Inhalte:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen Ziele und generelle Probleme staatlicher Maßnahmen zur kurz- und langfristigen Gestaltung der Wirtschaftsentwicklung</li> <li>- können verschiedene Konzeptionen wirtschaftspolitischer Gestaltung unterscheiden</li> <li>- ordnen verschiedene wirtschaftspolitische Maßnahmen unterschiedlichen Handlungsfeldern zu</li> <li>- sind mit möglichen Wirkungen ausgewählter Instrumente zur Erreichung wirtschaftspolitischer Ziele vertraut</li> <li>- beschreiben Richtung und Wirkungen internationaler Verflechtungen und verstehen die Bedeutung internationaler Aspekte für die inländische Wirtschaftsentwicklung</li> <li>- Aktuelle Fachthemen werden kontrovers diskutiert, traditionelle Überzeugungen infrage gestellt und so die Bereitschaft und Fähigkeit zu einer eigenständigen kritischen Auseinandersetzung mit den Lehrinhalten vermittelt.</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Theorie der Wirtschaftspolitik (Akteure, Ziele, Grenzen)</li> <li>- Finanzpolitik</li> <li>- Geldpolitik</li> <li>- Wachstums- und Strukturpolitik</li> <li>- Stabilitätspolitik</li> <li>- Verteilungs- und Sozialpolitik</li> <li>- Außenwirtschaftspolitik</li> <li>- Europäische Union als Integrationsraum</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Julia Stauf, Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Sonstige Informationen:</b> Literaturempfehlung: Kampmann, R., Walter, J., Makroökonomie: Wachstum, Beschäftigung, Außenwirtschaft, München 2010. Fredebeul-Krein, M. u.a. Grundalgen der Wirtschaftspolitik, 4.Aufl., Stuttgart 2014. Kampmann, R., Walter, J., Angewandte Wirtschaftspolitik. Berlin 2019. Besonderheit: Vortrag externer Referenten zu aktuellen Problemen der Wirtschaftspolitik Verknüpfende Behandlung nationaler und internationaler Aspekte					

<b>Economics III - Economic Policy</b>					
<b>Module number:</b> IN 1453/ B 1053	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Semester:</b> 3	<b>Frequency:</b> WS	<b>Length:</b> 1 Semester
<b>Course:</b> Economic Policy (4 SWS)			<b>Contact hours:</b> 72h	<b>Self-study:</b> 78h	<b>Group size:</b> 10-20
<b>Learning outcomes / Competence:</b> Students					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- know about goals and problems of economic policy measures</li> <li>- can distinguish between different concepts of economic policy</li> <li>- can explain economic policy measures in different fields of action</li> <li>- know about relevant effects and side effects of selected instruments of economic policy</li> <li>- know about the nature, direction and effects of international economic integration and about the relevance of international aspects for the (national) economic development</li> </ul>					
<b>Contents:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Theory of economic policy (agents, goals, limitations)</li> <li>- Public finance (financial policy)</li> <li>- Monetary Policy</li> <li>- Growth- and structural policy</li> <li>- Stabilization policy</li> <li>- Redistribution and Social Policy</li> <li>- International economic policy (especially: trade policy and policy with respect to exchange rates)</li> <li>- European Union as a zone of Integration</li> </ul>					
<b>Teaching methods:</b> Lecture					
<b>Prerequisite for participation:</b> None. Knowledge in microeconomic and macroeconomic theory is, however, helpful.					
<b>Form(s) of assessment:</b> Exam					
<b>Prerequisite for awarding credits:</b> Passed exam					
<b>Portion of grade for final grade:</b> regulated in the respective StudiengangsPO					
<b>Use of module (study course):</b> International Business Studies (BA), Wirtschaft (BA)					
<b>Lecturer responsible:</b> Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Other information:</b> Literature: Benassy-Quere, A./Coere, B./Jacquet, P./Pisani-Ferry, J.: Economic Policy, Theory and Practice, Oxford University Press, 2010. Parkin, M., Powell, M., Matthews, K.: Economics, 9 <sup>th</sup> edition, London 2014. Kampmann, R., Walter, J. Makroökonomie: Wachstum, Beschäftigung, Außenwirtschaft, München 2010. Kampmann, R., Walter, J., Angewandte Wirtschaftspolitik. Berlin 2019. Special feature: Integration of national and international aspects					

<b>Wirtschaftsinformatik I</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1061	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundlagen der Wirtschaftsinformatik (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können die Einsatzpotentiale von Informationstechnologien in Unternehmen beurteilen und verstehen insbesondere Vor- und Nachteile der jeweiligen Technologien. Sie kennen viele Grundbegriffe der Informationstechnologie und können diese in der betrieblichen Praxis verstehen. Die Studierenden können das Internet strukturiert nach aktuellen Informationen durchsuchen und diese Informationen in kleinen Präsentationen aufarbeiten. Die Studierenden können verstehen, wie in der Praxis betriebswirtschaftliche Probleme durch Individualsoftware gelöst werden. Die Studierenden können mit einem Tabellenkalkulationsprogramm betriebswirtschaftliche Probleme lösen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundbegriffe der Informatik und Wirtschaftsinformatik</li> <li>- Digitalisierung von Informationen</li> <li>- Funktionsweise einer von-Neumann-Architektur</li> <li>- Grundbegriffe der Kommunikationstechnik und der Kommunikationsdienste und -protokolle</li> <li>- Grundbegriffe der Softwareerstellung mit Programmieraufgaben in Visual Basic</li> <li>- Grundbegriffe der Standardsoftware mit Aufgaben aus dem kaufmännischen Alltag in MS Excel</li> <li>- Grundlagen verschiedener Systemtypen (Hardware, Betriebssysteme, Anwendungssysteme)</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Übungen / Recherchen zur Vertiefung der gelernten Inhalte Übungen mit Aufgaben zur selbständigen Erarbeitung und Vertiefung der relevanten Inhalte					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Stahlknecht, P.; Hasenkamp, U.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, 11. Aufl., Berlin 2005. Stahlknecht, P.; Hasenkamp, U.: Arbeitsbuch Wirtschaftsinformatik, 4. Aufl., Berlin 2005. Hansen, Neumann: Wirtschaftsinformatik 2, 9. Aufl., Stuttgart u.a. 2005. Kämper, S.: Grundkurs Programmieren mit Visual Basic, 3. Aufl., Wiesbaden 2009. RRZN-Handbuch: Excel Grundlagen  Realisierung des Selbststudiums durch Bearbeitung von bereitgestellten Wochenaufgaben deren Lösungen im Unterricht besprochen werden.					

<b>Wirtschaftsinformatik II</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1062	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Geschäftsprozesse und betriebswirtschaftliche Anwendungssysteme (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können durch Einsatz einer geeigneten Modellierungsmethode betriebswirtschaftliche Abläufe modellieren. Die Studierenden können das zu diesem Zeitpunkt vorhandene betriebswirtschaftliche Wissen mit den Einsatzpotentialen betriebswirtschaftlicher Anwendungssysteme abgleichen. Die Studierenden können operative betriebswirtschaftliche Prozesse durch Einsatz von betriebswirtschaftlichen Anwendungssystemen konkret bearbeiten (sehr wichtig für die Praktikumsphase und den späteren Berufseintritt). Die Studierenden können im Rahmen von Softwareeinführungen mitwirken und beherrschen Methoden zu ausgewählten Aktivitäten solcher Projekte. Sie sind in der Lage aufgrund der gemachten Erfahrungen mit der SAP ERP Software auch andere Softwarepakete zu verstehen und einzuschätzen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen betriebswirtschaftlicher Anwendungssysteme</li> <li>- Theoretische Grundlagen der Geschäftsprozessmodellierung (ARIS-Methodik)</li> <li>- Fallstudien/Übungen zur Geschäftsprozessmodellierung</li> <li>- Bearbeitung betriebswirtschaftlicher Prozesse der Logistik mit SAP ERP</li> <li>- Bearbeitung betriebswirtschaftlicher Prozesse des Rechnungswesens mit SAP ERP</li> <li>- Bearbeitung betriebswirtschaftlicher Prozesse des Personalwesens mit SAP ERP</li> <li>- Einführung betriebswirtschaftlicher Anwendungssysteme (ASAP-Modell)</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Übungsaufgaben für die Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Schneider, Schnetkamp: E-markets, Gabler 2000. Fink et al.: SAP R/3. Rororo 2001. Laroque, Philippi: SAP R/3 Materialwirtschaft. Addison-Wesley 2001. Übungssoftware - SAP-ERP-Mandant mit Fallstudien und Übungsaufgaben, SAP-ERP-Unterlagen Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, 8. Aufl., Springer, Wiesbaden 2017. Zehnder, C.-A.: Informationssysteme und Datenbanken, Hochsch.-Verl., Zürich 1995.  Realisierung des Selbststudiums durch Bearbeitung von bereitgestellten Wochenaufgaben deren Lösungen im Unterricht besprochen werden.					

<b>Wirtschaftsmathematik</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1071	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Wirtschaftsmathematik (4SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden ... - ... kennen verschiedene mathematische Methoden und Lösungskonzepte und können diese selbstständig anwenden. - ... verfügen über Grundkenntnisse der mathematischen Modellbildung. - ... können wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen in mathematische Formulierungen und Aussagen übertragen. - ... sind in der Lage betriebswirtschaftliche Probleme mit Hilfe mathematischer Methoden selbstständig zu bearbeiten und zu lösen. - ... können die Ergebnisse mathematischer Berechnungen ökonomisch interpretieren.			<b>Inhalte:</b> - Mathematische Grundlagen - Analysis - Lineare Algebra		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Anke Simon					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Anke Simon					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vorlesungsunterlagen bzw. -präsentation Ergänzende Literatur: Arrenberg; Wirtschaftsmathematik für Bachelor; 6. Auflage; UVK Verlagsgesellschaft mbH 2020. Salomon, Poguntke; Wirtschaftsmathematik; 2. Auflage; Fortis Verlag 2001. Tietze; Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik; 18. Auflage; Vieweg Verlag 2019.  Verbindungen zu anderen Lehrveranstaltungen: Wirtschaftsmathematische Kenntnisse sind eine Voraussetzung für das Verständnis wirtschaftswissenschaftlicher Fachliteratur und Lehrveranstaltungen; sie bilden die Grundlage für die vielfältigen Modellierungsansätze zur Lösung ökonomischer Probleme.					



<b>Wirtschaftsstatistik</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1072	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3. / Dualer SG 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Wirtschaftsstatistik (4SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden ... - ... kennen verschiedene statistische Methoden und Analysekonzepte und können diese selbstständig anwenden. - ... können eine Vielzahl von Datensätzen so komprimieren und darstellen, dass sie überschaubar werden. - ... sind in der Lage die Daten anhand statistischer Kennzahlen zu interpretieren. - ... können die mit einer empirischen Untersuchung verbundenen Unsicherheiten mit Hilfe der Methoden der schließenden Statistik beurteilen und kontrollieren. - ... können die Ergebnisse von statistischen Auswertungen und Analysen ökonomisch interpretieren.			<b>Inhalte:</b> - Statistische Grundbegriffe - Deskriptive Statistik - Wahrscheinlichkeitstheorie und schließende Statistik		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Anke Simon					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Anke Simon					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vorlesungsunterlagen bzw. -präsentation Ergänzende Literatur: Bourier; Beschreibende Statistik; 13. Auflage; Springer Gabler Verlag 2018. Bourier; Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließende Statistik; 9. Auflage; Springer Gabler Verlag 2019. Pinnekamp, Siegmann; Deskriptive Statistik; 5. Auflage Oldenburg Verlag 2008. Wewel; Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL; 4. Auflage, Pearson Studium 2019.  Verbindungen zu anderen Lehrveranstaltungen: Grundlegende statistische Kenntnisse sind die Voraussetzung für das Verständnis empirischer Wissenschaften.					

<b>Business Statistics</b>					
<b>Module number:</b> IN 1472/ B 1072	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Semester:</b> 3 <sup>rd</sup> semester	<b>Frequency:</b> WS	<b>Length:</b> 1 semester
<b>Course:</b> Business Statistics (4 SWS)			<b>Contact hours:</b> 72 h	<b>Self-study:</b> 78 h	<b>Group size:</b> 50 – 70
<b>Learning outcomes / Competence:</b> Students ...					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... know different statistical methods and analysis concepts and can apply them independently.</li> <li>- ... are able to compress and present variety of data sets, so that they become manageable.</li> <li>- ... are capable to interpret data by using statistical measures.</li> <li>- ... are able to assess and control the related uncertainties of an empirical study by using the methods of statistical inference.</li> <li>- ... know how to interpret the results of statistical evaluations and analysis economically.</li> </ul>					
<b>Contents:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- statistical basics</li> <li>- descriptive statistics</li> <li>- probability theory and inductive statistics</li> </ul>					
<b>Teaching methods:</b>					
lecture, exercises, class discussion					
<b>Prerequisite for participation:</b>					
none					
<b>Form(s) of assessment:</b>					
exam					
<b>Prerequisite for awarding credits:</b>					
passed exam					
<b>Portion of grade for final grade:</b>					
regulated in the respective StudiengangsPO					
<b>Use of module (study course):</b> Bachelor International Business Studies					
<b>Lecturer responsible:</b>					
Prof. Dr. Anke Simon					
<b>Other information:</b>					
Lecture notes					
Additional literature:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anderson, Freeman Shoemith, Sweeny, Williams; Statistics for business and economics; 2nd Edition; Cengage Learning 2010.</li> <li>- Black; Applied business statistics; 7th Edition; John Wiley and Sons 2013.</li> <li>- Bowerman, O'Connell, Murphree; Business statistics in practice; 6th Edition; McGraw-Hill 2011.</li> <li>- Francis, Mousley; Business mathematics and statistics; 7th Edition; Cengage Learning 2014.</li> <li>- Fry, Groebner, Shannon, Smith; Business statistics; 8th Edition; Pearson 2011.</li> </ul>					
Connections to other courses:					
Basic statistical knowledge is a prerequisite for the understanding of empirical science.					

<b>Wissenschaftliche Lern- und Arbeitstechniken</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1081	<b>Workload:</b> 90 h	<b>Credits:</b> 3	<b>Studiensemester:</b> 1. / Dualer SG 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Wissenschaftliche Lern- u. Arbeitstechniken (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 36 h	<b>Selbststudium:</b> 54 h	<b>Gruppengröße:</b> 25 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Von den Schlüsselkompetenzen (Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenz) zielt das Modul „Wissenschaftliche Lern- und Arbeitstechniken“ vor allem auf die Methodenkompetenz der Studierenden. Methodenkompetenz erlernen Studierende in Form von Lern- und Problemlösungstechniken. Sie machen sich zudem vertraut mit Techniken des Wissenserwerbs und der Wissensweitergabe, z.B. der Suche und Nutzung von Informationen, Textanalysen sowie dem Medieneinsatz bei Präsentationen. In Verbindung mit der Methodenkompetenz arbeiten Studierende an ihrer Selbstkompetenz, d.h. sie können sich und ihr Studium organisieren und wissen, wie Techniken des Zeitmanagements und der Arbeitsorganisation einzusetzen sind. Durch das Vortragen von Arbeitsergebnissen und Diskussionen mit anderen Studierenden und Lehrenden verbessern die Studierenden ihre Soziale Kompetenz, u.a. ihre Kommunikations- und Kritikfähigkeit.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Organisation: Selbstorientierung, Eigenverantwortung, Leistungsbereitschaft, Zeitplanung, Effizientes Arbeiten, Arbeitsplatz, Arbeitsmittel</li> <li>– Individuallernen und Lernen in der Gruppe: Lernfähigkeiten, Lernmotivation, Lernerfolg, Kreativitäts- und Problemlösungstechniken, Gruppenarbeit, Umgang mit Leistungsdruck, Stress und Konflikten</li> <li>– Literaturbeschaffung und -verarbeitung: Suche, Bewertung und Nutzung von Informationsquellen / Medien, Lesetechniken, Textanalyse und Textverdichtung</li> <li>– Präsentation und Medieneinsatz: Vortragen / Wortbeitrag, Visualisieren, Medieneinsatz</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltungen mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Übungsaufgaben					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bearbeitung von Übungsaufgaben / Gruppenarbeiten					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> entfällt, da keine Benotung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*:</b> Prof. Dr. Alfred Spielkamp, Prof. Dres.					
<b>Modulverantwortliche*:</b> Prof. Dr. Alfred Spielkamp					
<b>Sonstige Informationen:</b> <b>ohne Benotung</b> Einstiegsliteratur: Heister, W. (2009), Studieren mit Erfolg: Effizientes Lernen und Selbstmanagement, 2. Aufl., Schäffer Poeschel, Stuttgart. Lehner, M. (2018), Viel Stoff – schnell gelernt. Prüfungen optimal vorbereiten, 2. Aufl., UTB Haupt, Berne. Spoun, S. und D.B. Domnik (2011), Erfolgreich studieren, Pearson Studium, 2. Aufl., München. Stickel-Wolf, C. und Wolf, J. (2022), Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, 10. Aufl., Gabler, Wiesbaden. Theisen, M. (2021), Wissenschaftliches Arbeiten, 18. Auflage, Vahlen, München.					

<b>Wissenschaftliche Texterstellung</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1082	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Wissenschaftliche Texterstellung (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 36 h	<b>Selbststudium:</b> 114 h	<b>Gruppengröße:</b> 20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Studierenden sind mit den einzelnen Schritten der „Wissenschaftlichen Texterstellung“ vertraut und auch in der Lage, sich selbst dabei zu organisieren.</li> <li>– Sie verfassen individuell zu einem fachlichen Schwerpunkt eine Hausarbeit und üben durch die regelmäßige Vorstellung von Arbeitsergebnissen, auf angemessenem fachlichem wie sprachlichem Niveau zu kommunizieren.</li> <li>– Die Studierenden beherrschen neben den formalen Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit die Recherche und Verarbeitung wissenschaftlicher Quellen. Durch die Auseinandersetzung mit den verschiedenen Medien sind sie in der Lage, die Qualität von Informationen zu bewerten und verbessern ihre Reflexionsfähigkeit.</li> <li>– Sie können einen Themenkomplex strukturieren, beherrschen Fachtermini, verbinden Lehrinhalte mit theoretischen Konzepten und lernen im fachlichen Kontext in schriftlicher Form zu argumentieren.</li> <li>– Der Werkstattcharakter des Moduls ermöglicht den Studierenden in zeitlichen Abständen eine Überprüfung des Lernfortschritts und eine Anpassung der individuellen Arbeitsweise.</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <p>Durch den seminaristischen Unterricht wird die aktive Teilnahme am fachlichen Diskurs beständig geübt. Im Mittelpunkt stehen die folgenden fachbezogenen und methodischen Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Arbeits- und Zeitplanung: Phasen der Erstellung eines wissenschaftlichen Textes</li> <li>– Themenanalyse, Formulierung von Fragen bzw. Hypothesen, methodische Vorgehensweise</li> <li>– Strukturierung: Ideen ordnen, Schwerpunkte setzen, Gliederungsmodelle</li> <li>– Recherche, Bewertung und Nutzung von Informationsquellen</li> <li>– Literaturverarbeitung: Literaturlauswertung und Zitierweise</li> <li>– Texterstellung: Roter Faden, Argumentation, Sachlogik, Sprachlogik, Schreibstil</li> <li>– Formalia: Layout, Verzeichnisse, Rechtschreibung, Grammatik</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Hausarbeit					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Hausarbeit					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangspo					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Prof. Dr. Alfred Spielkamp, Prof. Dres.					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Alfred Spielkamp					
<b>Sonstige Informationen:</b> Berger-Grabner, D.: Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, 3. Aufl., Wiesbaden 2016. Esselborn-Krumbiegel, H.: Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben, 5. Aufl., Schöningh, Paderborn u. a, 2017. Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht, 9. Aufl., Bern 2021. Stickel-Wolf, C. und Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, 9. Aufl., Gabler, Wiesbaden, 2019. Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten, 18. Auflage, Vahlen, München, 2021. Träger, T.: Zitieren 2.0, 3. Aufl., München, 2022.					

<b>Wirtschaftsenglisch I</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1090	<b>Workload:</b> 150h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2. / Dualer SG 4. (Wirtschaft, Digital Business und IT Management) 1. (International Business Studies) 3. (Wirtschaftspsychologie)	<b>Häufigkeit:</b> SoSe und WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Wirtschaftsenglisch I (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 60h	<b>Selbststudium:</b> 90h	<b>Gruppengröße:</b> 20 – 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der englischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente			<b>Inhalte:</b> – Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden; – Anleitung zur selbständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen – Schwerpunkte u. a.: o company structure, o International trade, o Marketing, o The business cycle.		
<b>Lehrformen:</b> seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium; fachspezifische E-Learning-Angebote des Sprachenzentrums (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums).					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> formal: keine Inhaltlich: fortgeschrittene Englischkenntnisse, die der Hochschulzugangsberechtigung entsprechen; ggf. Teilnahme am „English Support Programme“					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur, 120 Minuten					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur (mind. 4,0)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Sprachenzentrum, Dr. Tobias Budke; Dr. Thorsten Winkelrath; Birgit Gebben et al.					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Sprachenzentrum Dr. Petra Iking (Leiterin des Sprachenzentrums)					
<b>Sonstige Informationen:</b> – Seminarflankierend bietet das Multimedia-Labor des Sprachenzentrums ein individualisiertes, interaktives digitales Lernangebot zur intensiven Aufarbeitung von Lerndefiziten (ESP). – Fachspezifische E-Learning-Angebote des Sprachenzentrums (angeleitetes Selbststudium, Exam Trainer ET, Fast Formula Trainer FFT). – Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im Multimedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums. <u>Literatur/Medien:</u>  <i>Coursebook:</i> – MacKenzie, Ian: English for Business Studies, Third Edition. Cambridge University Press, 2010, Klett-Verlag. ISBN 3-12-539890-0  <i>Dictionaries: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):</i> – <a href="https://www.merriam-webster.com/dictionary">https://www.merriam-webster.com/dictionary</a> – <a href="https://languages.oup.com">https://languages.oup.com</a>					

- <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>
- <http://dictionary.law.com/>
- <http://www.businessdictionary.com/>
- <https://www.leo.org>
- <https://www.linguee.de/>
- <https://de.pons.com/>
- <https://www.dict.cc/>
- <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/>
- <https://www.onelook.com>

*Diverse Fachwörterbücher, z.B.:*

- Clara Erika Dietl, Egon Lorenz, Wörterbuch für Recht, Wirtschaft und Politik, München: C.H. Beck, Deutsch-Englisch: 6. Auflage 2020 und Englisch-Deutsch: 7. Auflage 2016.
- Hamblock, D. / Wessels, D. (2008): Wörterbuch Wirtschaftsenglisch. Berlin: Cornelsen.
- Geisen, H. / Hamblock, D. (1997): Words for Business: Lernwörterbuch Wirtschaftsenglisch. Berlin: Cornelsen & Oxford.

*Business magazines / business sections of particular media: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):*

- <https://www.economist.com/>
- <https://www.theguardian.com/uk/business>
- <https://www.nytimes.com/section/business>
- <https://www.washingtonpost.com/business/>
- <https://www.thetimes.co.uk/>
- <https://www.irishtimes.com/business>
- <https://www.ft.com/>
- <https://www.bbc.com/news/business>

*Lernsoftware / Blended learning Module:*

- ET - Exam Trainer (Eigenentwicklung SPZ)
- FFT - Fast Formula Trainer (Eigenentwicklung SPZ)
- ESP - English Support Programme (Eigenentwicklung SPZ)
- various CALL-products

*Aktuelle Handouts während des Semesters*

<b>Wirtschaftsenglisch II</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1100	<b>Workload:</b> 150h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3. / Dualer SG 5. (Wirtschaft, Digital Business und IT Management) 2. (International Business Studies)	<b>Häufigkeit:</b> WS und SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Wirtschaftsenglisch II (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 60h	<b>Selbststudium:</b> 90h	<b>Gruppengröße:</b> 20 – 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der englischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden;</li> <li>– Vertiefendes selbständiges Erarbeiten und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen;</li> <li>– Schwerpunkte u. a.: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ bonds</li> <li>○ stocks and shares</li> <li>○ accounting and financial statements</li> <li>○ market structure and competition</li> <li>○ takeovers</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium; fachspezifische E-Learning-Angebote des Sprachenzentrums (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums).					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> formal: keine Inhaltlich: fortgeschrittene Englischkenntnisse, die der Hochschulzugangsberechtigung entsprechen; ggf. Teilnahme am „English Support Programme“					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, International Business Studies und Digital Business und IT Management					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Sprachenzentrum, Dr. Tobias Budke; Dr. Thorsten Winkelrath; Birgit Gebben et al.					
<b>Modulverantwortliche*:</b> Sprachenzentrum, Dr. Petra Iking (Leiterin des Sprachenzentrums)					
<b>Sonstige Informationen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fachspezifische E-Learning-Angebote des Sprachenzentrums (angeleitetes Selbststudium, Exam Trainer ET).</li> <li>– Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im Multimedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.</li> </ul> <p><u>Literatur/Medien:</u> <i>Coursebook:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– MacKenzie, Ian: English for Business Studies, Third Edition. Cambridge University Press, 2010, Klett-Verlag. ISBN 3-12-539890-0</li> </ul> <p><i>Dictionaries: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <a href="https://www.merriam-webster.com/dictionary">https://www.merriam-webster.com/dictionary</a></li> <li>– <a href="https://languages.oup.com">https://languages.oup.com</a></li> <li>– <a href="https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english">https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english</a></li> <li>– <a href="https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/">https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/</a></li> </ul>					

- <http://dictionary.law.com/>
- <https://www.leo.org>
- <https://www.linguee.de/>
- <https://de.pons.com/>
- <https://www.dict.cc/>
- <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/>
- <https://www.onelook.com>

*Diverse Fachwörterbücher, z.B.:*

- Clara Erika Dietl, Egon Lorenz, Wörterbuch für Recht, Wirtschaft und Politik, München: C.H. Beck, Deutsch-Englisch: 6. Auflage 2020 und Englisch-Deutsch: 7. Auflage 2016.
- Hamblock, D. / Wessels, D. (2008): Wörterbuch Wirtschaftsenglisch. Berlin: Cornelsen.
- Geisen, H. / Hamblock, D. (1997): Words for Business: Lernwörterbuch Wirtschaftsenglisch. Berlin: Cornelsen & Oxford.

*Business magazines / business sections of particular media: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):*

- <https://www.economist.com/>
- <https://www.theguardian.com/uk/business>
- <https://www.nytimes.com/section/business>
- <https://www.washingtonpost.com/business/>
- <https://www.thetimes.co.uk/>
- <https://www.irishtimes.com/business>
- <https://www.ft.com/>
- <https://www.bbc.com/news/business>

*Lernsoftware / Blended learning Module:*

- ET - Exam Trainer (SPZ)
- various CALL-products

*Aktuelle Handouts während des Semesters*



<b>Wirtschaftsrecht</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1110	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Wirtschaftsrecht (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, Verträge anbahnen oder abwickeln zu können sowie gestaltend zwischen Gesellschaftsformen wählen zu können und von der Unternehmensgründung bis zur - Abwicklung die wesentlichen Formalien und Rechtsfragen kennen. Sie sollen die wesentlichen Grundgedanken der Regelungen des BGB, des HGB und anderer wirtschaftsrechtlicher Gesetze kennen und zur Anwendung bringen können. Parallel zur Stoffvermittlung wird die notwendige juristische Methodenkompetenz vermittelt und die spezifische Form der Darstellung von juristischen Sachverhalten und Fragestellungen erörtert. Durch den seminaristischen Unterricht wird die aktive Teilnahme am fachlichen Diskurs geübt. Die Fähigkeit, Ideen und Gedankengänge überzeugend und schlüssig darzustellen, wird gefordert und gefördert. Regelmäßige Überprüfung des Lernfortschritts durch die Bearbeitung kleiner Fälle ermöglicht den Studierenden, das eigene Lernverhalten zu reflektieren und aus Fehlern zu lernen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Vertragsrechts</li> <li>- Grundlagen des Kreditsicherungsrechts</li> <li>- Grundlagen der Unternehmens- und Produkthaftung</li> <li>- Grundlagen des Handelsrechts</li> <li>- Grundlagen des Gesellschaftsrechts</li> <li>- Grundlagen des Arbeitsrechts</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Stefan Mensler					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Stefan Mensler					
<b>Sonstige Informationen:</b> Es werden jeweils aktuelle Versionen des BGB, des HGB, des GmbHG und des AktG benötigt.					

<b>Betriebliche Steuerlehre</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1120	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3. / Dualer SG 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Betriebliche Steuerlehre (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende.
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können den Einfluss von Steuern auf betriebliche Entscheidungen erkennen und bewerten. Sie beherrschen die systematische Einordnung der verschiedenen Steuerarten und können für praktische Beispielfälle anhand der Gesetzesvorschriften die Steuerberechnung durchführen. Die Studierenden können für ausgewählte Fallgestaltungen steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten erarbeiten und die Zusammenhänge bzw. Wechselwirkungen zu Fragen des Rechnungswesens und des Rechts ableiten.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Überblick über das Steuersystem</li> <li>– Überblick über das Bewertungsrecht (Vermögensarten, Vermögenswerte, Erbschaftsteuer)</li> <li>– Überblick über die Verkehrssteuern (Grunderwerbsteuer, Umsatzsteuer)</li> <li>– Grundzüge der Einkommensteuer (Einkunftsarten, Einkommensermittlung, Steuerberechnung)</li> <li>– Grundzüge der Körperschaftsteuer (Einkommensermittlung, Steuerberechnung, Gewinnausschüttung)</li> <li>– Grundzüge der Gewerbesteuer (Ermittlung des Gewerbeertrags, Steuerberechnung)</li> <li>– Ermittlung der Steuerrückstellungen im Jahresabschluss</li> <li>– Grundzüge zu Steuereinflüssen auf die Rechtsformwahl</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Otto Heidemann					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Otto Heidemann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Skript zur Lehrveranstaltung Wichtige Steuergesetze und Wichtige Steuerrichtlinien, jeweils aktuelle Auflage Optimale Prüfungsvorbereitung mit Hilfe von Tutorien					

<b>Controlling</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1130	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundlagen des Controlling Planung und Berichterstattung			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Nach Modulteilnahme kennen die Studierenden die wichtigsten Arbeitsfelder des Controllings und können entscheidungsbezogene Rechnungen auf der Grundlage einer differenzierten Kostenrechnung durchführen. Sie können diese Informationen in den operativen betrieblichen Planungsprozess integrieren und strukturiert in Form von Berichten darstellen. Seitens der Studierenden werden die elementaren Begriffe des Controlling beherrscht und sie können diese voneinander abgrenzen. Zusätzlich können sie die Grundfunktionen des Controlling erläutern und die Einbindung des Informations- und Kommunikationsauftrags deutlich machen. Den Studierenden ist die elementare Bedeutung insbesondere des internen Rechnungswesens bewusst. Folglich kann auch die flexible Plankostenrechnung problembezogen eingesetzt werden und die wichtigsten Methoden des Kostenmanagements sind bekannt, wozu u.a. auch die Einsatzbereiche der Prozesskostenrechnung und des Target Costing gehören. Die Studierenden kennen die Elemente und Formen der operativen Planung, können die Notwendigkeit und Grenzen der Planung aufzeigen und sind in der Lage Zusammenhänge zwischen den betrieblichen Teilplänen herzustellen. Die Studierenden wissen, wie die wichtigsten betrieblichen Teilplanungen durch das Controlling unterstützt werden können und kennen zentrale Kennzahlen der Leistungsmessung in den Funktionsbereichen. Sie können eine integrierte Finanz-, Erfolgs- und Bilanzplanung erstellen und die Auswirkungen von Planungsänderungen auf die Erfolgsgrößen des Unternehmens ermitteln. Abweichungsanalysen können von den Teilnehmern durchgeführt, interpretiert, kommentiert und in Grafiken sachgerecht aufbereitet werden.					
<b>Inhalte:</b> Einführung in das Controlling – Controlling, Controller und Controllingship – Informationsversorgung durch das Controlling – Flexible Plankostenrechnung – Prozesskostenrechnung – Target Costing Planung und Berichterstattung – Planungsinhalte und Planungssysteme – Aufbau operativer Teilplanungen – Integrierte Finanz-/Erfolgs-/Bilanzplanung – Abweichungsanalyse und Berichtserstellung					
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Empfehlung: erfolgreiche Teilnahme am Modul Internes Rechnungswesen					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> 5/167 (3%)					
<b>Modulverantwortliche/r und hauptamtlich Lehrende:</b> Prof. Dr. K. Kampmann/Prof. Dr. K. Kampmann; Prof. Dr. I. Weich					
<b>Sonstige Informationen:</b> Veranstaltungsbegleitende Studienunterlagen Grundlagenlektüre: Horváth & Partners: Das Controllingkonzept, 8. Auflage, München 2016 Weber, Jürgen/Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling, 17. Auflage, Stuttgart 2022 Ehrmann, Harald: Unternehmensplanung, 7. Aufl., Herne 2022 Schön, Dietmar: Planung und Reporting – Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI und Big-Data-Analysis, 4. Aufl., Wiesbaden 2022 (eBook) Ergänzende Literatur je nach Bedarf.					

<b>Marketing</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1140	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Marktanalyse (2 WS) Marketing-Instrumente (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden begreifen das Spannungsfeld zwischen Kundenbedürfnissen und kommunizierten Leistungsangeboten im gesamtwirtschaftlichen Umfeld. Sie erkennen die Bedeutung einer Marktforschung und machen sich mit den verschiedenen Methoden zur Informationsgewinnung vertraut. Die Studierenden können Käuferverhalten analysieren und erarbeiten sich ein Verständnis von ausgewählten Methoden im Kundenmanagement. Sie kennen die vielfältigen Instrumente, die das Marketing-Instrumentarium bietet, und können kunden- bzw. zielspezifisch einen Marketing-Mix erarbeiten. Das erworbene Know-how versetzt die Studierenden in die Lage, selbständig einen Marketingplan zu entwickeln, der in sich stimmig ist und im Konkurrenzumfeld trägt.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wissen über Märkte und Marketinginformationssystem</li> <li>- Methoden der Informationsgewinnung, z.B. Befragung und Online Marktforschung</li> <li>- Analyse des Käuferverhaltens und Marktsegmentierung</li> <li>- Methoden im Kundenmanagement, z.B. Kundenzufriedenheitsanalyse, Bestimmung des Kundenwerts</li> <li>- Situationsanalyse, insb. Umweltfaktoren, Trends und Marktprognosen</li> <li>- Markenbausteine und aktuelle Marketing-Konzepte, wie z.B. Onlinemarketing, Contentmarketing, Storytelling, CRM</li> <li>- Marketing-Mix und Einsatz der Marketinginstrumente im Marktumfeld</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, International Business Studies und Digital Business und IT Management					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> N.N., Prof. Dr. Alfred Spielkamp					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> N.N.					
<b>Sonstige Informationen:</b> Internetrecherche, Literaturstudium, umfangreiches Praxis-Skript Literatur: Berekoven, L., Eckert, W. und P. Ellenrieder (2009), Marktforschung, 12. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden. Bruhn, M. (2019), Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 14. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden. Esch, F.-R., Herrmann, A., Sattler, H. (2017), Marketing. Eine managementorientierte Einführung. 5., Auflage, Vahlen Verlag, München. Foscht, Th., Swoboda, H. und H. Schramm-Klein (2017), Käuferverhalten. Grundlagen - Perspektiven - Anwendungen. 6. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden. Kreutzer, R.T., (2018), Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. 3. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden. Kuß, A., Wildner, R. und H. Kreis (2018), Marktforschung, 6. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden. Meffert, H., Burmann, Ch., Kirchgeorg, M. und M. Eisenbeiß (2019), Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele. 13. Auflage. Gabler Verlag, Wiesbaden.					

<b>Management Decisions - Managemententscheidungen</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1150	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 5. / Dualer SG 7.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Managemententscheidungen (Sprache: Englisch) (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30-50 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Nach Modulteilnahme können die Studierenden betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter Berücksichtigung der Interdependenzen zwischen den Funktions- und Gestaltungsbereichen eines international agierenden Unternehmens treffen und begründen. Sie kennen die Bedeutung und Inhalte betrieblicher Informationssysteme (Kostenrechnung, Finanzrechnung und Bilanz) und können diese für den Planungs- und Entscheidungsprozess zielgerichtet auswerten. Die Studierenden sind in der Lage, strategische Ziele zu formulieren und diese im Rahmen wiederholter operativer Entscheidungen zu berücksichtigen. Sie können Wechselwirkungen zwischen unternehmensinternen und unternehmensexternen Einflüssen identifizieren und im Entscheidungsprozess berücksichtigen. Die Teilnehmer*innen können in Teams Entscheidungen erarbeiten und diese gegenüber Außenstehenden vertreten. Sie erleben Gremiensitzungen in den unterschiedlichen Rollen und können die im Verlauf des Studiums erworbenen Fach- und Persönlichkeitskompetenzen aufgabenbezogen und zielgerichtet einsetzen. Die Studierenden können Protokolle erstellen und Kurzpräsentationen vorbereiten und halten.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gruppenorganisation, Sitzungen moderieren und protokollieren</li> <li>- Interdependenzen von Entscheidungen und Erfolgsgrößen</li> <li>- Systeme des Rechnungswesens</li> <li>- Entwicklung eines Planungs- und Steuerungssystems unter Anwendung eines Tabellenkalkulationsprogramms</li> <li>- Strategische Planung und Kontrolle</li> <li>- Operative Planung und Kontrolle</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Unternehmensplanspiel; selbständig organisierte Teamtreffen; Lehrgespräche zu einzelnen Entscheidungsbereichen; Konferenzen zur Ergebnispräsentation und -diskussion					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> gemäß Prüfungsordnung					
<b>Prüfungsform(en):</b> Gruppenarbeit (50%), Präsentation und Diskussionsleitung (30%), Teambewertung (20%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Klaus Kampmann; Prof. Dr. Ludger H. Oppenheim					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Klaus Kampmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Einsatz eines komplexen Unternehmensplanspiels; Gruppenentscheidungen und Ergebnispräsentationen semesterbegleitend über 8/9 Entscheidungsrunden. Derzeit Einsatz von Topsisim General Management.					

<b>International Management</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1160	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 5. / Dualer SG 7.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> International Management (Sprache: Englisch) (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Im Einzelnen sollen die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- sich mit den Auswirkungen der Globalisierung für Managemententscheidungen auseinandersetzen,</li> <li>- Sensibilität für kulturelle Unterschiede im internationalen Kontext gewinnen;</li> <li>- zentrale Aspekte der Markteintrittsstrategien im Ausland kritisch bewerten können,</li> <li>- die zentrale Bedeutung qualifizierter Mitarbeiter für international agierende Unternehmen erkennen,</li> <li>- Selbstorganisation und -motivation beim Umgang mit englischsprachigen Texten gewinnen;</li> <li>- ihre englische Fach-Sprachkompetenz (lesen/sprechen/schreiben) praxisnah verbessern;</li> <li>- ihre Teamfähigkeit im Rahmen von Mini-Case Studies unter Beweis stellen</li> <li>- Auf diese Weise sollen die Studierenden erste Schlüsselqualifikationen für eine international orientierte Berufstätigkeit gewinnen</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> The global manager's environment <ul style="list-style-type: none"> <li>- Assessing the Environment - Political, Economic, Legal, Technological</li> <li>- Managing Interdependence: Social Responsibility and Ethics</li> </ul> The cultural context of global management <ul style="list-style-type: none"> <li>- Understanding the Role of Culture</li> <li>- Communicating across Cultures</li> <li>- Cross-cultural Negotiation and Decision Making</li> </ul> Formulating and implementing strategy for international and global operations <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formulating Strategy</li> <li>- Global Alliances and Strategy Implementation</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht , Gastvorträge aus der Praxis					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> gemäß Bachelorprüfungsordnung					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur (englischsprachig)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, International Business Studies und International Business und IT Management					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Ludger H. Opgenhoff					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Ludger H. Opgenhoff					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pfichtliteratur in Englisch: Deresky, Helen: International Management – Managing Across Borders and Cultures, 9th Edition, Pearson-Prentice Hall, 2016. Aktuelle Presseartikel der internationalen Wirtschaftspresse, Vorlesungsskript Die Studierenden sind angehalten, regelmäßig den Wirtschaftsteil einer überregionalen Tageszeitung zu lesen sowie die englische Financial Times online in der Bibliothek.					

<b>Personalführung und Veränderungsmanagement</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1175	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 5. / Dualer SG 7.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Personalführung (2 SWS); Management von Innovation und Veränderung (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-70 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Veranstaltung Personalführung will das Verständnis dafür aufzeigen, dass die Berücksichtigung der Human Ressource ein wesentlicher Bestimmungsfaktor für organisatorische Veränderungen ist. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen dabei die zielorientierte Verhaltensbeeinflussung von Mitarbeiter*innen und der Bezug zur Organisation. Die Studierenden verstehen Personalführung als wesentliche Aufgabe des Managements im Rahmen von Veränderungsprozessen und seine Bedeutung für deren erfolgreiche Umsetzung. Darüber hinaus wird deutlich, dass Mitarbeiterführung neben der Fachkompetenz zur ureigenen (wichtigsten) Aufgabe von Führungskräften gehört. Die Studierenden lernen neben den Grundlagen der Führung und dem psychologischen Hintergrund vor allem Führungskonzepte- und -instrumente kennen, die im Praxisalltag Anwendung finden. In engem Bezug zur Personalführung lernen die Studierenden, dass die Gestaltung von Innovation und Veränderung zentrale Managementaufgaben in einer dynamischen Wirtschaft sind. Die Studierenden erarbeiten sich ein substantielles Know-how im Innovations- und Veränderungsmanagement und können die sich daraus ergebenden Konsequenzen für Strategie, Struktur, Prozesse und Ressourceneinsatz im Unternehmen bewerten. Sie sind in der Lage, Theorie und Praxis zu verbinden und lernen zudem Entscheidungen unter Unsicherheit einzuordnen, die begleitet werden von Konflikten.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Personalführung</li> <li>- Beschreibung des Führungsphänomens (Theoretische Ansätze der Personalführung, Kriterien des Führungserfolgs)</li> <li>- Psychologischer Hintergrund der Personalführung</li> <li>- Ethik und Moral</li> <li>- Corporate Governance als Teil einer ethisch bewussten Personalführung</li> <li>- Führungskonzepte (Management by Konzepte, St. Galler Managementmodell)</li> <li>- Konzept der transformationalen Führung</li> <li>- Führungsinstrumente (Anerkennung und Kritik, Mitarbeitergespräche)</li> <li>- Innovation und Veränderung als Daueraufgabe im Management</li> <li>- Grundgedanken und theoretische Einordnung</li> <li>- Innovation als Prozess und Instrumente der Steuerung</li> <li>- Konzepte des organisatorischen Wandels</li> <li>- Innovationsorientierte Unternehmensführung (Strategie, Organisation und Innovationskultur)</li> <li>- Widerstand gegen Innovation und Lösungswege</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> gemäß Bachelorprüfungsordnung					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangspo					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Ulrich Breilmann, Prof. Dr. Alfred Spielkamp					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Ulrich Breilmann					
<b>Sonstige Informationen: Literatur:</b> Breilmann, U./Vahs, D.: Organisation und organisatorischer Wandel, in Pepels, W. (Hrsg.): ABWL, 3. Aufl., Wiesbaden 2003, S. 421-452. Comelli, G.; Rosenstiel, L. v.: Führung durch Motivation, 4. erw. u. überarb. Aufl., München 2009. Rosenstiel, L. v. & andere: Führung von Mitarbeitern, 7. Aufl., Stuttgart 2014. Schüpbach, H.: Arbeits- und Organisationspsychologie, München, 2013. Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit, 9. Aufl., Neuwied 2013. Creusen, U., Gall, B. und Hackl. O.: Digital Leadership - Führung in Zeiten des digitalen Wandels, Springer Gabler, Wiesbaden, 2017. Hauschildt, J. et al.: Innovationsmanagement, 6. Aufl., Vahlen, München, 2016. Kuckertz, A.: Management: Corporate Entrepreneurship, Springer Gabler, Wiesbaden, 2017. Tidd, J. u. Bessant, J.: Managing Innovation, 5th ed., Wiley, Chichester, 2013. Vahs, D.: Organisation – Ein Lehr- und Managementbuch, 9. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, 2015. Vahs, D. u. Brem, A.: Innovationsmanagement, 5. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2015.					

<b>Grundlagen des Rechnungswesens und der Wirtschaftsmathematik</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 1204	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundlagen des Rechnungswesens (2 SWS) Grundlagen der Wirtschaftsmathematik (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden verfügen über das für das Studium notwendige Basiswissen in den Bereichen Rechnungswesen und Mathematik. Sie können die Aufgabenstellungen des Externen Rechnungswesens erläutern. Sie lernen die Buchhaltung als Grundlage des Externen Rechnungswesens umfassend kennen und beherrschen Buchungssätze im System der doppelten Buchhaltung. Sie kennen Lösungsmethoden für grundlegende mathematische Fragestellungen und können entsprechende Aufgaben selbstständig lösen. Sie beherrschen mathematische Methoden und Techniken und sind in der Lage diese zur Lösung auf konkrete Probleme anzuwenden.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgaben des Externen Rechnungswesens</li> <li>- Buchhaltung als Grundlage des Externen Rechnungswesens</li> <li>- Einführung in die gesetzlichen Grundlagen (HGB) der Bilanzierung und der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung</li> <li>- Gleichungen</li> <li>- Grundlagen zu Funktionen</li> <li>- Einführung in die Differentialrechnung</li> <li>- Einführung in Gleichungssysteme</li> <li>- Ökonomische Anwendungen</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> elektronisch gestützte Klausur (unbenotet)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> entfällt, da keine Benotung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*:</b> Prof. Dr. Anke Simon, Prof. Dr. Julia Lackmann					
<b>Modulverantwortliche*:</b> Prof. Dr. Anke Simon					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vorlesungsunterlagen bzw. -präsentation Ergänzende Literatur: Engelhardt, W. H. / Raffée, H. / Wischermann; B., Grundzüge der doppelten Buchführung; 8. Auflage; Gabler Verlag 2010. Cramer, E. / Něslehová, J.; Vorkurs Mathematik; 7. Auflage; Springer Verlag 2018. Holland, H. / Holland, D.; Mathematik im Betrieb; 12. Auflage; Gabler Verlag 2016. Salomon, E. / Poguntke, W.; Wirtschaftsmathematik; 2. Auflage; Fortis Verlag 2001.					



<b>Datenbanken und Programmierung</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT 1360	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Datenbanken (2 SWS) Programmierung (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden Eigenschaften der Datenorganisation definieren</li> <li>• die typischen Konzepte des Datenbankmanagements anwenden</li> <li>• die typischen Konzepte der prozeduralen Sprachen (z.B. Java) verstehen und anwenden</li> <li>• einfache Anforderungsanalysen und Systementwürfe mit Hilfe von UML-Diagrammen erstellen und modellieren,</li> <li>• die grundlegenden Konzepte der Objektorientierung darstellen und umsetzen,</li> <li>• einschätzen, wann welche objektorientierten Konzepte zielführend zur Umsetzung eines Softwareprojektes eingesetzt werden können,</li> <li>• Es werden explizit die Selbstkompetenzen der Abstraktion und Modularisierung wie auch Konkretisierung gefördert. Auch fördert Java das algorithmische Denken und abstrakte Problemlösen.</li> <li>• Es wird auch insbesondere abstraktes lösungsorientiertes Denken und Diskutieren über mögliche Datenbankkonzepte und Programmieralgorithmen gefördert.</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <b>Datenbanken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modellierung relationaler Datenbanken</li> <li>- NoSQL-Datenbanken</li> <li>- Moderne Konzepte der Datenbanktechnologie</li> <li>- Werkzeuge zum Datenbankmanagement</li> <li>- Datenbankpraxis mit SQL</li> </ul> <b>Programmierung (prozedural)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Editor, Compiler, Linker</li> <li>- Einführende Beispiele</li> <li>- Typen: Variable und Konstante</li> <li>- Kontrollstrukturen und Programmstruktur</li> <li>- Ein-/Ausgabe</li> <li>- Programmieren – Hilfswerkzeuge</li> </ul> <b>Programmierung (objektorientiert)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorgehensmodelle, Systemanalyse und -entwurf mit UML-Diagrammen</li> <li>- Grundbegriffe der OO-Programmierung (Information Hiding, Kapselung)</li> <li>- Datentypen, Variablen, Ausdrücke, Operatoren und Kontrollstrukturen (falls erforderlich)</li> <li>- Klassen und Objekte (Konstruktoren, Referenzvariablen, Instanzvariablen, Klassenvariablen, lokale Variablen, Instanz- und Klassenmethoden)</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Übungsaufgaben für die Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Henning Mertes					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Henning Mertes					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Oracle Corporation (Hrsg.): Online-Referenzhandbuch ( <a href="http://www.mysql.de">www.mysql.de</a> ). Jarosch, Helmut: Grundkurs Datenbankentwurf - Eine beispielorientierte Einführung für Studenten und Praktiker, 3. Auflage, Vieweg+Teubner Verlag 2013, ISBN 9783834809551. Throll, Marcus: Einstieg in SQL, 4. Auflage, Galileo Computing, 2010, ISBN 9783836216999. Burgess, Mark; Hale-Evans, Ron: The Gnu C Programming Tutorial, Free Software Foundation, 2003; ISBN: 1882114612. Lahres, B.; Rayman, G.: Objektorientierte Programmierung, 3. Auflage, Rheinwerk Computing, 2015, ISBN 978-3-8362-3514-3.					

<b>Grundlagen der Volkswirtschaftslehre</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT 1350	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Semester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WiSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> VWL (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 20
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- sind mit Grundbegriffen und grundlegenden Methoden der einzelwirtschaftlichen und der gesamtwirtschaftlichen Analyse vertraut</li> <li>- kennen grundlegende mikro- und makroökonomische Modelle und können die Leistungsfähigkeit und Grenzen solcher Modelle beurteilen</li> <li>- verstehen die Funktionsweise der Marktsteuerung unter Wettbewerbsbedingungen und können unternehmerische Markt- und Wettbewerbsstrategien beurteilen</li> <li>- verstehen in diesem Zusammenhang die Besonderheiten von digitalen Märkten</li> <li>- erläutern Notwendigkeit und Aspekte staatlicher Ordnungs- und Wettbewerbspolitik</li> <li>- beherrschen grundlegende Begriffe zur Beschreibung des Wirtschaftsprozesses (VGR)</li> <li>- unterscheiden makroökonomische Modelle, ihre Voraussetzungen zur Erklärung von Wachstum, Arbeitslosigkeit &amp; Inflation und ihre Eignung zur wirtschaftspolitischen Analyse</li> <li>- erkennen die Bedeutung und die Wirkungen außenwirtschaftlicher Verflechtung für die inländische Wirtschaftsentwicklung und erläutern Aspekte staatlicher Handelspolitik</li> <li>- Durch den seminaristischen Unterricht wird die aktive Teilnahme am fachlichen Diskurs geübt. Die Fähigkeit, Ideen und Einstellungen darzustellen, wird gefordert und gefördert.</li> </ul>					
<b>Inhalte:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundbegriffe der Volkswirtschaftslehre</li> <li>- Theorie des Haushalts und Theorie der Unternehmung</li> <li>- Preisbildung auf Märkten</li> <li>- Grenzen der marktwirtschaftlichen Steuerung und Rolle des Staates</li> <li>- Wettbewerbspolitik</li> <li>- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen (VGR)</li> <li>- Makroökonomische Theorie (Langfristige und kurzfristige Analyse)</li> <li>- Grundlagen der außenwirtschaftlichen Verflechtung und der Handelspolitik (Freihandel, Handelshemmnisse, Wechselkurse und Wechselkurssysteme)</li> </ul>					
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls:</b> Bachelorstudiengang Digital Business und IT Management					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Prof. Dr. Julia Stauf, Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Julia Stauf					
<b>Sonstige Informationen:</b> Literatur:					
Baßeler, U., Heinrich, J., Utecht, B., Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Aufl., Stuttgart 2010					
Cusumano, M., Gawer, A., Yoffie, D.: The Business of Platforms, Harper Business 2019					
Kampmann, R., Walter, J., Mikroökonomie: Markt, Wirtschaftsordnung Wettbewerb, München 2010					
Kampmann, R., Walter, J., Makroökonomie: Wachstum, Beschäftigung, Außenwirtschaft, München 2010					
Kampmann, R., Walter, J., Angewandte Wirtschaftspolitik. Ausgewählte Handlungsfelder, Berlin 2019,					
Münter, M., Th., Microeconomics, Competition and Strategic Behaviour, Stuttgart 2022					
Petersen, Th., Diginomics verstehen, Stuttgart 2020					

<b>Grundlagen Digitalisierungstechnologien</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT1361	<b>Workload:</b> 90 h	<b>Credits:</b> 3	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundlagen Digitalisierungstechnologien (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 36 h	<b>Selbststudium:</b> 54 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalisierungstechnologien verstehen und erklären</li> <li>- die Grundbegriffe der IT wie Rechner-, Netz- und Anwendungsarchitekturen verstehen.</li> <li>- Typen von betrieblichen Anwendungssystemen verstehen und strukturiert auswählen</li> <li>- das Internet strukturiert nach qualitativ hochwertigen Quellen durchsuchen und diese nutzen.</li> <li>- verstehen, wie die Technologien der Kommunikation und des Internets die digitalen Transformation bestimmen bzw. möglich machen.</li> <li>- Internetsicherheitsthemen, Datensicherheit und Datenschutz überblicken</li> <li>- einen Überblick über aktuelle Technologien wie Robotik, KI, IoT in der Wirtschaftsinformatik, neue Arbeitsformen geben.</li> <li>- Die Fähigkeit der Studierenden, selbständig Lösungen für digitale und technische Problemstellungen zu entwickeln, wird durch die angeleitete Bearbeitung von Arbeitsaufgaben und Fallstudien gefördert. Darüber hinaus werden die fachspezifische Ausdrucksfähigkeit und der strukturierte Diskurs erlernt. Regelmäßige Fragenrunden ermöglichen die Selbstreflektion des Lernprozesses und des Lernerfolges.</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <b>Einführung in die Wirtschaftsinformatik</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Begriffe</li> <li>- Aufgabenbereiche der Wirtschaftsinformatik</li> </ul> <b>Digitalisierungstechnologien</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechnerarchitekturen und Betriebssysteme</li> <li>- Netzarchitekturen und Protokolle</li> <li>- Softwarearchitekturen und Programmiersprachen</li> <li>- Cloudsysteme</li> <li>- Green IT</li> </ul> <b>Grundlagen Anwendungssysteme</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integrierte Informationssysteme</li> <li>- Typen von Anwendungssystemen</li> </ul> <b>Internet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen Internet</li> <li>- Technologien im Internet</li> <li>- Sicherheit im Internet</li> </ul> <b>Datensicherheit und Datenschutz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen Datensicherheit und Datenschutz und Computersicherheit</li> <li>- Tracking, Cookies und Datensammler</li> <li>- Markt für Daten</li> </ul> <b>Aktuelle Trends in der Wirtschaftsinformatik</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Neue Arbeitsformen und Teamkonstellationen</li> <li>- Neue Technologien und Geschäftsmodelle</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Übungsaufgaben für die Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann					

<b>Grundlagen Digitalisierungstechnologien</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT1371	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 4	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundlagen Digitalisierungstechnologien (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 56 h	<b>Selbststudium:</b> 94 h	<b>Gruppengröße:</b> 10- 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalisierungstechnologien erklären</li> <li>- die Grundbegriffe wie Rechner-, Netz- und Anwendungsarchitekturen verstehen.</li> <li>- Typen von betrieblichen Anwendungssystemen verstehen und strukturiert auswählen</li> <li>- das Internet strukturiert nach qualitativ hochwertigen Quellen durchsuchen und diese nutzen.</li> <li>- verstehen, wie die Technologien der Kommunikation und des Internets die digitalen Transformation bestimmen bzw. möglich machen.</li> <li>- Internetsicherheit, Datensicherheit und Datenschutz überblicken</li> <li>- Neuartige Technologien wie Robotik, KI, IoT und VR einordnen.</li> <li>- Die Fähigkeit der Studierenden, selbständig Lösungen für digitale und technische Problemstellungen zu recherchieren, wird durch die angeleitete Bearbeitung von Arbeitsaufgaben und Fallstudien gefördert.</li> <li>- Hoher Fallstudien- und Researchanteil zum vertieften Verständnis und zur Wiederholung der Fachbegriffe und Zusammenhänge.</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <b>Einführung in die Wirtschaftsinformatik</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Begriffe</li> <li>- Aufgabenbereiche der Wirtschaftsinformatik</li> </ul> <b>Digitalisierungstechnologien</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechnerarchitekturen u. Betriebssysteme</li> <li>- Netzarchitekturen und Protokolle</li> <li>- Softwarearchitekturen u. Programmiersprachen</li> <li>- Cloudsysteme, Internetprotokolle</li> <li>- Green IT</li> </ul> <b>Grundlagen Anwendungssysteme</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Standard- vs. Individualsoftware</li> <li>- U.a. Koordinationssysteme, BI-Systeme, Data Warehouse</li> </ul> <b>Internet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagentechnologien im Internet</li> <li>- Sicherheit im Internet</li> </ul> <b>Datensicherheit und Datenschutz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen Datensicherheit und Datenschutz und Computersicherheit</li> <li>- Tracking, Cookies und Datensammler</li> </ul> <b>Aktuelle Trends in der Wirtschaftsinformatik</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Praxis in Anwendungsfällen VR, KI und IoT</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Übungsaufgaben für die Präsenz- und Nachbereitungsphase sowie zur Klausurvorbereitung					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Hansen, Hans Robert; Mendling, Jan; Neumann, Gustaf: Wirtschaftsinformatik, 12. Auflage, UTB, 2019, ISBN 9783110587340. Herold, H. et al.: Grundlagen der Informatik, 3. Aufl., Pearson Verlag 2020. Abts, Dietmar; Mülder, Wilhelm: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, 9. Auflage, Springer Vieweg, 2017, ISBN 97836581637850. Thome, Rainer: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Verlag Pearson Studies. Weber, Peter; Lux, Thomas; Gabriel, Roland; Schroer, Nadja: Basiswissen Wirtschaftsinformatik (eBook), 3. kompl. überarbeitete und erw. Auflage, W3L, 2019, ISBN 9783961490295.					

**Sonstige Informationen:** Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur:

Hansen, Hans Robert; Mendling, Jan; Neumann, Gustaf: Wirtschaftsinformatik, 12. Auflage, UTB, 2019, ISBN 9783110587340.

Abts, Dietmar; Mülder, Wilhelm: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, 9. Auflage, Springer Vieweg, 2017, ISBN 97836581637850.

Thome, Rainer: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Verlag Pearson Studies.

Weber, Peter; Lux, Thomas; Gabriel, Roland; Schroer, Nadja: Basiswissen Wirtschaftsinformatik (eBook), 3. kompl. überarbeitete und erw. Auflage, W3L, 2019, ISBN 9783961490295.

<b>Geschäftsprozesse und Standardanwendungssoftware</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT1362	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Geschäftsprozessmanagement (2 SWS) Standardanwendungssoftware ( 2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>- moderne Organisationsformen von Unternehmen benennen, gegenüberstellen und beurteilen.</li> <li>- verschiedene Methoden bei der Analyse betrieblicher Prozesse erkennen und anwenden,</li> <li>- Ansätze zur Analyse spezieller IT-gestützter Prozesse (z. B. in Workflow-Management-Systemen) erklären,</li> <li>- die Ergebnisse einer Analyse interpretieren und zur Optimierung nutzen,</li> <li>- Geschäftsprozesse modellieren, wobei der Fokus auf den typischen Prozessen in den betriebswirtschaftlichen Bereichen liegt.</li> <li>- betriebswirtschaftliche Prozesse in einer Standardanwendungssoftware bearbeiten.</li> <li>- einen Überblick über die technologischen Strukturen von Standardanwendungssoftware geben.</li> <li>- Regelmäßige Überprüfung des Lernfortschritts durch Arbeitsaufgaben und kleine Fallstudien ermöglichen den Studierenden das eigene Lernverhalten zu reflektieren und aus Fehlern zu lernen.</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <b>Geschäftsprozessmanagement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschäftsprozessmanagement in der Unternehmensorganisation</li> <li>- Methoden des Geschäftsprozessmanagements</li> <li>- Analyse- und Dokumentationstechniken</li> <li>- Prozesskennzahlen</li> <li>- Prozessoptimierung</li> </ul> <b>Geschäftsprozessmodellierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modellierungsziele, Modellierungsumfang</li> <li>- Spezielle Methoden (z.B. BPMN, UML)</li> <li>- Architekturorientierte Methoden (z.B. ARIS)</li> </ul> <b>Betriebswirtschaftliche Standardanwendungssoftware (z.B. SAP S/4HANA)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fallstudien Logistik</li> <li>- Fallstudien Rechnungswesen</li> <li>- Fallstudien Personalwesen</li> </ul> <b>Technologie Standardanwendungssoftware</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Customizing</li> <li>- Ergänzungsprogrammierung (z.B. ABAP)</li> <li>- Identity Management</li> <li>- Monitoring</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Übungsaufgaben für die Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, 8. Auflage, Springer Vieweg, 2017, ISBN 9783658171780. Allweyer, T.: BPMN 2.0 - Business Process Modeling Notation, 3., aktualisierte und erweiterte Auflage (eBook), 2015, ISBN 9783750439016. Scheer, A.-W.: ARIS - Vom Geschäftsprozess zum Anwendungssystem, 4., durchgesehene Auflage, Springer, 2002, ISBN: 9783540658238. Schrader H.; Weidner S.: UCC-Fallstudien zur Modellfirma Global Bike.					

<b>Einführung in die Programmierung [Introduction to programming]</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT1370	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Einführung in die Programmierung (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die typischen Konzepte der prozeduralen Sprachen (z.B. Java) verstehen und anwenden</li> <li>• die grundlegenden Begriffe der Programmierung nach der klassisch imperativen und der objektorientierten Methode benennen,</li> <li>• die typischen Konzepte der prozeduralen Sprachen, gefestigt durch die Übungen, anwenden,</li> <li>• die typischen Konzepte der objektorientierten Sprachen (Kapselung, Information Hiding, Vererbung und Polymorphie), gefestigt durch Übungen, anwenden,</li> <li>• einfache Problemstellungen erkennen und programmiertechnisch lösen,</li> <li>• Eine Entwicklungsumgebung (IDE) eigenständig einrichten und produktiv einsetzen,</li> <li>• Konzepte und Terminologie der objektorientierten und prozeduralen Programmierung verstehen und anwenden.</li> <li>• einschätzen, wann welche objektorientierten Konzepte zielführend zur Umsetzung eines Softwareprojektes eingesetzt werden können,</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Editor, Compiler, Linker</li> <li>▪ Einführende Beispiele</li> <li>▪ Variablen und Konstanten (Datentypen)</li> <li>▪ Operatoren</li> <li>▪ Präzedenz/Assoziativität</li> <li>▪ Kontrollstrukturen (Bedingte Anweisung, Verzweigung, Schleifen)</li> <li>▪ Programmstruktur</li> <li>▪ Kommentare</li> <li>▪ Ein-/Ausgabe</li> <li>▪ Grundlagen der objektorientierten Programmierung (Information Hiding, Kapselung)</li> <li>▪ Klassen und Objekte (Konstruktoren, Referenzvariablen, Instanz- und Klassenvariablen, lokale Variablen, Instanz- und Klassenmethoden)</li> <li>▪ Vererbung und Polymorphie</li> <li>▪ Konstruktoren</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Übungsaufgaben für die Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> 5/167 (3 %)					
<b>Hauptamtlich Lehrende/r:</b> Henning Mertes					
<b>Modulverantwortliche/r und hauptamtlich Lehrende:</b> Henning Mertes					
<b>Sonstige Informationen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Groll, J.; Heinisch, C.: Java als erste Programmiersprache; Vom Einsteiger zum Profi; Springer Vieweg</li> <li>▪ Lahres, B.; Rayman, G., Strich, S.: Objektorientierte Programmierung, Rheinwerk Computing</li> <li>▪ Ullenboom, C.: Java ist auch eine Insel: Das umfassende Handbuch, Rheinwerk Computing</li> </ul> </li> </ul> <p>Es gelten jeweils die aktuellen Ausgaben. Weitere Literatur wird durch die Dozierenden bekannt gegeben.</p>					

<b>Datenbanken [Databases]</b>					
Modulnummer: IT1372	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Datenbanken (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden Eigenschaften der Datenorganisation definieren,</li> <li>• die Anforderungen zur Datenverwaltung und zur Auswahl sinnvoller Systeme zum Datenmanagement benennen und erklären,</li> <li>• die typischen Konzepte des Datenbankmanagements, gefestigt durch die Übungen, anwenden,</li> <li>• Konzepte von Softwareprojekten bzgl. Datenbanken umsetzen und realisieren,</li> <li>• Konzepte beurteilen und Entscheidungen vorbereiten</li> <li>• Datenbankstrukturen aufbauen und ändern</li> <li>• Daten eingeben, ändern, löschen und importieren</li> <li>• Aus Daten Informationen mit Hilfe von Abfragen generieren</li> <li>• Konzepte und Terminologie aus dem Bereich Datenbanken verstehen und anwenden</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> Datenmodellierung und Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Relationale Datenbanken</li> <li>▪ Begriffliche Grundlagen</li> <li>▪ Modellierung von Daten (Entity-Relationship-Modell)</li> <li>▪ Transformation</li> <li>▪ Moderne Konzepte der Datenbanktechnologie</li> </ul> Datenbankpraxis mit SQL <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung und Installation</li> <li>▪ Datenbank erzeugen und Tabellen anlegen</li> <li>▪ Datentypen und Spaltenattribute</li> <li>▪ Constraints (Check Constraints, Foreign Key Constraints)</li> <li>▪ Indizierung</li> <li>▪ Referentielle Integrität</li> <li>▪ Strukturänderungen</li> <li>▪ DML – Daten eingeben, ändern, löschen</li> <li>▪ Abfragen</li> <li>▪ Selektion, Projektion</li> <li>▪ Joins</li> <li>▪ temporäre Spalten</li> <li>▪ Aggregate, Gruppen</li> <li>▪ Textfunktionen, mathematische Funktionen, Datums-/Zeit-Funktionen</li> <li>▪ Sub-Select</li> <li>▪</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Übungsaufgaben für die Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> 5/167 (3 %)					
<b>Hauptamtlich Lehrende/r:</b> Henning Mertes					
<b>Modulverantwortliche/r und hauptamtlich Lehrende:</b> Henning Mertes					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Däßler, R.: MySQL: Das Einsteigerseminar, bhv</li> <li>▪ Klug, U.: SQL: Der Einstieg in die deklarative Programmierung, W3L-Verlag</li> <li>▪ Reese, G.; Schulten, L.: MySQL: kurz &amp; gut, O'Reilly</li> <li>▪ Throll, M., Barthosch, O.: Einstieg in SQL, Galileo Computing</li> </ul>					
Es gelten jeweils die aktuellen Ausgaben. Weitere Literatur wird durch die Dozierenden bekannt gegeben.					



<b>Wirtschaftsspanisch</b>					
<b>Modulnummer:</b> IN 1410	<b>Workload:</b> 150h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Wirtschaftsspanisch (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72h	<b>Selbststudium:</b> 78h	<b>Gruppengröße:</b> 20 – 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der spanischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente			<b>Inhalte:</b> Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden; Anleitung zur selbständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen; Schwerpunkte u.a.: - la actividad económica - la distribución - la banca - economía y medio ambiente - logística		
<b>Lehrformen:</b> Seminar, Sonstige					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Fortgeschrittene Spanischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "Grundkurs II Spanisch" des Sprachenzentrums					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestandene Modulprüfung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Wahlpflichtmodul im Bachelor-Studiengang International Business Studies					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Frau Saá Arias (Sprachenzentrum)					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Frau Dr. Iking (Leiterin des Sprachenzentrums)					
<b>Sonstige Informationen:</b> - Fachspezifische E-Learning-Angebote im Multimedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums. - Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im Multimedia Sprachlabor des Sprachenzentrums. - 2 Fachsprachedossiers des Sprachenzentrums  <i>Zusätzliche Ressourcen:</i> - Wörterbuch Wirtschaftsspanisch, 2 Bde. von Sarti. Juan-Fransisco; Deutsch-Spanisch; Spanisch-Deutsch, 2000, Cornelsen ISBN 3-464-49391-1. - Wirtschaftsspanisch-Wörterbuch von Padilla Galvez, Jesus; Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch. Lehr- und Handbücher zu Sprachen und Kulturen IX, 1999, Oldenburg ISBN 3-486-24606-2. - Wirtschaftsspanisch. Bd. 1 Deutsch-Spanisch von Eichborn, Reinhart von; Puime, Mario, o. J.; Siebenpunkt Lexiport ISBN 3-927929-00-X. - Wirtschaftsspanisch. Bd. 2 Spanisch Deutsch von Eichborn, Reinhart von; Puime, Mario, o.J., Siebenpunkt Lexiport ISBN 3-927929-01-8. - PONS Business-Wörterbuch Spanisch, Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch. Rund 255.000 Stichwörter und Wendungen. Neuentwicklung, 2006 Klett, ISBN 3-12-517444-9. - Gabler Wirtschaftswörterbuch Spanisch. Bd. 1 Deutsch-Spanisch Wörterbuch für den Wirtschaftsverkehr, Handelsverkehr und Rechtsverkehr, Mitarbeit: Sanchez, Celestino; Stuckenberger, Kornelia. 63.000 Wörter und Wendungen. Neuaufl. 2007, Langenscheidt Fachverlag ISBN 978-3409299121.					

- Wörterbuch der Rechtssprache und Wirtschaftssprache: Diccionario juridico y economico. TI.1 Deutsch-Spanisch von Becher, Herbert J.Beck'sche Rechts- und Wirtschaftswörterbücher 5. Aufl., 1999, Beck Juristischer Verlag ISBN 3-406-45161-6.
- Wörterbuch der Rechtssprache und Wirtschaftssprache: Diccionario juridico y economico. TI.2 Deutsch-Spanisch von Becher, Herbert J.Beck'sche Rechts- und Wirtschaftswörterbücher 5. Aufl., 1999, Beck Juristischer Verlag ISBN 3-406-44442-3.
- International Business To Go; Schlüsselfaktoren im globalen Geschäft von Sergey Frank, 1. Aufl. 2018, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (Verlag), ISBN 978-3-658-18775-0.
- Sergey Frank: Internationales Business. Präsentieren, Verhandeln, Business English (Verhandlungen in Spanien und Lateinamerika) von Sergey Frank, (2003) ISBN 978-34488056501.
- Wirtschaftsspanisch: Terminologisches Handbuch - Manual de lenguaje económico von Johannes Schnitzer De Oldenbourg Gruyter, 2013, ISBN 9783486755145.
- Wirtschaftsspanisch für Berufseinsteiger Von Moncho Brunego, Andrés 2015, ISBN 9783825244071.
- Wirtschaftsspanisch? Terminologisches Handbuch Manual de Lenguaje Economico von Schnitzer, Johannes (Hrsg.), Marti, Jordi (Hrsg.), Walter de Gruyter 2004, ISBN/ GTIN 978-3-486-20005-8.
- La comunicación informal en los negocios, von Ana María Brenes García, Wan-da Lauterborn, Madrid 2002, ISBN: 9788476355015.

<b>Wirtschaftsfranzösisch</b>						
<b>Modulnummer:</b> IN 1420	<b>Workload:</b> 150h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester	
<b>Lehrveranstaltung:</b> Wirtschaftsfranzösisch (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72h	<b>Selbststudium:</b> 78h	<b>Gruppengröße:</b> 20 – 30 Studierende	
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der französischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente			<b>Inhalte:</b> Ziel der Veranstaltung ist der Erwerb fundierter Fachsprachkenntnisse im Bereich Wirtschaft und Handel sowie der Einblick in landesspezifische Gegebenheiten Frankreichs. Im Hinblick auf den Erwerb berufsbezogener Handlungskompetenz werden einerseits einschlägige fachsprachliche Strukturen vermittelt, andererseits erfolgt eine zunehmende selbständige Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen. Schwerpunkte u.a.: - l'économie nationale - la distribution - l'entreprise Im Rahmen des Themenschwerpunktes "Handel/Vertrieb (la distribution)" werden die verschiedenen Vertriebsfunktionen, unterschiedliche Vertriebswege und die wichtigsten Vertriebsformen und Verkaufsmethoden vorgestellt. Ferner werden die typischen Vertriebsstrukturen des französischen Einzelhandels sowie die Veränderung der Wettbewerbslage durch das Vordringen deutscher Discounter auf dem französischen Markt behandelt. Die Vorstellung der aktuellen Struktur des französischen Einzelhandels konzentriert sich dabei auf das Luxusgütersegment wie es in den typischen französischen "Luxuswarenhäusern" Galeries Lafayette, Printemps und Le Bon Marché vertreten ist.			
<b>Lehrformen:</b> Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium						
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Fortgeschrittene Französischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "Auffrischkurs II Französisch" des Sprachenzentrums						
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur						
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestandene Modulprüfung						
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Wahlpflichtmodul im Bachelor-Studiengang International Business Studies						
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO						
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Frau Dr. Iking, Herr Fischer (Sprachenzentrum)						
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Frau Dr. Iking (Leiterin des Sprachenzentrums)						
<b>Sonstige Informationen:</b> - Seminarflankierend bietet das Multimedia-Labor des Sprachenzentrums ein individualisiertes, interaktives digitales Lernangebot zur intensiven Aufarbeitung von Lerndefiziten. - Fachspezifische E-Learning-Angebote des Sprachenzentrums. - Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im Multimedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums. <u>Literatur/Medien:</u> - Zwei Fachsprachedossiers und weitere Materialien stehen den Studierenden im (digitalen) Handapparat zur Verfügung.						

- Von Gollwitzer, Andrea, Le français des affaires: Guide pratique (Stuttgart: Reclam, 2014) ISBN 978-3-15-019880-3.
- Cloose, Eliane, Le français du monde du travail: Approche spécifique de l'économie et du monde des affaires (Grenoble: PUG, 2014).
- Morgenroth, Klaus; Wagner, Horst: Wörterbuch Wirtschaftsfranzösisch, Deutsch-Französisch (Cornelsen Lehrbuch, 2000) ISBN 978-3464494097.
- Morgenroth, Klaus; Wagner, Horst: Wörterbuch Wirtschaftsfranzösisch, Französisch-Deutsch (Cornelsen Lehrbuch, 1997) ISBN 978-3464494080.
- Aktuelle Handouts während des Semesters

*Sites Internet:*

[www.arte.tv/fr](http://www.arte.tv/fr)

[www.assemblee-nationale.fr](http://www.assemblee-nationale.fr)

[www.capital.fr](http://www.capital.fr)

[www.elysee.fr](http://www.elysee.fr)

[www.europarl.fr](http://www.europarl.fr)

[www.france24.com](http://www.france24.com)

[www.gouvernement.fr](http://www.gouvernement.fr)

[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

[www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)

[www.lesechos.fr](http://www.lesechos.fr)

[www.rtl.fr](http://www.rtl.fr)

[www.tv5monde.com](http://www.tv5monde.com)

[www.vie-publique.fr](http://www.vie-publique.fr)

<b>Language of Meetings</b>					
<b>Modulnummer:</b> IN 1430	<b>Workload:</b> 90h	<b>Credits:</b> 2,5	<b>Studiensemester:</b> 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Language of Meetings (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 36h	<b>Selbststudium:</b> 54h	<b>Gruppengröße:</b> 20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> (Inter-)kulturelle Diskurs- und Handlungskompetenz in der englischen Sprache			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Cultural Aspects of Anglo-American Meetings</li> <li>– Business Meetings</li> <li>– Agenda Writing</li> <li>– Speeches / Presentations</li> <li>– Meeting Simulations</li> <li>– Taking Minutes</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (u. a. im Multimedia-Sprachlabor). Im seminaristischen Präsenzstudium wird eine 80%ige Teilnahme erwartet.					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Mindestens 10 Credits in Fachsprache Englisch oder Mindestens 5 Credits in Fachsprache Englisch mit Mindestnote 2,0					
<b>Prüfungsform(en):</b> Vortrag					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestandene Modulprüfung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang International Business Studies					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Herr Weller (Sprachenzentrum)					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Frau Dr. Iking (Leiterin des Sprachenzentrums)					
<b>Sonstige Informationen:</b> <u>Literatur</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– J. Hughes and A. Mallett: Successful Meetings (Oxford: Oxford University Press, 2012).</li> </ul>					

<b>Landeskunde Großbritannien/Irland</b>					
<b>Modulnummer:</b> IN 1440	<b>Workload:</b> 90h	<b>Credits:</b> 2,5	<b>Studiensemester:</b> 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Landeskunde Großbritannien/Irland (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 36h	<b>Selbststudium:</b> 54h	<b>Gruppengröße:</b> 20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> (inter-)kulturelle Handlungskompetenz			<b>Inhalte:</b> In dieser englischen Sprachveranstaltung werden Aspekte soziokultureller, historischer, politischer, ökonomischer und tagesaktueller typisch britischer/irischer Themen reflektiert. Kulturell einschlägige Bewerbungsstrategien sind integrativer Bestandteil der Veranstaltung.		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (u. a. im Multimedia-Sprachlabor)					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Fortgeschrittene Englischkenntnisse					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestandene Modulprüfung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Wahlpflichtmodul im Bachelor-Studiengang International Business Studies					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Herr Nelken-Tölle; Herr B. Winkelrath; Herr Dr. Th. Winkelrath; et al. (Sprachenzentrum)					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Frau Dr. Iking (Leiterin des Sprachenzentrums)					
<b>Sonstige Informationen:</b> <u>Literatur/Medien:</u>  <i>Education</i> – <a href="http://www.britishcouncil.org/types_gcses.pdf">http://www.britishcouncil.org/types_gcses.pdf</a> – <a href="https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/219167/v01-2012ukes.pdf">https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/219167/v01-2012ukes.pdf</a> – <a href="https://web.archive.org/web/20130430183352/">https://web.archive.org/web/20130430183352/</a> – <a href="https://www.hmc.org.uk/about-hmc/">https://www.hmc.org.uk/about-hmc/</a> – <a href="https://www.internationalstudent.com/study_uk/education_system/">https://www.internationalstudent.com/study_uk/education_system/</a> – <a href="https://www.learnenglish.de/culture/educationculture.html">https://www.learnenglish.de/culture/educationculture.html</a> – <a href="https://www.studying-in-uk.org/uk-education-system-guide/">https://www.studying-in-uk.org/uk-education-system-guide/</a> – <a href="https://www.thecompleteuniversityguide.co.uk/student-advice/where-to-study/studying-in-uk">https://www.thecompleteuniversityguide.co.uk/student-advice/where-to-study/studying-in-uk</a> – <a href="https://www.youtube.com/watch?v=I-d3L3F_ELo">https://www.youtube.com/watch?v=I-d3L3F_ELo</a>  <i>HR, Recruitment and Applications</i> – London School of Economics : A guide to CVs, cover letters and application forms – (PDF-source: <a href="https://info.lse.ac.uk/current-students/careers/Assets/Documents/application-and-cv-brochure.pdf">https://info.lse.ac.uk/current-students/careers/Assets/Documents/application-and-cv-brochure.pdf</a> ) – <a href="http://www2.essex.ac.uk/jobshop/help/applications.shtm">http://www2.essex.ac.uk/jobshop/help/applications.shtm</a> – <a href="https://www.theguardian.com/money/2012/jun/01/graduate-job-hunting">https://www.theguardian.com/money/2012/jun/01/graduate-job-hunting</a>  <i>IRL and Northern Ireland</i> – <a href="http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country_profiles/1038581.stm">http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country_profiles/1038581.stm</a> – <a href="http://www.belfasttelegraph.co.uk/">http://www.belfasttelegraph.co.uk/</a> – <a href="https://www.abcteach.com/free/r/rc_irish_history.pdf">https://www.abcteach.com/free/r/rc_irish_history.pdf</a>  <i>Government, Parliament, Elections, Politics</i>					

- [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/politics/6999581.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/6999581.stm)
- <https://www.politicsresources.net/>
- <https://www.ucl.ac.uk/constitution-unit/>
- Röder, Karl-Heinz. Das politische System Großbritanniens. Geschichte und Gegenwart. Köln: 1982.
- [www.parliament.uk/](http://www.parliament.uk/)

#### *Law*

- <https://de.slideshare.net/LegalEyres/courts-system>
- Loynes, Nathan. slideshow uploaded on 3rd June 2020 available at <https://de.slideshare.net/NathanLoynes/introduction-to-the-english-legal-system>
- <https://www.victimsupport.org.uk/going-court/who%E2%80%99s-who-criminal-justice-system>
- [https://www.youtube.com/watch?v=tZYvv\\_s5R-s](https://www.youtube.com/watch?v=tZYvv_s5R-s) (“Crown Court” by the University of Derby)
- Rivlin, Geoffrey. First Steps in the Law. London: 1999.

#### *Media Landscape*

- <http://www.journalismtraining.org>
- <https://medialandscapes.org/>
- <https://www.journalism.co.uk/>
- <https://www.nctj.com>

#### *Various Topics*

- Fox, Kate: Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. London: 2004.
- Paxman, Jeremy: The English. A Portrait of the People. Harmondsworth: 1999.

<b>Landeskunde Frankreich</b>					
<b>Modulnummer:</b> IN 1450	<b>Workload:</b> 90h	<b>Credits:</b> 2,5	<b>Studiensemester:</b> 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Landeskunde Frankreich (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 36h	<b>Selbststudium:</b> 54h	<b>Gruppengröße:</b> 20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Kommunikative und kulturelle Kompetenz in der Zielsprache Französisch auf fortgeschrittenem Niveau; interkulturelle Handlungskompetenz für die Zielkultur Frankreich			<b>Inhalte:</b> In der Veranstaltung „Landeskunde Frankreich“ werden ausgewählte Aspekte kultureller, historischer, politischer und ökonomischer Themen Frankreichs erarbeitet und reflektiert. Inhaltliche Schwerpunkte sind: – Die deutsch-französischen Beziehungen im Kontext der EU – Die Institutionen der V. Republik (1958 bis heute) – Die besondere Rolle der Kultur im französischen Bewusstsein. Die Themen werden aus einer vergleichenden deutsch-französischen Perspektive angegangen, die an den Erfahrungshorizont der Studierenden mit ihrer bundesrepublikanischen Sozialisation anknüpft. Diese komparatistische Vorgehensweise beinhaltet zugleich eine Sensibilisierung für die durchaus andersartigen Strukturen, Mentalitäten und Traditionen der französischen Gesellschaft. Tagesaktuelle Bezüge werden dabei zum Anlass genommen, zugrundeliegende Charakteristiken Frankreichs herauszuarbeiten, um so das politische Geschehen in unserem Nachbarland besser verstehen und beurteilen zu können.		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium in Form von E-Learning					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Fortgeschrittene Französischkenntnisse					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestandene Modulprüfung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Wahlpflichtmodul im Bachelor-Studiengang International Business Studies					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Frau Dr. Iking (Sprachenzentrum)					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Frau Dr. Iking (Leiterin des Sprachenzentrums)					
<b>Sonstige Informationen:</b> - Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - E-Learning-Angebote im Multimedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.					
<b>Sites Internet</b> – <a href="http://www.arte.tv/fr">www.arte.tv/fr</a> – <a href="http://www.assemblee-nationale.fr">www.assemblee-nationale.fr</a> – <a href="http://www.elysee.fr">www.elysee.fr</a> – <a href="http://www.europarl.fr">www.europarl.fr</a> – <a href="http://www.france24.com">www.france24.com</a> – <a href="http://www.gouvernement.fr">www.gouvernement.fr</a> – <a href="http://www.insee.fr">www.insee.fr</a> – <a href="http://www.rtl.fr">www.rtl.fr</a>					



- [www.tv5monde.com](http://www.tv5monde.com)
- [www.vie-publique.fr](http://www.vie-publique.fr)

#### Literatur/Medien

- Marjorie Champetier: **Les institutions françaises** (Groupe Vocatis-Studyrame, 2008).
- Jean Fourastier, **Les Trente Glorieuses** (Librairie Arthème Fayard / Pluriel, 2010).
- B. de Gunten et al. , **Les institutions de la France** (V<sup>e</sup> République), (Paris: Nathan, 2000).
- G. Labrune, **L'histoire de France** (Paris: Nathan, 2001).
- Jörn Leonhard (Hrsg.), **Vergleich und Verflechtung. Deutschland und Frankreich im 20. Jahrhundert. Studien des Frankreich-Zentrums der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg** (Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2015).
- Hans-Jürgen Lüsebrink, **Einführung in die Landeskunde Frankreichs** (Stuttgart etc.: J.B. Metzler, 3. Aufl. 2011).
- Günther Liehr, **Frankreich. Ein Länderportrait** (Berlin: Ch. Links Verlag, 3. Aufl. 2016).
- Peter-Scholl-Latour, **La mort dans la rizière – 30 ans de guerre en Indochine** (Paris: Hachette, 1981).
- Patrick Weil, **Qu'est-ce que'un Français? Histoire de la nationalité française depuis la Révolution** (Paris: Gallimard, 2005).
- Patrick Weil, **Être français. Les quatre piliers de la nationalité française depuis la Révolution** (Paris: Aube, 2011).
- **Selbstlernmaterialien** stehen im Handapparat der Bibliothek zur Verfügung
- als Ergänzung: verschiedene zielsprachige, einschlägige Medien;  
im Multimedia-Labor vorhandene E-Learning-Angebote

<b>Landeskunde USA</b>					
<b>Modulnummer:</b> IN 1460	<b>Workload:</b> 90h	<b>Credits:</b> 2,5	<b>Studiensemester:</b> 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Landeskunde USA (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 36h	<b>Selbststudium:</b> 54h	<b>Gruppengröße:</b> 20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> (inter-)kulturelle Handlungskompetenz			<b>Inhalte:</b> Landeskunde USA will examine some of the central cultural developments, history, and geography of the United States of America. Special emphasis will be placed on such areas as cultural stereotypes, the political system, the economy, the media, trade unions and recruitment.		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (u. a. im Multimedia-Sprachlabor)					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Fortgeschrittene Englischkenntnisse					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestandene Modulprüfung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Wahlpflichtmodul im Bachelor-Studiengang International Business Studies					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Herr Weller (Sprachenzentrum)					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Frau Dr. Iking (Leiterin des Sprachenzentrums)					
<b>Sonstige Informationen:</b> <u>Literatur</u> – Portrait of the USA <a href="https://usa.usembassy.de/etexts/factover/homepage.htm">https://usa.usembassy.de/etexts/factover/homepage.htm</a>					

<b>Landeskunde Spanien</b>					
<b>Modulnummer:</b> IN 1470	<b>Workload:</b> 90h	<b>Credits:</b> 2,5	<b>Studiensemester:</b> 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Landeskunde Spanien (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 36h	<b>Selbststudium:</b> 54h	<b>Gruppengröße:</b> 20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Kommunikative und kulturelle Kompetenz in der Zielsprache Spanisch auf fortgeschrittenem Niveau; interkulturelle Handlungskompetenz für die Zielkultur Spanien.			<b>Inhalte:</b> In der Veranstaltung „Landeskunde Spanien“ werden ausgewählte Aspekte kultureller, historischer, politischer und ökonomischer Themen Spaniens erarbeitet und reflektiert. Inhaltliche Schwerpunkte sind: – Wandel von der Diktatur zur Demokratie – Schwerpunkte der spanischen Kultur und Gesellschaft – Struktur und Entwicklung der spanischen Wirtschaft Die Themen werden auch aus einer vergleichenden deutsch-spanischen Perspektive angegangen, die an den Erfahrungshorizont der Studierenden mit ihrer bundesrepublikanischen Sozialisation anknüpft. Diese komparatistische Vorgehensweise beinhaltet zugleich eine Sensibilisierung für die durchaus andersartigen Strukturen, Mentalitäten und Traditionen der spanischen Gesellschaft. Tagesaktuelle Bezüge werden dabei zum Anlass genommen, zugrundeliegende Charakteristiken Spaniens herauszuarbeiten, um so das dortige politische Geschehen besser verstehen und beurteilen zu können.		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (u. a. im Multimedia-Sprachlabor)					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Fortgeschrittene Spanischkenntnisse					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestandene Modulprüfung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Wahlpflichtmodul im Bachelor-Studiengang International Business Studies					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Frau Saá Arias (Sprachenzentrum)					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Frau Dr. Iking (Leiterin des Sprachenzentrums)					
<b>Sonstige Informationen:</b>  <u>Literatur/Medien</u> – Amalia Balea / Pilar Ramos : <b>Cultura en España</b> (Helbling, 2015). – Raymond Carr: <b>Historia de España</b> (Península, 2007). – Martin Dahms : <b>Spanien : Ein Länderporträt</b> (Links, 2011). – Arno Gimber : <b>Spanien verstehen</b> (Primus, 2012). – José Maria de Mena: <b>La España que se nos fue : Episodios históricos a través de la pintura española</b> (Almuzara, 2006). – Cristina López Moreno: <b>España contemporánea</b> (Sociedad General Española de Librería, 2005).					

- Jochen Mecke / Ralf Junkerjürgen : **Discursos de la crisis : respuestas de la cultura española ante nuevos desafíos** (Vervuert, 2017).
- Gloria Niefra : **Mujeres y hombres en la España franquista : sociedad, economía, política, cultura** (Editorial Complutense, 2003).
- Natalia Pérez de Herrasti: **Gramática de la cultura** (Books on Demand, 2011).
- Juana Ruiz Agora : **La cultura española en la sociedad occidental** (Colección Ensayo, 1998).
- VV.AA. : **Historia de las mujeres en España y América Latina** (Cátedra, 2005).
- **Selbstlernmaterialien** stehen im Handapparat der Bibliothek zur Verfügung
- als Ergänzung: verschiedene zielsprachige, einschlägige Medien;
- im Multimedia-Labor vorhandene E-Learning-Angebote

<b>Einführung in die Psychologie</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP1550	<b>Workload:</b> 90 h	<b>Credits:</b> 3	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Einführung in die Psychologie (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 36 h	<b>Selbststudium:</b> 54 h	<b>Gruppengröße:</b> 35 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können sich nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in den Teildisziplinen der Psychologie orientieren und exemplarische Fragestellungen aus den psychologischen Grundlagenfächern benennen und erklären. Sie können die wissenschaftliche Psychologie von der Alltagspsychologie abgrenzen und kennen die Grundlogik psychologischer Forschung und Methodik. Sie können die Schnittstellen zwischen Betriebswirtschaft und Psychologie identifizieren und exemplarische Fragestellungen aus der Wirtschaftspsychologie erörtern. Die Studierenden erwerben durch angeleitetes Literaturstudium die Fähigkeit, ihren Lernprozess selbständig zu organisieren. Die Kommunikationskompetenz wird durch die aktive Einbindung der Studierenden in den Veranstaltungen entwickelt.			<b>Inhalte:</b> – Die Wurzeln der Psychologie – Psychologie als Wissenschaft – Fachgebiete und Themen in der Psychologie – Wirtschaft und Psychologie – Psychologische Forschungsmethoden		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtlektüre: Schönpflug, W. (2006). <i>Einführung in die Psychologie</i> . Weinheim: Beltz. Ergänzende Literatur: Wirtz, A. M. (2019). <i>Dorsch - Lexikon der Psychologie</i> . Göttingen: Hogrefe.					

<b>Allgemeine Psychologie I: Wahrnehmen, Denken, Entscheiden</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP1560	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 1.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Allgemeine Psychologie I (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 35 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kognitive Strukturen und Prozesse beschreiben, die auf dem Weg von der Informationsaufnahme aus der Umwelt über deren Verarbeitung in das Bewusstsein und die überdauernde Speicherung im Gedächtnis bis zu ihrem Einsatz beim Entscheiden, Denken und Problemlösen beteiligt sind. Sie sind in der Lage kognitive Theorien zu bewerten und auf Praxisbeispiele zu übertragen (z.B., wenn es darum geht, typische Denkfehler zu identifizieren). Damit besitzen sie Kompetenzen, die für das spätere Verständnis wirtschaftspsychologischer Fragestellungen und arbeitsmarktrelevanten Themen eine wichtige Grundlage darstellen, etwa die psychischen Auswirkungen von Arbeit, Kaufentscheidungen oder Wirkung von Werbung.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Aufbau und Funktionen der Sinnesorgane</li> <li>– Aufbau und Funktionen des Gehirns</li> <li>– Organisation und Interpretation der Wahrnehmung</li> <li>– Aufmerksamkeit und Bewusstsein</li> <li>– Gedächtnis und Vergessen</li> <li>– Denken und Denkfehler</li> <li>– Problemlösen und Kreativität</li> <li>– Urteilen und Entscheiden</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtlektüre: Müsseler, J. & Rieger, M. (2017). <i>Allgemeine Psychologie</i> . Heidelberg: Springer. Ergänzende Literatur: Eysenck, M. W., & Keane, M. T. (2005). <i>Cognitive Psychology</i> . London: Taylor & Francis. Güntürkün, O. (2012). <i>Biologische Psychologie</i> . Göttingen: Hogrefe.					

<b>Praxisphase</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 2000	<b>Workload:</b> 480 h	<b>Credits:</b> 16	<b>Studiensemester:</b> 6. / Dualer SG 8.	<b>Häufigkeit:</b>	<b>Dauer:</b> 12 Wochen
<b>Lehrveranstaltungen:</b> keine (betriebliches Praktikum)			<b>Kontaktzeit:</b>	<b>Selbststudium:</b>	<b>Gruppengröße:</b>
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> <p>Die Praxisphase führt die Studierenden an die berufliche Tätigkeit der*des Betriebswirt*in durch konkrete Aufgabenstellung und praktische Mitarbeit in Unternehmen der Wirtschaft oder einer dem Studienziel entsprechenden anderen Einrichtung der beruflichen Praxis heran. Sie dient insbesondere dazu, die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten außerhalb der Hochschule anzuwenden und die bei der praktischen Tätigkeit gemachten Erfahrungen zu reflektieren und auszuwerten.</p> <p>Die Studierenden erproben ihre Kooperations- und Teamfähigkeit, wenden ihre Präsentations- und Moderationskompetenz an und üben Strategien des Wissenserwerbs und des Problemlösens in Hinblick auf neue praxisrelevante Fragestellungen ein.</p> <p>Durch die Einbindung in das Unternehmen trainieren sie allgemeine Transfer- und Sozialkompetenzen (z.B. Gesprächsführung, Konfliktmanagement in Teams).</p>			<b>Inhalte</b> <p>In Betrieben oder anderen Einrichtungen der Berufspraxis ist für die Ableistung der Praxisphase sicherzustellen, dass:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Studierenden während der Praxisphase mit Tätigkeiten beschäftigt werden, die an den Tätigkeiten von Absolvent*innen des Studiengangs Wirtschaft orientiert sind</li> <li>- die Studierenden während der Praxisphase von dazu geeigneten hauptberuflichen Mitarbeiter*innen angeleitet werden.</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Betriebspraktikum					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> 100 Credits, davon 90 aus dem 1. bis 3. Fachsemester und das Modul B1082 Wissenschaftliche Texterstellung erfolgreich absolviert, weitere 5 Credits aus einem beliebigen anderen Modul					
<b>Prüfungsform(en):</b> Praxisphasenbericht und Arbeitszeugnis des Unternehmens Über die Praxisphase erstellt die*der Studierende einen Praxisphasenbericht, der dem*der Betreuer*in vorzulegen ist.					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Die Teilnahme an der Praxisphase wird von der*dem für die Begleitung zuständigen Lehrenden bescheinigt, wenn die berufspraktische Tätigkeit der*des Studierenden dem Zweck der Praxisphase entspricht					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> entfällt, da keine Benotung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Ein*e hauptamtlich Lehrende*r des Fachbereichs als Betreuer*in					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Dekan*in					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor Aufnahme der Praxisphase ist ein Zulassungsantrag an das Prüfungsamt zu stellen, aus dem die Einrichtung hervorgeht, in der das Praktikum absolviert wird sowie der*die betreuende Lehrende. Über die Zulassung entscheidet der*die Prüfungsausschussvorsitzende.					

<b>Praxisphase</b>					
<b>Modulnummer:</b> IN 2400	<b>Workload:</b> 480 h	<b>Credits:</b> 16	<b>Studiensemester:</b> 6.	<b>Häufigkeit:</b>	<b>Dauer:</b> 12 Wochen
<b>Lehrveranstaltungen:</b> keine (betriebliches Praktikum)			<b>Kontaktzeit:</b>	<b>Selbststudium:</b>	<b>Gruppengröße:</b>
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Praxisphase führt die Studierenden an die berufliche Tätigkeit der*des Betriebswirt*in durch konkrete Aufgabenstellung und praktische Mitarbeit in Unternehmen der Wirtschaft oder einer dem Studienziel entsprechenden anderen Einrichtung der beruflichen Praxis heran. Sie dient insbesondere dazu, die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten außerhalb der Hochschule anzuwenden und die bei der praktischen Tätigkeit gemachten Erfahrungen zu reflektieren und auszuwerten. Die Studierenden erproben ihre Kooperations- und Teamfähigkeit, wenden ihre Präsentations- und Moderationskompetenz an und üben Strategien des Wissenserwerbs und des Problemlösens in Hinblick auf neue praxisrelevante Fragestellungen ein. Durch die Einbindung in das Unternehmen trainieren sie allgemeine Transfer- und Sozialkompetenzen (z.B. Gesprächsführung, Konfliktmanagement in Teams).			<b>Inhalte</b> In Betrieben oder anderen Einrichtungen der Berufspraxis ist für die Ableistung der Praxisphase sicherzustellen, dass: <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Studierenden während der Praxisphase mit Tätigkeiten beschäftigt werden, die an den Tätigkeiten von Absolvent*innen des Studiengangs International Business Studies orientiert sind</li> <li>- die Studierenden während der Praxisphase von dazu geeigneten hauptberuflichen Mitarbeiter*innen angeleitet werden.</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Betriebspraktikum					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Absolvieren des Auslandssemesters					
<b>Prüfungsform(en):</b> Praxisphasenbericht (12-15 Seiten) und Arbeitszeugnis des Unternehmens Über die Praxisphase erstellt die*der Studierende einen Praxisphasenbericht, der dem*der Betreuer*in vorzulegen ist.					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Die Teilnahme an der Praxisphase wird von der*dem für die Begleitung zuständigen Lehrenden bescheinigt, wenn die berufspraktische Tätigkeit der*des Studierenden dem Zweck der Praxisphase entspricht					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang International Business Studies					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> entfällt, da keine Benotung					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Ein*e hauptamtlich Lehrende*r des Fachbereichs als Betreuer*in					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Dekan*in					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor Aufnahme der Praxisphase ist ein Zulassungsantrag an das Prüfungsamt zu stellen, aus dem die Einrichtung hervorgeht, in der das Praktikum absolviert wird sowie der*die betreuende Lehrende. Über die Zulassung entscheidet der*die Prüfungsausschussvorsitzende.					



<b>Qualitative Forschungsmethoden</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP2540	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Qualitative Forschungsmethoden (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> ca. 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden ein grundlegendes Verständnis individualpsychologischer Forschungsmethoden und die Grundlagen qualitativer Forschung. Sie kennen verschiedene Vorgehensweisen, um das subjektive Erleben anderer und deren Lebenswelten zu erkunden (z.B. Fallstudien, Biographieforschung, Dokumentenanalysen und Fokus-Gruppen). Damit können sie sich ein tieferes Verständnis des Erlebens und Verhaltens erarbeiten und so Hypothesen über psychologische Wirkmechanismen in einer gegebenen Situation entwickeln. Weiter sind sie in der Lage, qualitative Untersuchungen zu planen und umzusetzen (etwa mit Blick auf Sampling und Triangulation) und theoriegeleitet auszuwerten (z.B. Inhaltsanalyse, Grounded Theory) sowie vor dem Hintergrund der Gütekriterien qualitativer Forschung kritisch zu würdigen. Außerdem beherrschen sie Transkriptionsverfahren und computergestützte Auswertungsmethoden (z.B. QCAmap). Sie können Anwendungen qualitativer Methoden in Wirtschaftskontexten aufzeigen und reflektieren, so z.B. das Beschreiben von Konsumentengruppen oder Arbeitsbedingungen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Selbstständige Entwicklung einer qualitativen Fragestellung inkl. der Forschungsfragen</li> <li>– Projektbezogene Literaturbeschaffung</li> <li>– Planung und Durchführung einer qualitativen Untersuchung</li> <li>– Erheben und Erfassen qualitativer Daten</li> <li>– Softwaregestützte Auswertung qualitativer Daten</li> <li>– Interpretation und Diskussion der Datenauswertung</li> <li>– Mündliche Präsentation der Untersuchungsergebnisse im Hinblick auf die formulierte Fragestellung</li> <li>– Schriftliche Berichtlegung der Ergebnisse im Hinblick auf die formulierte Fragestellung</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Präsentation und Hausarbeit (Gewichtung: 50/50)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Präsentation und bestandene Hausarbeit (12-15 Seiten)					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtlektüre: Flick, U. (2007). <i>Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung</i> . Reinbek: Rowohlt. Mayring, P. (2015). <i>Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken</i> . Weinheim: Beltz. Mey, G. & Mruck, K. (Hrsg.) (2010). <i>Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie</i> . Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Ergänzende Literatur: Glaser, B. G. & Strauss, A. (2010). <i>Grounded Theory: Strategien qualitativer Forschung</i> . Bern: Huber.					

<b>Allgemeine Psychologie II: Motivation, Emotion, Lernen</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP2550	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Allgemeine Psychologie II (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls psychische Prozesse beim Lernen analysieren sowie Modelle zur Entstehung und Wirkung von Motivation und Emotion verstehen und für die Erklärung von Handlungstendenzen anwenden. Darüber hinaus kennen sie die die neuropsychologischen Grundlagen des Lernens, der Motivation und der Emotion. Sie sind dazu in der Lage, aktuelle wissenschaftliche Befunde zum Lernen, zur Motivation und zur Emotion zu verstehen und auf Alltags- und Praxisprobleme anzuwenden. Sie können Fachinhalte der Allgemeinen Psychologie selbstständig aus alltagsnaher Literatur mit wissenschaftlicher Fundierung aufbereiten, kritisch reflektieren und für andere Personen präsentieren. Damit haben Sie im Rahmen dieses Moduls grundlegende Kompetenzen erworben, die für spätere anwendungsorientierte Fragestellungen wichtig werden (z.B. bei Themen wie Führung und Arbeitsmotivation).			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Klassische Konditionierung</li> <li>– Operante Konditionierung</li> <li>– Imitationslernen</li> <li>– Implizites Lernen</li> <li>– Motorisches Lernen</li> <li>– Motiv, Anreiz und Motivation</li> <li>– Inhaltstheorien der Motivation</li> <li>– Prozesstheorien der Motivation</li> <li>– Motivation und Volition</li> <li>– Neuronale Grundlagen der Motivation</li> <li>– Komponenten von Emotionen</li> <li>– Funktionen von Emotionen</li> <li>– Theorien zur Entstehung von Emotionen</li> <li>– Arten und Ausdruck von Emotionen</li> <li>– Auswirkungen von Emotionen auf kognitive Prozesse</li> <li>– neuronale Grundlagen von Emotionen</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur und Präsentation (Gewichtung: 50/50)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur und bestandene Präsentation					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangspo					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtlektüre: Horstmann, G. & Dreisbach, G. (2012). <i>Allgemeine Psychologie 2</i> . Weinheim: Beltz. Bak, P. (2019). <i>Lernen, Motivation und Emotion</i> . Heidelberg: Springer. Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R. M., & Lozo, L. (2018). <i>Motivation und Emotion</i> . Heidelberg: Springer. Ergänzende Literatur: Müsseler, J. & Rieger, M. (2017). <i>Allgemeine Psychologie</i> . Heidelberg: Springer.					

<b>Sozialpsychologie</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP2560	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Sozialpsychologie (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 50-90 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden Theorien, Methoden und empirische Erkenntnisse aus der sozialpsychologischen Forschung kritisch reflektieren und auf Praxisbeispiele anwenden. Dabei geht es darum, soziales Verhalten zu erklären, vorherzusagen und zu beeinflussen. Sie können die Besonderheiten sozialer Wahrnehmung und Informationsverarbeitung erklären und Wege zur Veränderung von Einstellungen beschreiben. Weiter sind sie in der Lage, wichtige gruppenspezifische Prozesse zu analysieren und so die kollektive Leistungsfähigkeit und Entscheidungsfindung durch gezielte Interventionen zu verbessern. Außerdem können sie auch ihre eigene Rolle in sozialen Gruppen besser einordnen. Die Studierenden werden so auf berufliche Fragestellungen bzw. wichtige betriebliche Entscheidungen vorbereitet, etwa in Bezug auf das Human Resource Management oder auch bei Werbekampagnen. Mit der vertieften Auseinandersetzung mit Themen der sozialen Interaktion erwerben die Studierenden die Fähigkeit, die eigene Person und Rolle in sozialen Kontexten kritisch zu reflektieren.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Gegenstand und Methoden der Sozialpsychologie</li> <li>– Soziale Kognition (Eindrucksbildung und Attribution; Selbstkonzept und soziale Identität)</li> <li>– Soziale Motive (prosoziales und aggressives Verhalten; Bindung, Attraktion und Liebe)</li> <li>– Einstellung und Einstellungsänderung (Stereotype und Vorurteile; Persuasion und Reaktanz)</li> <li>– Interaktion und Gruppeneinfluss (Konformität, Gehorsam und Macht; Leistung, Meinungsbildung und Entscheidungsfindung in Gruppen; Teamarbeit)</li> <li>– Soziale Interaktion in virtuellen Kontexten (z.B. Social Media, Cyber-Mobbing)</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtlektüre: Werth, L. & Mayer, J. (2008). <i>Sozialpsychologie</i> . Heidelberg: Spektrum. Jonas, K., Stroebe, W. & Hewstone, M. (2014). <i>Sozialpsychologie</i> . Heidelberg: Springer. Ergänzende Literatur: Bierhoff, H. W., & Frey, D. (2011). <i>Sozialpsychologie – Individuum und soziale Welt</i> . Göttingen: Hogrefe. Frey, D., & Bierhoff, H. W. (2011). <i>Sozialpsychologie – Interaktion und Gruppe</i> . Göttingen: Hogrefe.					

<b>Aktuelle Fragen der BWL</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 3015	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Aktuelle Fragen der BWL (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Nachhaltigkeit ist neben der Digitalisierung der Megatrend unserer Zeit – nicht nur im privaten, sondern auch beruflichen Umfeld. Was aber ist Nachhaltigkeit und was versteht man unter Nachhaltigkeitsmanagement? In welchen Unternehmensbereichen spielt dies eine Rolle? Wodurch unterscheiden sich nachhaltige Unternehmen von anderen? Welche Herausforderungen bestehen, Unternehmen auf Nachhaltigkeit zu trimmen? Und welche Rolle spielen wir alle dabei als Konsumenten? Antworten auf diese Fragen werden gemeinsam erarbeitet.  Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Bedeutung der Nachhaltigkeit für Unternehmen und die Besonderheiten des Nachhaltigkeitsmanagements. Sie haben einen Überblick über die Entwicklung der Nachhaltigkeit und kennen die relevanten Begrifflichkeiten. Die Studierenden sollen zudem grundlegende Kenntnisse nachhaltiges Konsumentenverhalten erwerben. (Fachkompetenz). Die Studierenden sind in der Lage, die geeigneten Methoden für das Nachhaltigkeitsmanagement auszuwählen und einzusetzen (Methodenkompetenz).  Die Studierenden können, ihren Standpunkt auf Basis grundlegender betriebswirtschaftlicher Argumentation begründen und reflektieren (Argumentationskompetenz). Durch Gruppenübungen soll zudem die soziale Kompetenz der Studierenden vertieft werden. Darüber hinaus sollen die Studierenden an sich selbst erfahren, welche Herausforderungen es mit sich bringt, Verhalten zu verändern und so ihre Selbstreflexion stärken.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevanz der Nachhaltigkeit für Gesellschaft und Unternehmen</li> <li>• Begriffe der Nachhaltigkeit</li> <li>• Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit, betrieblichem Nachhaltigkeitsmanagement und nachhaltigem Konsum</li> <li>• Meilensteine der Nachhaltigkeit</li> <li>• Globale und nationale Initiativen nachhaltiger Unternehmensführung</li> <li>• Elemente des strategischen und operativen Nachhaltigkeitsmanagements</li> <li>• Herausforderungen und Chancen von Nachhaltigkeit in Unternehmen</li> <li>• Nachhaltiges Konsumentenverhalten</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminar mit aktiver Beteiligung der Studierenden; Gruppenarbeit					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Interesse an Nachhaltigkeit im beruflichen wie privaten Kontext; regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit in der Veranstaltung; Freude an Gruppenarbeit und Selbstreflexion					
<b>Prüfungsform(en):</b> Präsentation (75%) und schriftliche Ausarbeitung (25%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Prüfungsleistung					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Manuel Michaelis					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Manuel Michaelis					
<b>Sonstige Informationen:</b> Grundlegende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baumast, A./Pape, J. (Hrsg.) (2022), Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, 2. Auflage, Stuttgart.</li> <li>• Ernst, D./Sailer, U./Gabriel, R. (Hrsg., 2021), Nachhaltige Betriebswirtschaft, 2. Auflage, München.</li> </ul> Ergänzende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Balderjahn, I. (2021), Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten, 2. Auflage, München.</li> <li>• Hentze, J./Thies, B. (2012), Unternehmensethik und Nachhaltigkeitsmanagement, Bern.</li> <li>• Maak, T./Ulrich, P. (2007), Integre Unternehmensführung, Stuttgart.</li> <li>• Zelanzny, G. (2009), Das Präsentationsbuch, Frankfurt.</li> <li>• Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben</li> </ul>					

<b>Strategisches Personalmanagement</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 3025	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Methoden und Instrumente des Personalwesens (2 SWS) Strategische Aspekte des Personalmanagements (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 20-30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können die strategische Bedeutung des Personalwesens einordnen, lernen den strategischen Planungsprozess und seine Bedeutung für das Personalwesen kennen, begreifen die Bedeutung der Gestaltung der Arbeitszeit und Arbeitszeitmodelle sowie der Entgeltproblematik. Sie lernen die Besonderheiten bei der Gestaltung von Entgeltmodellen kennen, können unterschiedliche Methoden der Personalbedarfsfeststellung unterscheiden, lernen die Bedeutung von Arbeitssicherheit kennen und können den Ablauf einer zielgerichteten Personalentwicklung nachvollziehen. Es soll das Verständnis dafür aufgezeigt werden, dass Strategie ein wesentlicher Bestimmungsfaktor für organisatorische Veränderungen und damit auch für das Human Resource Management ist. Im Mittelpunkt stehen dabei die aktive Erarbeitung der verschiedenen Facetten des strategischen Planungsprozesses und ihr Bezug zur Organisation und zum Personalmanagement. Die Studierenden können die Personalabrechnung im Unternehmen nachvollziehen und lernen die Bedeutung von Human Resource Management Informationssystemen für das Unternehmen einzuschätzen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Begriff der Strategie und Einordnung der strategischen Planung</li> <li>- Systematisierung von Strategien</li> <li>- Ziele und Aufgaben der strategischen Planung, Strategischer Planungsprozess</li> <li>- Zusammenhang von Strategie und Organisationsstruktur, Unternehmenskultur und Personalmanagement</li> <li>- Ausgewählte Entscheidungsfelder (Personaleinsatz, Personalentwicklung)</li> <li>- Methoden und Instrumente – Planung der Personalbedarfsdeckung (Personaleinsatz, Personalentwicklung, Personalerhaltung)</li> <li>- Arbeitssicherheit als wesentliches Element des Personaleinsatzes</li> <li>- Human Resource Management Informationssysteme</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Ulrich Breilmann					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Ulrich Breilmann					
<b>Sonstige Informationen: Literatur:</b> Berthel, J.: Personalmanagement, 11. Aufl., Stuttgart 2017. Breilmann, Ulrich: Personalinformationssysteme in mittelständischen Unternehmen, in: Personalführung, 10/1999, S. 20 – 25. Grüner, H.: Bildungsmanagement in mittelständischen Betrieben, Herne/, 2000. Horsch, J.: Personalplanung, Herne/Berlin, 2000. Robbins, St.P./Decenzo, D.A.: Fundamentals of Management, 10. ed., Boston 2017. Steinmann, H./Schreyögg, G.: Management, 8. Aufl., Wiesbaden 2020. Grant, Robert, M.; Nippa, Michael: Strategisches Management, 5. Aufl., München 2006. Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R.: Strategisches Management - Eine Einführung, 11. aktualisierte Auflage, München 2018. Vahs, D.: Organisation, 10. Aufl., Stuttgart 2019.					

<b>Einfluss der Besteuerung auf Managemententscheidungen</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 3030	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Einfluss der Besteuerung auf Managemententscheidungen (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 20 - 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können den Einfluss von Steuern auf ausgewählte betriebliche Entscheidungen erkennen und bewerten. Sie können anhand von Rechtsprechung und Verwaltungsanweisungen ausgewählte Fallgestaltungen fachgerecht beurteilen und für praktische Beispielfälle die Steuerberechnung durchführen. Dabei sind die Studierenden in der Lage, auch mit Kenntnissen der zivilrechtlichen Rahmenbedingungen steuerliche Gestaltungen für bestimmte Fallbeispiele zu erarbeiten.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einfluss der Besteuerung auf die Rechtsformwahl, insbesondere <ul style="list-style-type: none"> <li>o rechtliche Einordnung und Besteuerung der Gestaltungsalternativen (Einzelunternehmen, Personengesellschaften, Kapitalgesellschaften, Mischformen)</li> <li>o Vorteilsvergleiche</li> </ul> </li> <li>- Einfluss der Besteuerung auf den Rechtsformwechsel <ul style="list-style-type: none"> <li>o Überblick über das Umwandlungsrecht</li> <li>o Steuerliche Folgen der Umwandlung für ausgewählte Fallgestaltungen</li> </ul> </li> <li>- Einfluss der Besteuerung auf Unternehmenskauf bzw. -verkauf</li> <li>- Einfluss der Besteuerung auf die Unternehmensnachfolge (vorweggenommene Erbfolge, Erbfall)</li> <li>- Überblick über die Internationale Unternehmensbesteuerung <ul style="list-style-type: none"> <li>o Nationale Besteuerung grenzüberschreitender Sachverhalte</li> <li>o Besteuerung von Unternehmensaktivitäten im Ausland</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Otto Heidemann					
<b>Modulverantwortliche*r</b> Prof. Dr. Otto Heidemann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Skript zur Lehrveranstaltung Wichtige Steuergesetze, Wichtige Steuerrichtlinien, Wichtige Wirtschaftsgesetze (jeweils aktuelle Aufl.) OECD-Musterabkommen					

<b>Quantitative Verfahren und Anwendungen</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 3040	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Quantitative Verfahren und Anwendungen (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 15 - 25 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden ... - ... verfügen über detaillierte Kenntnisse in Themenbereichen der induktiven und der multivariaten Statistik. - ... können beurteilen, ob in bestimmten betrieblichen Bereichen die Durchführung eines statistischen Schätz- oder Testverfahrens sinnvoll ist. - ... beherrschen den Umgang mit multivariaten Auswertungsverfahren und können diese auf praktische Fragestellungen anwenden. - ... können die Ergebnisse eines statistischen Analyseverfahrens im Hinblick auf die zugrundeliegende Fragestellung interpretieren und zur Entscheidungsfindung nutzen. - ... beherrschen die Anwendung und das selbständige Arbeiten mit einer Datenanalyse Software in betriebswirtschaftlichen Anwendungsbereichen.			<b>Inhalte:</b> - Einführung in die softwaregestützte Datenanalyse - Statistische Testverfahren - Strukturprüfende Verfahren - Strukturentdeckende Verfahren		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht; Bearbeitung und Präsentation von Fallbeispielen; Diskussionen					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Bearbeitung von Übungsaufgaben, Präsentation (Gewichtung jeweils 50%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Anke Simon					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Anke Simon					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vorlesungsunterlagen bzw. -präsentation Literatur: Backhaus, Erichson, Plinke, Weiber; Multivariate Analysemethoden; 14. Auflage; Springer Verlag 2015. Backhaus, Erichson, Plinke, Weiber; Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden; 3. Auflage; Springer Verlag 2015. Bankhofer, Vogel; Datenanalyse und Statistik; 1. Auflage; Gabler Verlag 2008. Bleymüller, Gehlert, Güllicher; Statistik für Wirtschaftswissenschaftler; 17. Auflage; Vahlen Verlag 2015. Bühl; SPSS 23; 15. Auflage; Pearson Studium 2016. Herrmann, Homburg, Klarmann; (Handbuch) Marktforschung; 3. Auflage; Gabler Verlag 2014.					

<b>Businessplanung</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 3050	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Einführung in die Businessplanung (2 SWS) Ausarbeitung eines Businessplans (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden beherrschen die Elemente eines Businessplans. Sie sind in der Lage eine Geschäftsidee zu entwickeln und die Marktfähigkeit dieser Idee zu bewerten. Sie können die Wirtschaftlichkeit prüfen und machen sich mit Finanzierungsmöglichkeiten vertraut. Die Studierenden können ihre Arbeitsergebnisse überzeugend präsentieren und in der Diskussion verteidigen. Sie reflektieren die Option Selbstständigkeit für die eigene berufliche Entwicklung.			<b>Inhalte:</b> - Suche und Auswahl einer Produkt- bzw. Geschäftsidee - Analyse von Kundennutzen, Zielgruppe, Markt- und Wettbewerbssituation - Erarbeitung eines Vermarktungskonzeptes - Kosten- und Rentabilitätsplanung - Finanzierungsformen - Rechtliche / administrative Rahmenbedingungen - Personal und Organisation - SWOT-Analyse und Bewertung der Produkt- bzw. Geschäftsidee		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht; Mitwirkung bei Diskussionen; Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen in Projektgruppen					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Hausarbeit (Businessplan-Ausarbeitung)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Ausarbeitung eines Businessplans					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Alfred Spielkamp					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Alfred Spielkamp					
<b>Sonstige Informationen:</b> Nagl, A. (2015), Der Businessplan. Geschäftspläne professionell erstellen. Mit Checklisten und Fallbeispielen, 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. Kunze, St. und A. Offermanns (2016), Mythos Businessplan. Vom blinden Glauben an ein einzelnes Instrument und möglichen Alternativen, Springer Gabler, Wiesbaden. Russo, P., Gleich, R. und F. Strascheg (Hrsg.) (2008), Von der Idee zum Markt, Vahlen, München. BMW - Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.) (2016), Unternehmensgründungen und Gründergeist in Deutschland. Weitere Quellen: - Existenzgründungsportal ( <a href="http://www.existenzgruender.de">www.existenzgruender.de</a> ) - Infoletter „Gründerzeiten“ ( <a href="http://www.existenzgruender.de">www.existenzgruender.de</a> ) - Institut für Mittelstandsforschung IfM Bonn ( <a href="http://www.ifm-bonn.org">www.ifm-bonn.org</a> ) - Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim ( <a href="http://www.ifm.uni-mannheim.de">www.ifm.uni-mannheim.de</a> ) - KfW Bankengruppe ( <a href="http://www.kfw.de">www.kfw.de</a> ) - RKW Kompetenzzentrum ( <a href="http://www.rkw-kompetenzzentrum.de">www.rkw-kompetenzzentrum.de</a> ) - Statistisches Bundesamt ( <a href="http://www.destatis.de">www.destatis.de</a> ) - Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung ( <a href="http://www.zew.de">www.zew.de</a> )					



<b>Kommunikation im Unternehmen</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 3060	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Kommunikation im Unternehmen (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 10-15 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden erkennen die Bedeutung einer „reibungslosen“ und effektiven Kommunikation im Unternehmen und entwickeln die Fähigkeit, die verschiedenen Einsatzbereiche einer sinnvollen Kommunikation zu identifizieren und selbst ihre Kommunikationsintelligenz zu steigern. Dabei erlernen die Studierenden über die „zirkularen“ Rollen von Sender und Empfänger ein gewisses Maß an Verhandlungsgeschick in Gesprächsrunden und Meetings. Des Weiteren verfügen die Studierenden über nötige Kenntnisse, Kommunikationsinhalte zu formulieren und die Tonalität in Präsentationen und Moderationen zielgerichtet einzusetzen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen</li> <li>- Verschiedene Kommunikationsmodelle</li> <li>- Aufbau von Präsentationen</li> <li>- Visualisierung von Präsentationen</li> <li>- Moderations- und Präsentationstechniken</li> <li>- Kommunikation in Teams</li> <li>- Grundlagen der Rhetorik</li> <li>- Körpersprache und Stimme</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht, kurze Präsentationen, Rollenspiele					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Präsentation (75%) und mündliche Prüfung (25%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Manuel Michaelis					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Manuel Michaelis					
<b>Sonstige Informationen:</b> <u>Besonderheiten:</u> Bearbeiten von Rollenspielen <u>Literatur:</u> Schulz von Thun, Fr.: Miteinander Reden – Störungen und Klärungen, aktuelle Aufl. Six, U.: Kommunikationspsychologie – Medienpsychologie, aktuelle Aufl. Görgen, F.: Kommunikationspsychologie in der Wirtschaftspraxis, aktuelle Aufl. Molcho, S.: Körpersprache im Beruf, aktuelle Aufl.					

<b>Aktuelle Fragen der VWL</b>						
<b>Modulnummer:</b> B 3070	<b>Workload:</b> 150h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester	
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Geld, Kredit, Finanzkrise (2 SWS) Finanzentscheidungen (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72h	<b>Selbststudium:</b> 78h	<b>Gruppengröße:</b> 10 – 15 Studierende	
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden erhalten Einblicke in Themenbereiche, die im Rahmen der VWL-Grundvorlesungen noch nicht ausführlich behandelt wurden. Das Kompetenzprofil der Studierenden soll damit vertieft und erweitert werden.  Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Probleme der bestehenden Geldordnung zu beschreiben und einzuordnen</li> <li>- Reformoptionen in Bezug auf die Geldordnung zu bewerten</li> <li>- Ursachen von Finanzkrisen zu analysieren und Politikoptionen zur Vermeidung von Finanzkrisen kritisch zu diskutieren</li> <li>- zu erläutern, wie Menschen Entscheidungen treffen, und aufzuzeigen, wie ihr Entscheidungsverhalten von vollständig rationaler Entscheidungsfindung abweicht</li> <li>- Auswirkungen verhaltensökonomischer Faktoren auf Finanzmärkten und bei persönlichen Finanzentscheidungen zu erkennen</li> <li>- einfache ökonomische Experimente zu diesen Faktoren selbst durchzuführen und auszuwerten</li> <li>- Maßnahmen zu beschreiben und kritisch zu beleuchten, die eingesetzt werden können, um Entscheidungen zu beeinflussen</li> </ul>				<b>Inhalte:</b> Das zentrale Thema des Moduls, Geld und Finanzen, wird in den Lehrveranstaltungen auf zwei unterschiedlichen Ebenen betrachtet: einerseits auf der makroökonomischen Ebene aus einer wirtschaftspolitischen Perspektive, andererseits auf der Ebene individueller Entscheidungen aus verhaltensökonomischer Sicht.  Geld, Kredit, Finanzkrise: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geldsystem im Euroraum</li> <li>- Finanzkrise (Ursachen und Politikoptionen)</li> <li>- Reformoptionen in Bezug auf die Geldordnung</li> </ul> Finanzentscheidungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Entscheidungstheorie, der Verhaltensökonomik und der experimentellen Wirtschaftsforschung</li> <li>- Kognitive Verzerrungen und Heuristiken</li> <li>- Risikowahrnehmung und Risikoverhalten</li> <li>- Strategien zur Verbesserung von Entscheidungen (Nudging, Debiasing)</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit integrierten Übungen und Fallstudien; aktive Mitwirkung aller Studierenden						
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Empfehlung: VWL I – III abgeschlossen						
<b>Prüfungsform(en):</b> 2 Präsentationen (jeweils 50%)						
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung)						
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangs-Prüfungsordnung						
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft						
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Julia Stauf, Prof. Dr. Johann Walter						
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Julia Stauf						
<b>Sonstige Informationen:</b> Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben.						

<b>Europastudien – European Studies</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 3075	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Wirtschafts- und Währungsunion (2 SWS) Europäische Strukturpolitik (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 10-15 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden - lernen unterschiedliche Handlungsfelder der europäischen Wirtschaftspolitik kennen - können anhand von ausgewählten Beispielen die Wirkungen der europäischen Wirtschaftspolitik beurteilen - können für ausgewählte Handlungsfelder die Verzahnung nationaler und europäischer Wirtschaftspolitik erkennen - In kontroversen Diskussionen aktueller Fragestellungen werden auch Bezüge zu anderen Themen hergestellt (wie z.B. den auf dem Pfad zur Klimaneutralität erforderlichen wirtschaftlichen Strukturwandel) und so die Bereitschaft und Fähigkeit zu einer eigenständigen kritischen Auseinandersetzung mit den Lehrinhalten vermittelt.			<b>Inhalte:</b> - Entwicklung des europäischen Binnenmarkts - Entwicklung der europäischen Währungsunion - Ausgewählte Strukturpolitiken ( u.a.: Regional- und Industriepolitik, Verkehrspolitik, European Green Deal)		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht (englischsprachig)					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> zwei Präsentationen (Gewichtung jeweils 50 %)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Sonstige Informationen:</b> Brasche, U., Europäische Integration, 3. Aufl., München Wien, 2013. Schuppan, N., Die Euro-Krise, München 2014. Wurzel, E., Europäische Integration wohin?, Stuttgart 2019. Mc Cormick, J./Olsen, J.; The European Union, Politics and Policies, 5 <sup>th</sup> Ed., Boulder 2014. <a href="http://www.europa.eu.int">www.europa.eu.int</a>  Besonderheit: Pflichtmodul zum Erwerb des Jean-Monnet-Europazertifikats					

<b>Operatives Kulturmanagement</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 3085	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Operatives Kulturmanagement (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 20-25 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Formen der Beschäftigungsverhältnisse und Berufsbilder der Veranstaltungsbranche, das Risikomanagement im Veranstaltungsgeschäft, die Sonderrolle des Kultur- und Eventmarketing, die wichtigsten Vertragsformen, spezielle Dienstleister, die Arbeitsformen des veranstaltungsaffinen Merchandising sowie die Bedeutung der wichtigsten Gremien und Verbände der Kulturwirtschaft. Darüber hinaus werden den Studierenden wesentliche Strukturen des Managements öffentlich geförderter Bühnenbetriebe vermittelt.</p> <p>Im Zuge exemplarischer Fallstudien erkennen die Studierenden die wesentlichen Kriterien der wirtschaftlichen sowie organisatorischen Planung von Projekten aus der Kultur- und Freizeitwirtschaft. Sie sind in der Lage, derartige Projekte im Vorfeld zu konzeptionieren sowie sie unter den Prämissen der Wirtschaftlichkeit zu analysieren, die dabei relevanten Parameter in ein zielführendes Verhältnis zu setzen und die damit verbundenen Optionen im Prozess permanent zu optimieren. Sie reflektieren diese Rolle in Bezug auf die eigene Berufsplanung innerhalb der Branche.</p>			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulturmarketing</li> <li>- Personal- und Produktionsplanung in der Kultur- und Freizeitwirtschaft</li> <li>- Vertiefende Kostenplanung</li> <li>- Berufsbilder und Beschäftigungsverhältnisse</li> <li>- Veranstaltungssicherheit</li> <li>- Eventmarketing</li> <li>- Risikomanagement nach KonTraG</li> <li>- Gastspielvertrag, Arrangementvertrag, Bühnenanweisung, tech. Rider</li> <li>- Veranstaltungsmerchandising als Wirtschaftsfaktor der Branche</li> <li>- Spezialversicherungen</li> <li>- Besucherbindung und Direktmarketing in der Kultur- und Freizeitwirtschaft</li> <li>- Verbände und Gremien</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht und Übung					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangspo					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Helmut Hasenkox					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Helmut Hasenkox					
<b>Literatur:</b> <p>Ebner, M.: Sicherheit in der Veranstaltungstechnik, Checklisten, Rechtsgrundlagen, Risikobeurteilung, 3. Aufl., Berlin 2015.</p> <p>GfK-Marktstudie: Live Entertainment in Deutschland 2017, herausgegeben vom Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft e. V. (bdv).</p> <p>Güllemann, D.: Veranstaltungsmanagement, Event- und Messerecht, 6. Aufl., München 2013.</p> <p>Holzbaur, U. u. a.: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, 4. Aufl., Berlin (u.a.) 2010.</p> <p>Holzbaur, U.: Events nachhaltig gestalten - Grundlagen und Leitfaden für die Konzeption und Umsetzung von nachhaltigen Events, Berlin 2017.</p> <p>Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement, 3. Aufl., Konstanz 2018.</p> <p>Klein, A.: Kompendium Kulturmanagement, 4. Aufl., München 2017.</p> <p>Klein, A.: Besucherbindung im Kulturbetrieb, 2. Aufl., Wiesbaden 2008.</p> <p>Schäfer-Mehdi, S.: Eventmarketing – Kommunikationsstrategie, Konzeption und Umsetzung, Dramaturgie und Inszenierung, 4. Aufl., Berlin 2012.</p>					

<b>International Marketing</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 3090	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> International Marketing (4 SWS) (Sprache: Englisch)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 20-30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Im Einzelnen sollen die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- sich mit den Auswirkungen der Globalisierung für Marketingentscheidungen auseinandersetzen,</li> <li>- zentrale Aspekte der Markteintrittsstrategien im Ausland kritisch bewerten können,</li> <li>- Erste Selbstorganisation und -motivation beim Umgang mit englischsprachigen Texten gewinnen;</li> <li>- ihre englische Fach-Sprachkompetenz (lesen/sprechen/schreiben) praxisnah verbessern;</li> <li>- ihre Teamfähigkeit im Rahmen von Mini-Case Studies unter Beweis stellen</li> <li>- Auf diese Weise sollen die Studierenden erste Schlüsselqualifikationen für eine international orientierte Berufstätigkeit gewinnen.</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The decision whether to internationalize <ul style="list-style-type: none"> <li>o Global marketing in the firm</li> <li>o Development of the firm's international competitiveness</li> </ul> </li> <li>- Deciding which markets to enter / Market entry strategies <ul style="list-style-type: none"> <li>o Global marketing research</li> <li>o International market selection process</li> <li>o Choice of entry of mode</li> <li>o Global e-marketing</li> </ul> </li> <li>- Designing the global marketing programme <ul style="list-style-type: none"> <li>o Product decisions</li> <li>o Pricing decisions and terms of doing business</li> <li>o Place decisions</li> <li>o Promotion decisions</li> </ul> </li> <li>- Implementing and coordinating the global marketing programme</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht / Gastvorträge aus der Praxis					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Präsentation und Hausarbeit (max. 3.000 Worte) (Gewichtung jeweils 50%) in Englisch					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Ludger H. Opgenhoff					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Ludger H. Opgenhoff					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtliteratur in Englisch: Hollensen, Svend: Global Marketing – A Decision-Oriented Approach, 8th edition, FT-Prentice Hall, 2020. Aktuelle Presseartikel der internationalen Wirtschaftspresse, Vorlesungsskript Die Studierenden sind angehalten, regelmäßig den Wirtschaftsteil einer überregionalen Tageszeitung zu lesen sowie die englische Financial Times online in der Bibliothek.					

<b>IT-Projektmanagement / IT-Projekt</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT3340	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundlagen Projektmanagement (2 SWS) IT-Projekt ( 2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls			<b>Inhalte:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- die wesentlichen Inhalte, Konzepte und Methoden des Projektmanagements beschreiben sowie die Organisationsformen und Methoden des Projektmanagements, aber auch die Handhabung heute unabdingbarer Software-Werkzeuge erklären</li> <li>- die Erfolgsfaktoren von Projekten und die praxisgerechte sukzessive Vorgehensweise von der Problemstellung bis hin zur Umsetzung der projektbedingten Aufgaben skizzieren, aufbauorganisatorische (Aufgabendimension, Aufgabenträger, Projektorganisation)</li> <li>- sowie ablauforganisatorische Inhalte (Projektphasen, Planung, Kontrolle, Steuerung) diskutieren, phasenübergreifende (Netzplantechnik, Gantt-Diagramm, Checklisten) sowie phasenspezifische Methoden (Nutzwertanalyse, Kreativitäts-, Arbeitstechniken, ...) anwenden,</li> <li>- die Funktionen verschiedener Softwarewerkzeuge aufzeigen.</li> <li>- Durch die Bearbeitung von Fallstudien in Gruppen wird die Diskussionsbereitschaft und - befähigung ebenso wie die Teamfähigkeit der Teilnehmer/innen entwickelt.</li> </ul>			<b>IT-Projektmanagement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ziele und Zielkonflikte von Projekten</li> <li>- Organisation von Projekten</li> <li>- Projektorganisationsformen</li> <li>- Überblick Projektphasen</li> <li>- Methoden des Projektmanagements <ul style="list-style-type: none"> <li>• Phasenübergreifende Methoden</li> <li>• Phasenspezifische Methoden</li> </ul> </li> <li>- Agile Ansätze im Projektmanagement</li> </ul> <b>IT-Projekt</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kennenlernen softwaregestützter Planungswerkzeuge (z.B. MS Project)</li> <li>- Durchführung der Planung eines IT-Projektes</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur und schriftliche Ausarbeitung (Fallstudie 12-15 Seiten) (jeweils 50%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Olfert, K. (2016): Kompakt-Training Projektmanagement, 10. Auflage, Herne. Schelle, H.; Linssen, O. (2018): Projekte zum Erfolg führen: Projektmanagement systematisch und kompakt, 8. Auflage, dtv Beck. Glogger, B., Margetisch, J. (2014): Das Scrum-Prinzip: Agile Organisationen aufbauen und gestalten, Schäffer Poeschel.					

<b>E-Communication und Social Media Management</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT3350	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> E-Communication und Social Media Management (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ziele der Unternehmenskommunikation beschreiben</li> <li>- Verschiedene Arbeitstypen, Arten von Kooperation und Koordination unterscheiden</li> <li>- Den Aufbau von Webseites, Social Media Profile verstehen</li> <li>- Für die entsprechenden Zielgruppen die geeigneten sozialen Netzwerke identifizieren und eine entsprechenden Content-Marketing Strategie ableiten</li> <li>- Social-Media-Aktivitäten planen, überwachen und steuern</li> <li>- Plattformen zur Kommunikation und Kooperation in ihrer Funktionalität und Einsatzmöglichkeit beurteilen und nutzen</li> <li>- Ziel ist, die kritische Auseinandersetzung mit den technologischen Möglichkeiten und die Selbstreflexion zu fördern sowie die Risiken und ethischen Aspekte einzuschätzen.</li> <li>- Die Möglichkeiten von AR / VR verstehen u einordnen</li> <li>- Die Arbeit mit verschiedenen Apps und Plattformenzur kooperativen Arbeit fördert die Selbstorganisation und soziale Interaktivität in der Gruppe. Sowohl der intellektuelle Diskurs wie das Erfahren der digitalen Kooperation fördert die Eigen- und Sozialkompetenz.</li> </ul>				<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmenskommunikation intern / extern und ihre Zielgruppen</li> <li>- Arbeitstypen und Koordination</li> <li>- Websites und Social Media</li> <li>- VR</li> <li>- Aktuell relevante Social Media Plattformen und deren User</li> <li>- Ziele des Social Media Marketing</li> <li>- Social Media Advertising Instrumente</li> <li>- Der Aufbau einer Facebook-Advertising Kampagne</li> <li>- Community-Management von sozialen Netzwerken inkl. Social Media Monitoring</li> <li>- Video- und Streaming-Advertising</li> <li>- Content-Marketing und Native Marketing</li> <li>- Social Commerce</li> <li>- Möglichkeiten von Social Media im B2B</li> <li>- Rechtliche Aspekte im Umgang mit Social Media</li> </ul>	
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Präsentation (50%) und zwei schriftliche Gruppenarbeiten (6-8 Seiten) (je 25%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Zerfaß, Handbuch Unternehmenskommunikation. 2023. Kreutzer, Praxisorientiertes Online Marketing 2023. Holmes, S. (2015): Social Media Marketing 2015: Steigern Sie Ihren Unternehmenserfolg mit Facebook, Twitter, XING & Co. Grabs, A. / Bannour, K. / Vogl, E. (2014): Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co., 3. Auflage. Schwarz, T. (2011): Leitfaden Online-Marketing Band 2: Das kompakte Wissen der Branche, 2. Auflage.					

<b>Differentielle &amp; Persönlichkeitspsychologie</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP3550	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Differentielle & Persönlichkeitspsychologie (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls können die Studierenden die wichtigsten Persönlichkeitstheorien erklären und exemplarische Persönlichkeits- und Fähigkeitsmerkmale beschreiben. Außerdem sind sie mit den Methoden zu deren Erfassung und ausgewählten Anwendungsbereichen vertraut. In diesem Zusammenhang können sie auch ihre eigenen Persönlichkeitseigenschaften reflektieren. Zudem werden sie in die Lage versetzt, auf die individuelle Persönlichkeit ihres Gegenübers einzugehen und damit im beruflichen Setting z.B. bessere Beziehungen zu Kunden und Mitarbeitern aufzubauen oder in Verhandlungssituationen erfolgreicher zu sein. Durch die Auseinandersetzung mit Methoden der Persönlichkeits- und Intelligenzdiagnostik verfügen die Studierenden am Ende des Moduls über wichtige psychologische Grundlagen für berufliche Aufgaben wie etwa die Personalauswahl und -entwicklung. Außerdem können sie die Vorteile und Probleme einer differentiellen Konsumentenpsychologie (z.B. bei der Bestimmung von Zielgruppen) einordnen. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ihre eigenen Persönlichkeitseigenschaften zu reflektieren und auf die individuelle Persönlichkeit ihres Gegenübers einzugehen und damit im beruflichen Setting z.B. bessere Beziehungen zu Kunden und Mitarbeitern aufzubauen oder in Verhandlungssituationen erfolgreicher zu sein.			<b>Inhalte:</b> – Paradigmen der Persönlichkeitspsychologie (Psychoanalyse, Behaviorismus, Humanismus, Eigenschaftsansatz, kognitive Perspektive, biologische Perspektive) – Persönlichkeitsmessung und Psychometrie – Persönlichkeitsbereiche (Temperament und interpersonelle Stile, Big Five, Intelligenz, Kreativität, Sozialkompetenz, Bedürfnisse und Motive, Interessen) – Persönlichkeitsentwicklung (genetische und Umwelteinflüsse, Geschlechterunterschiede, kulturelle Unterschiede) – Anwendungsfelder (Persönlichkeit und Berufserfolg, Persönlichkeit und Werbewirkung)		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtlektüre: Myers, D. G. (2014). <i>Psychologie</i> . Heidelberg: Springer. Asendorpf, J. B. (2015). <i>Persönlichkeitspsychologie für Bachelor</i> . Heidelberg: Springer. Ergänzende Literatur: Amelang, M. (2006). <i>Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung</i> . Stuttgart: Kohlhammer.					



<b>Psychologische Handlungskompetenz</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP3560	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 3.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Psychologische Handlungskompetenz (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls die psychologischen Prozesse beschreiben, die zwischen Sender und Empfänger einer Botschaft ablaufen. Neben den theoretischen Inhalten erwerben die Studierenden aber hauptsächlich Umsetzungskompetenz, sodass sie unterschiedliche Interaktionen im späteren beruflichen Kontext zielführender gestalten können. Sie können verschiedene Kommunikationstechniken anwenden, um z.B. in schwierigen Situationen ihre Ziele zu erreichen, andere bei der Problemlösung zu unterstützen oder hinderlichen Konflikten entgegenzuwirken. Sie sind in der Lage, Gruppendiskussionen durch den Einsatz von Moderationstechniken besser zu strukturieren und zielführender zu gestalten. Sie achten stärker auf ihre nonverbale Kommunikation und können diese dem Kontext angemessen einsetzen. Außerdem reflektieren sie die Herausforderungen interkultureller Kommunikation. Durch dieses Modul entwickeln die Studierenden psychologische Handlungskompetenz, die nicht nur für Wirtschaftspsycholog*innen in beratender Funktion, sondern auch als Fach- und Führungskraft in anderen Berufsfeldern eine sehr relevante berufspraktische Kompetenz darstellt.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Konzepte zur Beschreibung menschlicher Kommunikation</li> <li>– Grundtechniken wie aktives Zuhören und zirkuläres Fragen</li> <li>– Argumentieren, Präsentieren und Überzeugen</li> <li>– Nonverbale Kommunikation</li> <li>– Konfliktmanagement und Konfliktstile</li> <li>– Phasen der Konflikteskalation und phasenspezifische Interventionen</li> <li>– Gruppenmoderation: in Teams Inhalte erarbeiten, gemeinsam planen und entscheiden</li> <li>– Moderationstechniken im Moderationszyklus</li> <li>– Psychologische Gesprächsführung</li> <li>– Kommunikation im interkulturellen Kontext</li> <li>– Digitalisierung und virtuelle Kommunikation</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Präsentationsleistung, bei der ein Modulthema (z. B. ein Beratungsformat oder eine Konfliktlösungsstrategie als Rollenspiel) integriert ist.					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Präsentation					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Literatur Watzlawick, P., Beavin, J., Jackson, D. (2016). <i>Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien</i> . Göttingen: Hogrefe. Schulz von Thun, F.; Ruppel, J. & Stratmann, R. (2003). <i>Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte</i> . Reinbek: Rowohlt. Glasl, F. (2017). <i>Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater</i> . Bern: Haupt. Seifert, J.W. (2015). <i>Besprechungen erfolgreich moderieren: Kommunikationstechniken für Leiter und Teilnehmer</i> . Offenbach: GABAL. Cialdini, R.B. (2013). <i>Die Psychologie des Überzeugens</i> . Bern: Hogrefe.					

<b>Leistungsprozesse im Handel</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 4010	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Rahmenbedingungen des Handels (2 SWS) Leistungserstellung im Handel (2 SWS) Handelslogistik (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 – 40 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden erwerben mit dem erfolgreichen Abschluss des ersten Schwerpunktmoduls im Handel Verständnis für die gesamtwirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Handels. Sie sind mit den betriebswirtschaftlichen Besonderheiten von Handelsunternehmen gegenüber Industrieunternehmen vertraut, wobei die spezifischen logistischen Anforderungen einen Schwerpunkt darstellen. Sie können die unterschiedlichen Erscheinungsformen von Handelsunternehmen am Markt hinsichtlich ihrer Funktionsweisen unterscheiden und beherrschen die grundlegenden Zusammenhänge zwischen der Leistungserstellung und der Leistungsverwertung im Handel. Über spezifische Kenntnisse verfügen die Studierenden insbesondere in handelsbetrieblichen Leistungsbereichen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen des Handels</li> <li>– Einzelhandelsspezifische Gesetzgebung</li> <li>– Institutionen der Handelspolitik</li> <li>– Beschaffungslogistik im Handel</li> <li>– Distributionslogistik im Handel</li> <li>– Betriebsformen und Betriebstypen im Handel</li> <li>– Handelsbetriebliche Leistungsbereiche</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Referat im Teil „Leistungserstellung im Handel“					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*<sup>r</sup>:</b> Prof. Dr. Tim Eberhardt, Prof. Dr. Susanne Hohmann, Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Modulverantwortliche*<sup>r</sup>:</b> Prof. Dr. Tim Eberhardt					
<b>Sonstige Informationen:</b> Besonderheiten: Umfangreiches Literaturstudium zur Einarbeitung in den Schwerpunkt Literatur: Barth, K./ Hartmann M./Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, 7. Aufl. Wiesbaden 2015. Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, 11. Aufl., Wiesbaden 2020. Kehr, H./ Jahrmann, F.U.: Außenhandel, 14. Aufl., Ludwigshafen 2015. Knoppe, M./ Wild, M.: Digitalisierung im Handel, Springer Gabler 2018. Riekhof, H.C.: Retail Business in Deutschland, 2. Aufl., Wiesbaden 2008. Swoboda, B./ Foscht, T./Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement, Vahlen 2019.					

<b>Logistik I – Versorgungsmanagement</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 4020	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Funktionen d. Logistik und Beschaffungslogistik (4 SWS), Gesamtwirtschaftliche Aspekte der Logistik einschließlich Verkehrspolitik (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden werden in die Lage versetzt, grundlegende Fragen der Logistik zu diskutieren und dabei die einschlägige Fachterminologie zu gebrauchen. Sie verfügen über das Know-how, ein geeignetes Instrumentarium für die Materialversorgung von Industrie- und Handelsunternehmen auszuwählen und Transportalternativen zu beurteilen. Sie werden mit den verschiedenen Lagerungsalternativen vertraut gemacht und sind in der Lage, diese unter qualitativen und quantitativen Aspekten zu bewerten und für den jeweiligen Anwendungsfall geeignet zu konzipieren. Hierzu stehen ihnen Kenntnisse der Projektabwicklung zur Verfügung. Den Studierenden wird die Abgrenzung zwischen Logistik und Supply Chain Management erläutert und die Bedeutung des Supply Chain Managements wird herausgestellt. Auf Basis der erworbenen Kenntnisse aus der Veranstaltung „Gesamtwirtschaftliche Aspekte der Logistik einschließlich Verkehrspolitik“ sind sie imstande, Ziele, Instrumente und Probleme staatlicher Eingriffe in ausgewählten Bereichen der Verkehrspolitik zu beurteilen. Weiterhin erwerben sie die Fähigkeit, auf die jeweilige Verkehrspolitik mit Konzeptionen für geeignete logistische Strategien der Unternehmen zu antworten.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Funktionen der Logistik in Industrie und Handel und bei Logistikdienstleistern</li> <li>– Geschäftsprozesse der Logistik, Transport, Lagerung, Material- und Informationsfluss</li> <li>– Supply Chain Management</li> <li>– Effiziente Versorgung der Unternehmungen mit Waren und Dienstleistungen</li> <li>– Volkswirtschaftliche Bedeutung des Verkehrssektors</li> <li>– Grundlagen, Schwerpunkte und Instrumente der Verkehrspolitik</li> <li>– Europäische Verkehrspolitik, Verkehr und Umwelt</li> <li>– Verkehrssteuerung in Städten und Ballungsgebieten</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur und optionale Präsentation (bis 10% Bonus)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Studiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Susanne Hohmann, Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Susanne Hohmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Umfangreiches Literaturstudium zur Einarbeitung in den Schwerpunkt, Lösen von Fallstudien und Übungen, Verknüpfung von Theorie und Praxis wird durch Exkursionen und Fachvideos, Verknüpfung nationaler und internationaler Aspekte, Präsentation von Referaten Literatur: Hohmann, S. (2022): Logistik- und Supply Chain Management, SpringerGabler. Kummer, S. et al. (2018): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 4. Auflage, Pearson. Kuhn, A., Hellingrath, H. (2002): Supply Chain Management, Springer. Pfohl, H. C. (2018): Logistiksysteme, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 9. Auflage, Springer. Pfohl, H. C. (2016): Logistikmanagement, Konzeption und Funktionen, 3. Auflage, Springer. Schulte, C.: (2017): Logistik, 7. Auflage, Vahlen. Tempelmeier, H. Günther, H.-O. (2016): Produktion und Logistik, 12. Auflage, Springer. Vahrenkamp, R., Kotzab, H. (2017): Logistikwissen kompakt, 8. Auflage, De Gruyter					

<b>Bilanzanalyse und Rechnungslegung</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 4030	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Bilanzanalyse (2 SWS) Konzernrechnungslegung (2 SWS) Internationale Rechnungslegung (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 - 40 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können anhand eines konkreten Jahresabschlusses eine detaillierte Bilanzanalyse mit Kennzahlen selbst erstellen und diese Daten hinsichtlich der Finanz- und Ertragslage richtig interpretieren. Zudem können die Studierenden Einzel- und Konzernabschluss voneinander abgrenzen und dabei gleichzeitig die Bedeutung des Konzernabschlusses erkennen und Konsolidierungsmethoden anwenden. Die Studierenden beherrschen weiterhin als Grundlage die Systematik von HGB und IAS/IFRS und sind dabei in der Lage, sich mit den Unterschieden auf den Ausweis der Vermögens- und Ertragslage auseinanderzusetzen.			<b>Inhalte:</b> <u>Bilanzanalyse:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ableitung elementarer Jahresabschlusskennzahlen und ihres Aussagegehaltes hinsichtlich der Finanz- und Ertragslage</li> <li>- Finanzlage: Vermögens- und Kapitalstruktur, Deckungs- und Liquiditätsgrade, Cash-Flow</li> <li>- Ertragslage: Ertragsstruktur, Rentabilitätskennziffern</li> </ul> <u>Konzernrechnungslegung:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswirkungen des Unternehmenserwerbs auf den Einzelabschluss</li> <li>- Grundlagen, Auftragsstellungspflichten und Konsolidierungskreis zum Konzernabschluss</li> <li>- Inhalt und Form des Konzernabschlusses</li> <li>- Konsolidierung (Kapitalkonsolidierung, Schuldenkonsolidierung, Zwischenerfolgseliminierung, Aufwands- und Ertragskonsolidierung)</li> </ul> <u>Internationale Rechnungslegung:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Überblick über IAS/ IFRS</li> <li>- Beurteilung ausgewählter Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften nach IAS/ IFRS für den Einzelabschluss</li> <li>- Konzernabschluss nach IAS/ IFRS</li> <li>- Vergleich der Rechnungslegungssysteme</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Julia Lackmann					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Julia Lackmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Skript zur Lehrveranstaltung IAS/IFRS (ausgewählte aktuelle Standards) Wichtige Wirtschaftsgesetze, aktuelle Auflage, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe Herne/Berlin Aktuelle ergänzende Literaturempfehlungen werden zu Beginn des Semesters abgegeben. Aktuelle Geschäftsberichte/Jahresabschlüsse bekannter Unternehmen aus dem Bundesanzeiger					

<b>Kultur- und Freizeitwirtschaft</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 4050	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Kultur- und Freizeitwirtschaft (2 SWS); Kulturökonomie und Kulturpolitik (2 SWS); Veranstaltungsmanagement (2 SWS);			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 - 40 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b>			<b>Inhalte:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einschlägige Kenntnisse zu Branchenparametern, Methoden, Struktur und Funktionen in der Kultur- und Freizeitwirtschaft. Dazu gehören auch Lernergebnisse bezüglich Konzeption, Organisation und wirtschaftlicher Gestaltung zeitgemäßer Veranstaltungsprofile. Grundlagen der Kulturpolitik, Kulturökonomie und Kultursubvention bilden weitere Rahmenbedingungen für das Branchenverständnis.</li> <li>- Aneignung kommunikativer und interkultureller Kompetenz anhand fallbezogener Aufgabenstellungen im Kultur- und Freizeitmanagement. Suche, Nutzung und Verarbeitung spezifischer Marketing- und Managementparameter.</li> <li>- Angesichts ausgeprägt heterogener Erscheinungsformen in der Kultur- und Freizeitwirtschaft sollen die Studierenden jeweils ein individuelles und anwendungsorientiertes Verständnis- und Berufsprofil mit ausbildungsadäquaten Perspektiven auf dem Arbeitsmarkt entwickeln</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Branchensituation der Kultur- und Freizeitwirtschaft/Kennzahlen und deren soziologisch-demographischer Background</li> <li>- Management von Kultur- und Freizeitbetrieben und deren Programm- und Produktstruktur (Typologien, Methoden, Arbeitsweise)</li> <li>- Deutsche und europäische Kulturpolitik unter Einbezug struktureller Fragen und theoretischer Ansätze des Standortmarketings</li> <li>- Schwerpunkte und Perspektiven der Kreativwirtschaft</li> <li>- Grundelemente der Kulturökonomie und volkswirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Freizeitwirtschaft</li> <li>- Gesetzliche Vorgaben zum Veranstaltungsmanagement (Sicherheit: VStättVO, DGUV Vorschrift 17; Besteuerung ausländischer Künstler gem. § 50 EStG)</li> <li>- Verwertungs- und Versorgungssysteme der Kulturwirtschaft (GEMA/KSVG)</li> <li>- Kultursponsoring</li> <li>- Kulturmarketingmarketing</li> <li>- Audience Development</li> <li>- Theatermanagement</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*:</b> Prof. Dr. Helmut Hasenkox, Prof. Dr. Matthias Almstedt					
<b>Modulverantwortliche*:</b> Prof. Dr. Helmut Hasenkox					
<b>Sonstige Informationen:</b>					
Einführende Literatur:					
<p>Almstedt, M.: Wie geht Theater? Theatermanagement in der Praxis, Saarbrücken 2021.  Freericks, R. und Brinkmann, D. (Hrsg.): Handbuch Freizeitsoziologie, Wiesbaden 2015.  Güllemann, D.: Veranstaltungsmanagement, Event- und Messerecht, 6. Aufl., München 2013.  Germelmann, C.F.: Kultur und staatliches Handeln, Tübingen 2013.  Klein, A.: Kompendium Kulturmanagement, 4. Aufl., München 2017.  Klein, A.: Kulturpolitik – Eine Einführung, 3. Aufl., Wiesbaden 2009.  Opaschowski, H.W.: Einführung in die Freizeitwissenschaft, 5. Aufl., Wiesbaden 2008.</p>					
<b>Im Verlauf der Lehrveranstaltung werden weitere Literaturangaben gemacht, bzw. Materialien zur Verfügung gestellt.</b>					

<b>Planung und Aufbau betrieblicher Anwendungssysteme</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 4060	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 4. / Dualer SG 6.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Aufbau betrieblicher Anwendungssysteme (Praxisteil) (4 SWS) Planung betrieblicher Anwendungssysteme (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden lernen den Aufbau, das Customizing und die Funktionsweise eines ERP-Systems kennen. Sie erlernen Prozess-, Funktions- und Datenintegration an einem SAP R/3 Enterprise System. Sie erkennen den Wert integrierter Systeme für einen schnellen Informationsfluss im Unternehmen. Diese Erkenntnisse sind leicht auf andere Systeme transferierbar. Die Studierenden lernen grundsätzliche Ansätze und Methoden der Planung integrierter Anwendungssysteme kennen. Dazu gehören auch die inhaltlichen Grundlagen der Softwarelandschaftsplanung, der Aufwandsschätzung, der Risikoanalyse, der Softwareauswahl und -einführung. Die Studierenden sind in der Lage die Anforderungen eines Unternehmens mit einer geeigneten Methode zu erheben und in ein Pflichtenheft zur Softwareauswahl oder Individualsoftware-Erstellung zu übertragen. Das SAP ERP Wissen ist für die Studierenden ein zusätzliches Qualifikationskriterium. Die Studierenden können die Erkenntnisse – auch aus der Veranstaltung „Planung integrierter Systeme“ bereits bei Praxisphasen oder –arbeiten oder auch für den Berufsstart karrierefördernd einbringen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integration in ERP-Systemen</li> <li>- Betriebswirtschaftliche Prozesse der Logistik, des Rechnungswesens und sonstiger Module mit SAP ERP</li> <li>- Einführung betriebswirtschaftlicher Anwendungssysteme (ASAP-Modell)</li> <li>- Geschäftsprozessmodellierung in ARIS, ARIS Express und Igrafx</li> <li>- International eingesetzte Methoden zur Prozessmodellierung und Anforderungserhebung für Softwareauswahl oder Individualsoftwareentwicklung</li> <li>- Vorgehensweisen zur Erstellung von Pflichtenheften und Ausschreibungen</li> <li>- Vorgehensmodelle zur Softwareeinführung und Individualsoftwareentwicklung</li> <li>- Grundlagen zum Aufbau von Informationssystemen</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Anfertigung einer Präsentation und einer Managementsummary / Präsenz- und Nachbereitungsphase; Fallstudien bzw. Ausarbeitungen werden regelmäßig durchgesprochen					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Fallstudie inkl. Präsentation (50%), schriftliche Ausarbeitung mit zwei Teilen (50% (25 plus 25))					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangspo					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Eigene Skripte zum Thema, Anwendungssysteme, Dokumentationen der Anwendungssysteme SAP-ERP-Mandant mit Fallstudien und Übungsaufgaben, SAP-ERP-Unterlagen Freund, J.; Rücker, B.: BPMN 2.0, 2. Aufl., Hanser 2010. Balzert, H.: UML 2 in 5 Tagen, 2. korr. Nachdr., Herdecke 2007. Balzert, H.: Lehrbuch Softwaretechnik: Basiskonzepte u. Requirements Engineering, 3.Aufl., 2009. Brugger, R.: IT-Projekte strukturiert realisieren. Braunschweig 2005. Dern, G.: Management von IT-Architekturen, 3. durchges. Aufl. Braunschweig 2009. Theis, T.: Einstieg in VBA mit Excel, Bonn 2013.					

<b>IT-Recht</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT 4310	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe – Start zum SoSe 25	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> IT-Recht (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die besonderen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Durchführung von IT-Projekten zu erfassen und zu verstehen. Sie sollen in die Lage versetzt werden, die besonderen Anforderungen und Voraussetzungen bei der Beschaffung und dem Vertrieb von IT-Leistungen zu überblicken und zu beherrschen. Insbesondere sollen die speziellen vertragsrechtlichen Vorschriften über die Besonderheiten bei der Beschaffung von IT-Leistungen, sowie bei deren Vertrieb in ihrer Bedeutung überblickt werden. Darüber hinaus sollten die Studierenden in die Lage versetzt werden, IT-Leistungen im Unternehmen rechtskonform einzusetzen, insbesondere im Hinblick auf die Einhaltung datenschutzrechtlicher Bestimmungen. Schließlich sollen Sie die Kompetenz erlangen, rechtskonform den Aufbau von E-Commerce-Systemen gewährleisten zu können. Im Rahmen der zu erstellenden Hausarbeit sollen die Studierenden sich jeweils mit einem speziellen Thema aus dem o. g. Bereich intensiv auseinandersetzen und dies im Detail ausarbeiten.			<b>Inhalte:</b> – Wiederholung der Grundlagen des Vertragsrechts allgemein und Einordnung von IT-Leistungen – Vertragsrechtliche Besonderheiten bei IT-Leistungen, insb. hinsichtlich der Haftung für Mängel – Besonderheiten beim Vertragsschluss mittels IT, insbesondere E-Commerce – Grundlagen des Datenschutzrechts – Darstellung der aus Verbraucherschutz- und Wettbewerbsrecht zu beachtenden Vorschriften beim Betrieb von Online-Plattformen etc.		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Hausarbeit					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Hausarbeit					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe StudiengangSP0					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Digital Business und IT Management					
<b>Hauptamtlich Lehrender:</b> Prof. Dr. Stefan Mensler					
<b>Modulverantwortlicher:</b> Prof. Dr. Stefan Mensler					
<b>Sonstige Informationen:</b> Es werden jeweils aktuelle Versionen des BGB, des HGB, des BDSG sowie ggf. weiterer spezieller Gesetze benötigt, die in der Veranstaltung genannt werden. Literaturbeispiele: Härting, Nico, Internetrecht Hoeren, Thomas, IT-Vertragsrecht Koch, Frank A., Internet-Recht Moritz/Dreier, Rechtshandbuch zum E-Commerce Redeker, Helmut, IT-Recht in der Praxis Schneider, Jochen, Handbuch des EDV-Rechts Wülfing/Dieckert (Hrsg.), Praxishandbuch Multimediarecht					

<b>Ausgewählte Gestaltungsbereiche des Digital Managements</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT4350	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Ausgewählte Gestaltungsbereiche des Digital Managements ( 4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden erlernen die <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktuelle Anwendungen der digitalen Technologien</li> <li>• die Einsatzbereiche, Geschäftsmodelle</li> <li>• die Organisation, Chancen und Risiken</li> <li>• spezifische Methoden zur Planung von digitalen Technologien im Management</li> <li>• Begleitung durch ein angepasstes Projektmanagement</li> <li>• technischen, sozialen und rechtlichen Probleme des Technologieeinsatzes</li> <li>• Unterscheidung der digitalen und analogen Güter und Dienstleistungen, Prozesse und Geschäftsmodelle</li> <li>• Durch die Hausarbeiten werden die digital basierten Denkstrukturen und Handlungsmuster der Welt 4.0 erarbeitet. Die Studierenden erlernen die Handlungsmuster der digitalen Welt. Durch regelmäßige Rückkopplungsrunden erlernen die Studierenden die Auseinandersetzung mit den Chancen und Risiken des Technologieeinsatzes. Es wird durch fachliche Diskurse der strukturierte kritische Reflexionsprozess gefördert.</li> </ul>			<b>Inhalte: (exemplarische Themen)</b>  Digitalisierung in verschiedenen Branchen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Automotive</li> <li>- Elektronischer Handel</li> <li>- Gesundheitswesen</li> <li>- Industrie</li> <li>- Stationärer Handel</li> </ul> Spezialthemen der Digitalisierung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Industrie 4.0</li> <li>- Robotik-Einsatz</li> <li>- New Work Konzepte</li> <li>- Smart Cities</li> <li>- Mobilität</li> <li>- eHealth</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Hausarbeit (12-15 Seiten) mit Präsentation (jeweils 50%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann					
<b>Sonstige Informationen:</b>  Zu Beginn der Veranstaltung wird von der*dem Dozent*in eine Literaturliste zum jeweiligen Spezialthema herausgegeben.					



<b>Softwareentwurf und ERP-Systeme</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT4360	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 4.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Softwareentwurf (2 SWS) ERP-Systeme (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:			<b>Inhalte:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- grundsätzliche Ansätze und Methoden der Planung von Anwendungssysteme verstehen.</li> <li>- die inhaltlichen Grundlagen der Softwarelandschaftsplanung, der Aufwandsschätzung, der Risikoanalyse, der Softwareauswahl und -einführung nachvollziehen.</li> <li>- die Anforderungen eines Unternehmens mit einer geeigneten Methode erheben und in ein Pflichtenheft zur Softwareauswahl oder Individualsoftware-Erstellung zu übertragen.</li> <li>- den Aufbau, das Customizing und die Funktionsweise eines ERP-Systems skizzieren.</li> <li>- die Prozess-, Funktions- und Datenintegration an einem ERP-System beurteilen</li> <li>- technologische Aspekte der Einführung eines ERP-Systems verstehen.</li> <li>- Mit Kurzpräsentationen von Arbeitsergebnissen der Projektarbeit erwerben die Studierenden die Fähigkeit, auf angemessenem fachlichem wie sprachlichem Niveau zu kommunizieren.</li> </ul>			<b>Softwareentwurf</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planung von Anwendungssystemen in Anwendungslandschaften</li> <li>- International eingesetzte Methoden zur Anforderungserhebung für Softwareauswahl oder Individualsoftwareentwicklung</li> <li>- Vorgehensweisen zur Erstellung von Pflichtenheften und Ausschreibungen</li> <li>- Vorgehensmodelle zur Softwareeinführung und Individualsoftwareentwicklung</li> </ul> <b>ERP-Systeme</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Betriebswirtschaftlicher Aufbau von ERP-Systemen</li> <li>- Technologischer Aufbau von ERP-Systemen</li> <li>- Einführung von ERP-Systemen (ASAP-Modell, SAP Activate)</li> <li>- Administration von ERP-Systemen</li> <li>- Simulationsprojekt im Bereich der ERP-Systeme</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Anfertigung einer Präsentation und einer Managementsummary / Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Fallstudie inkl. Präsentation (50%), schriftliche Ausarbeitung mit zwei Teilen (50% (25 plus 25))					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Prüfungsleistung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Eigene Skripte zum Thema, Anwendungssysteme, Dokumentationen der Anwendungssysteme SAP-ERP-Mandant mit Fallstudien und Übungsaufgaben, SAP-ERP-Unterlagen Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, 7. aktualisierte Aufl., Wiesbaden 2013. Brugger, IT-Business Case, Berlin, 2. korr. u. erw. Aufl., Heidelberg 2009. Balzert, Heide: UML 2 in 5 Tagen, 2. korr. Nachdr., Herdecke 2007. Balzert, Heide: Lehrbuch der Softwaretechnik: Basiskonzepte und Requirements Engineering, 3. Aufl., Heidelberg 2009. Brugger, R.: IT-Projekte strukturiert realisieren. Braunschweig 2005. Dern, G.: Management von IT-Architekturen, 3. durchges. Aufl. Braunschweig 2009. Theis, T.: Einstieg in VBA mit Excel, Bonn 2013.					

<b>Marketing und Konsumentenverhalten</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP4550	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 4.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Marketing und Marktforschung (4 SWS) Konsumentenverhalten (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können die Rolle und Aufgaben der Marktforschung im Marketing abschätzen sowie den Ablauf eines Marktforschungsprojektes strukturieren und anwenden. Sie werden befähigt, Marktforschungsmethoden hinsichtlich ihrer Eignung für konkrete Marketingprobleme zu analysieren, Anwendungsrestriktionen zu bewerten und die Qualität von Marktforschungsergebnissen zu beurteilen. Die Studierenden können die Bedeutung des Konsumentenverhaltens für ein zielgerichtetes Marketing einordnen, Erklärungsmodelle des Käuferverhaltens interpretieren und Kaufprozesse anhand ihrer zentralen Determinanten analysieren und werten. Sie lernen innerhalb klassischer und innovativer Lehrmethoden Erkenntnisse der Kaufverhaltensforschung für die Marketing-Praxis anzuwenden, um fundierte Marketing-Entscheidungen zu treffen und gezielt Einfluss auf Kaufprozesse zu nehmen. Zudem werden Möglichkeiten und Grenzen von Werbung aufgezeigt.			<b>Inhalte:</b> - Wissen über Märkte und Marketinginformationssystem - Methoden der Informationsgewinnung, z.B. Befragung und Online Marktforschung - Analyse des Käuferverhaltens und Marktsegmentierung - Methoden im Kundenmanagement, z.B. Kundenzufriedenheitsanalyse, Bestimmung des Kundenwerts - Situationsanalyse, insb. Umweltfaktoren, Trends und Marktprognosen - Grundlagen des Konsumentenverhaltens - Psychische Erklärungsstrukture des Konsumentenverhaltens - Weitere Determinanten des Konsumentenverhaltens - Konsumentenverhalten und Marke - Kaufverhalten in Kundenbeziehungen - Aspekte der Werbepsychologie		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Präsentation (30%) und Klausur (70%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Tim Eberhardt					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Tim Eberhardt					
<b>Sonstige Informationen:</b> Literatur Felser, G. (2015), Werbe- und Konsumentenpsychologie, Springer Verlag, Heidelberg. Berekoven, L., Eckert, W. und P. Ellenrieder (2009), Marktforschung, Gabler Verlag, Wiesbaden. Bruhn, M. (2019), Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Gabler Verlag, Wiesbaden. Esch, F.-R., Herrmann, A., Sattler, H. (2017), Marketing. Eine managementorientierte Einführung. 5., Auflage, Vahlen Verlag, München. Foscht, Th., Swoboda, H. und H. Schramm-Klein (2017), Käuferverhalten. Grundlagen - Perspektiven - Anwendungen. 6. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden. Kreutzer, R.T., (2018), Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. 3. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden. Kuß, A., Wildner, R. und H. Kreis (2018), Marktforschung, 6. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden. Meffert, H., Burmann, Ch., Kirchgeorg, M. und M. Eisenbeiß (2019), Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele. 13. Auflage. Gabler Verlag, Wiesbaden.					

<b>Arbeits- &amp; Organisationspsychologie</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP4560	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 4.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Grundlagen der A&O-Psychologie (Vorlesung, 4 SWS) Angewandte A&O-Psychologie (Übung, 2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> ca. 40 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden wichtige Einflussgrößen des Erlebens und Verhaltens am Arbeitsplatz benennen und reflektieren. Sie sind in der Lage, verschiedene Handlungsempfehlungen und Verbesserungsvorschläge zu entwickeln, um z.B. die Zufriedenheit und Motivation in der Belegschaft zu fördern oder die Kundeninteraktion zu verbessern. Sie kennen die damit einhergehenden Methoden zur Arbeitsplatzanalyse und können diese in der Praxis einsetzen. Sie sind mit den wesentlichen Faktoren betraut, die ein psychologisches Personalmanagement erfolgreich machen und können aus personalpsychologischen Forschungsergebnissen evidenzbasierte Interventionen ableiten. Außerdem können sie verschiedene formelle und informelle Regeln, Strukturen und Prozesse in Organisationen identifizieren und diese in ihr Handeln einbeziehen. Sie können den Ablauf und die Methoden der Organisationsentwicklung beschreiben und so den Erfolg oder Misserfolg betrieblicher Veränderungsinitiativen besser einschätzen.			<b>Inhalte:</b> Teil I: Grundlagen - Geschichte der A&O-Psychologie - Methoden der A&O-Psychologie Teil II: Arbeit - Arbeitsanalyse und Bewertung - Formen des Arbeitsverhaltens - Arbeitsmotivation und Zufriedenheit - Psychologie der Arbeitssicherheit - Dienstleistungsarbeit und Kundenzufriedenheit Teil III: Personal - Personalmarketing - Personalauswahl - Leistungsbeurteilung - Personalentwicklung Teil IV Organisation - Interaktion, Kommunikation und Konflikt - Teamarbeit - Führung von Mitarbeitern - Organisationskultur - Organisationsentwicklung Teil V: Zukunft der Arbeit (insbes. Digitalisierung)		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur und Präsentation (Gewichtung: 50/50)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur und bestandene Präsentation					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtlektüre: Nerdinger, F.W., Blickle, G. & Schaper, N. (2014). <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i> . Heidelberg: Springer. Kauffeld, S. (2014). <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie</i> . Heidelberg: Springer. Ergänzende Literatur: Ulich, E. (2011). <i>Arbeitspsychologie</i> . Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Schuler, H. & Kanning, U.P. (2014). <i>Lehrbuch der Personalpsychologie</i> . Göttingen: Hogrefe. Bildat, L. & Warstza, T. (2018). <i>Psychologie im Human Resource Management</i> . Lengerich: Pabst.					

<b>Handelsmanagement</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 5010	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 5. / Dualer SG 7.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Strategisches Management im Handel (4 SWS) Marketing Management im Handel (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 – 40 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden entwickeln im zweiten Schwerpunktmodul Handel Verständnis für die Herausforderungen, die sich dem Handel im Hinblick auf eine nachhaltige Sicherung des Unternehmenserfolges stellen. Sie erwerben Kenntnisse über die Methoden und Instrumente, die es erlauben, handelsrelevante Veränderungen im Unternehmensumfeld wie Konzentrationstendenzen, Veränderungen im Verbraucherverhalten oder die Auswirkungen der zunehmenden internationalen Verflechtungen zeitig zu erkennen und darauf durch eine entsprechende Ausgestaltung der Managementpolitik adäquat zu reagieren. Insbesondere die Informationsgrundlagen des Handelsmanagements werden dazu vertieft. Neben aktuellen Entwicklungen im Handelsmanagement sind die Studierenden vertraut mit den relevanten Kompetenzfeldern des Handelsmarketings, in denen sie über das erforderliche Handlungswissen verfügen. Die Studierenden kennen die Problemstellungen, die sich aus der fortschreitenden Auslandsexpansion von Handelsunternehmen ergeben und sind in der Lage, die Erfolgsträchtigkeit alternativer internationaler Strategieoptionen einzuschätzen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategische Rahmenbedingungen im Handel</li> <li>- Positionierungs- und Profilierungsstrategien von Handelsunternehmen</li> <li>- Kompetenzfelder des Marketing Managements im Handel</li> <li>- Umsetzung von Einzelhandelskonzepten durch Ausgestaltung der Handelsmarketingpolitik</li> <li>- Organisationsgestaltung und Führungskonzeption im Handel.</li> <li>- Kooperationen als strategische Option für Handelsunternehmen</li> <li>- Informationsgrundlagen im Handel</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> gemäß Bachelorprüfungsordnung					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur (70 %) und Präsentation (30 %)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Tim Eberhardt					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Tim Eberhardt					
<b>Sonstige Informationen:</b> Besonderheiten: Fallstudie WalMart (Internationalisierung im Einzelhandel) Literatur: Swoboda/Foscht/Schramm-Klein: Handelsmanagement, 4. Aufl., München 2019. Ahlert/Kenning/Brock: Handelsmarketing, 3. Aufl., Berlin 2020. Rudolph: Modernes Handelsmanagement, 3. Aufl., München 2013. Zentes/Swoboda/Morschett/Schramm-Klein (Hrsg.): Handbuch Handel, 2. Aufl., Wiesbaden 2012.					

<b>Logistik II – Operative Logistik</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 5020	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 5. / Dualer SG 7.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Innerbetriebliche Logistik (2 SWS); Distributions- u. Entsorgungslogistik (2 SWS); Management logistischer Projekte (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden werden in die Lage versetzt, grundlegende Fragen der innerbetrieblichen Logistik zu diskutieren und dabei die einschlägige Fachterminologie zu gebrauchen. Weiterhin sind sie in der Lage, die zur Steuerung innerbetrieblicher Prozesse in Industrie und Handel erforderliche Planungssoftware (PPS bzw. WWS) funktional zu verstehen. Die alternativen Distributionskanäle werden diskutiert und die Studierenden sind in der Lage, zwischen ihnen -je nach Anforderung- eine Auswahl zu treffen sowie ein Distributionssystem zu konzipieren. Im Bereich der Distributionslogistik werden aktuelle logistische Entwicklungen besprochen und diskutiert. Das Management logistischer Projekte kann durch ein Bündel von methodischen Vorgehensweisen sowie geeignete Software unterstützt werden. Die Studierenden werden hiermit vertraut gemacht und sind in der Lage, die Methoden anzuwenden. Der Kurs umfasst auch eine praktische Übung am System MS Project. Die begleitende Dokumentation logistischer Projekte wird ebenfalls ausführlich diskutiert, und die Kursteilnehmer*innen werden in die Lage versetzt, derartige Dokumentationen zu strukturieren und in der Praxis mit Leben zu füllen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Funktionen der innerbetrieblichen Logistik in Industrie, Handel und bei Logistikdienstleistern</li> <li>- Fabrikplanungsfunktionen</li> <li>- Materialfluss- und Informationsflussgestaltung</li> <li>- Produktionsplanung und -steuerung</li> <li>- Ladenbau</li> <li>- Warenwirtschaftliche Funktionen des Handels</li> <li>- Distributionsprozesse</li> <li>- Entsorgungslogistische Prozesse</li> <li>- Strukturierung logistischer Projekte, Durchführungsmethoden und -tools</li> <li>- Management logistischer Projekte</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> gemäß Bachelorprüfungsordnung					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Susanne Hohmann					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Susanne Hohmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Verknüpfung von Theorie und Praxis durch Exkursionen und Fachvideos, Erarbeitung des Stoffes anhand von Übungen und Fallstudien. Literatur: Arnold, D.; Isermann, H. et al. (Hrsg.) (2008): Handbuch Logistik, 3. Auflage, Springer. Hohmann, S. (2022): Logistik- und Supply Chain Management. Springer. Schulte, Christof (2017): Logistik, 7. Auflage, Vahlen. Pfohl, H.-C. (2018): Logistiksysteme, 9.Auflage, Springer. Zelewski, S.; Hohmann, S.; Hügens, T. (2008): Produktionsplanungs- und -steuerungssysteme, Oldenbourg.					

<b>Finanzmanagement</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 5030	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 5. / Dualer SG 7.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Finanzmanagement (2 SWS) Fallstudien zum Finanzmanagement (2 SWS) Seminar Finanzierungsinstrumente und – politik (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30-40 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden sind nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul in der Lage, die Gestaltungsbereiche des betrieblichen Finanzmanagements zu beschreiben, exemplarische Fragestellungen zu benennen und Ansätze für eine zielorientierte Analyse dieser Fragestellungen zu identifizieren. Sie kennen die Bedeutung der Innenfinanzierung und können Entscheidungen in ihrer Wirkung auf die Innenfinanzierung beurteilen. Die Formen der Außenfinanzierung können Sie systematisieren und hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die Finanzierungskosten, die Finanzierungsflexibilität und die Liquidität des Unternehmens analysieren. Für die unterschiedlichen Finanzierungsformen können die Studierenden die Kapitalkostenkomponenten einschätzen und Beeinflussungsmöglichkeiten durch das Finanzmanagement aufzeigen. Die zentralen finanzwirtschaftlichen Risiken können dargestellt und Instrumente der Risikomodulation in ihrer Wirkung eingeschätzt werden. Die Studierenden können einer Fachdiskussion im Bereich des Finanzmanagements folgen sowie eine fundierte Meinung zu aktuellen Themen der Unternehmensfinanzierung formulieren und vertreten. Sie kennen wichtige Fachpublikationen zum Finanzmanagement und können diese selbständig themenzentriert auswerten.				<b>Inhalte:</b> - Traditionelle und wertorientierte Ziele im Finanzmanagement - Finanzplanung und Gestaltungsbereiche der Innenfinanzierung - Working Capital Management - Beschaffung von Eigenkapital über die Börse (Public Equity) und außerhalb der Börse (Private Equity) - Beschaffung von langfristigem Fremdkapital - Mezzanine Finanzierungen - Kapitalkosten und Kapitalstrukturentscheidung - Internationale Dimension der Finanzwirtschaft - Fallstudien zu finanzwirtschaftlichen Themen - Aktuelle Themen des Finanzmanagements	
<b>Lehrformen</b> Seminaristischer Unterricht; Fallstudienbearbeitung und Diskussion von Fachthemen in Seminarform					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> gemäß Bachelorprüfungsordnung					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur (60 %), Semesterleistung (40%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. K. Kampmann					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. K. Kampmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Veranstaltungsbegleitende Studienunterlagen Bösch, Martin: Finanzwirtschaft – Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, 4. Aufl., München 2019. (Online-Ressource – WHS Bib) Guserl, Richard/Pernstein, Helmut: Finanzmanagement Grundlagen – Konzepte – Umsetzung, 2. Aufl., 2015. (Online-Ressource – WHS Bib) Perridon, Louis/Steiner, Manfred/Rathgeber, Andreas W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, München 2017. (Online-Ressource – WHS Bib) Paul, S./Horsch, A./Kaltfofen, D. u.a.: Unternehmerische Finanzierungspolitik: eine wertorientierte Einführung, Stuttgart 2017.					

<b>Medienwirtschaft und Entertainment</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 5050	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 5. / Dualer SG 7.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltung:</b> Medienwirtschaft u. Entertainment (2 SWS) Social Media Marketing (2 SWS) Medienrecht und Mediacontent (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 - 40 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Lehrveranstaltung zeigt auf, wie sich die medialen Informationsinhalte innerhalb der Kultur- und Freizeitwirtschaft sowie die Parameter ihrer Vermittlungs- und Entstehungsbedingungen in einem permanenten Wandlungsprozess befinden und wie die Branche darauf reagiert. Die Studierenden verstehen das strategische Management und dessen operative Umsetzung in diesem Zusammenhang als wesentlichen Erfolgsfaktor. Grundlegend hierfür kennen die Studierenden die medienrechtlichen Rahmenbedingungen sowie die des Contentmanagements. Sie verstehen die Mechanismen der Produktentwicklung in den Bereichen Medienwirtschaft und Entertainment und die dazu erforderlichen Instrumente des Social Media Marketing. Die Studierenden erhalten darüber hinaus Einblick in die personalwirtschaftlichen Grundlagen im Umgang mit Beschäftigten der darstellenden und gegenständlichen Kunst sowie Redakteur*innen und Moderator*innen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikations- und medienwissenschaftliche Grundlagen</li> <li>- Medienwirtschaft und Entertainment (Methodenwissen, Instrumente, Branchenstruktur und Arbeitsweise)</li> <li>- Beschreibung und Analyse der Medienkonvergenz</li> <li>- Markenaufbau, Markenbildung, Kommunikationsmarke</li> <li>- A &amp; R Management, Artist Development</li> <li>- Social Media Marketing</li> <li>- Medienwandel: Funktionsweise und Zukunft der Online- sowie Social-Medien</li> <li>- Contentselling</li> <li>- Contentwriting/Contentfinding</li> <li>- Grundlagen Medienrecht</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> gemäß Bachelorprüfungsordnung					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Mosuls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft und International Business Studies					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Helmut Hasenkox, Prof. Joerg Fischer					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Helmut Hasenkox					
<b>Sonstige Informationen:</b> <u>Literatur:</u> Burghart, Marina/ Hampl, Christine: Künstleraufbau und –vermarktung auf dem deutschen Musikmarkt, Saarbrücken 2007. Engh, Marcel: Popstars als Marke – Identitätsorientiertes Markenmanagement für die musikindustrielle Künstlerentwicklung und –vermarktung, Wiesbaden 2006. Faulstich, W.: Medienwissenschaft, Paderborn 2004. Fischer, J.: Medienrecht und Medienmärkte, Berlin 2008. Gensch, Gerhard/ Stöckler, Eva Maria/ Tschmuck, Peter (Hrsg.): Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion – Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft, Wiesbaden 2009. Gläser, M.: Medienmanagement, 3. Aufl., München 2014. Graf, Ch.: Einführung in die Medienwirtschaft, München 2014. Kamps, Ingo: Performance Marketing: der Wegweiser zu einem mess- und steuerbaren Marketing: Einführung in Instrumente, Methoden und Technik, 2018. Kreutzer, Ralf T.: Social-Media-Marketing kompakt: Ausgestalten, Plattformen finden, messen, organisatorisch verankern, 2018. Lammenet, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Facebook-Werbung, 8. Auflage, Wiesbaden 2021. Schwartzmann, R. (Hrsg.): Praxishandbuch Medien - IT- und Urheberrecht, 4. Aufl., Heidelberg, München et al. 2018. Im Verlauf der Lehrveranstaltung werden weitere Literaturangaben gemacht, bzw. Materialien zur Verfügung gestellt.					

<b>Projekt- und IS-Management</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 5060	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 5. / Dualer SG 7.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Projektmanagement (2 SWS) IS-Management ( 4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden erlernen die Grundlagen und praktische Anwendungen für die Organisation, Planung und Kontrolle von Projekten. Dazu gehört insbesondere die Erstellung von Projektplänen anhand von Fallstudien. Die Studierenden lernen grundsätzliche Ansätze der Planung, Organisation, Steuerung und Kontrolle der IT kennen. Dazu gehören die Steuerung und Planung des IS- Managements; Sie erlernen die wesentlichen Theorien und Methoden des IS-Managements. Sie erlernen die Inhalte und die Erstellung von Projektanträgen und Business Cases sowie die Priorisierung.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektmanagement; Projektplanung und -kontrolle.</li> <li>- Arbeit mit einem Projektmanagementwerkzeug</li> <li>- Demand und Supply von IT im Unternehmen sowie IT-Prozesse</li> <li>- Vorgehensmodell zur IT Strategieerstellung, wesentliche Inhalte einer IT-Strategie</li> <li>- Projektprogrammplanung mit den Schritten Projekt-Set up und –Initiierung, Risikomanagement und Value Management</li> <li>- Auseinandersetzung mit den internationalen Best-Practice Frameworks wie ITIL, COBIT, Prince2</li> <li>- Grundlegende Methoden des IT Controllings</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> gemäß Bachelorprüfungsordnung					
<b>Prüfungsform(en):</b> Präsentationen (50%) und Ausarbeitungen (50%) in beiden Lehrveranstaltungen.					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengang Wirtschaft					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Die Fallstudien / Ausarbeitungen werden regelmäßig durchgesprochen. Die Studierenden erlernen den State of the Art des modernen Projektmanagements und des IT-Mangements. Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Hofmann, Schmidt: Masterkurs IT Management, Wiesbaden 2010. Brugger, R.: IT Projekte strukturiert realisieren. 2. Aufl., Wiesbaden 2009. Brugger, R.: IT Business CASE. Wiesbaden 2005. Gadatsch, A.: IT Controlling, 5. Aufl, Springer-Vieweg 2013. Niemann, K.: Von der Unternehmensarchitektur zur IT-Governance, Wiesbaden 2005. Wieczorrek, Mertens: Management von IT-Projekten. 2. Aufl., Berlin 2007. Tiemeyer, E. (Hrsg.): Handbuch IT-Management, München 2006. Kesten, Müller, Schröder: IT Controlling, 2. Aufl., München 2013.					



<b>Geschäftsmodelle und Technologien der digitalen Transformation</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT5350	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Geschäftsmodelle und Technologien der Digitalen Transformation (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitale Plattformen in ihrer Funktionalität und hinsichtlich der technologischen und gesellschaftlichen Rolle beschreiben</li> <li>- Digitale Güter und Dienstleistungen sowie die Möglichkeiten in der Wertschöpfung einordnen.</li> <li>- digitale und analoge Geschäftsmodelle erkennen und integrieren;</li> <li>- neue Geschäftsmodelle mittels Design Thinking entwerfen und die Herausforderungen erkennen;</li> <li>- Vorgehensmodelle der digitalen Transformation anwenden und Treiber identifizieren;</li> <li>- konkrete Fälle digitaler Transformation analysieren und Maßnahmen für den Change Prozess ableiten;</li> <li>- Megatrends und Innovationspotenziale der Zukunft erkennen und analysieren.</li> <li>- Die fachliche Erarbeitung der Geschäftsmodelle und Technologien fördert die Fachkompetenz und das Verständnis in die Funktionsweise der digitalen Welt. Durch an Modellen orientierte fachliche Diskussion erlernen sie die kritische und reflektierte Auseinandersetzung mit diesen. Durch Arbeitsaufgaben und Einsatz von Fallstudien wird der fachliche Diskurs in der Gruppe und somit die Fach- und Sozialkompetenz gefördert.</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen und Begriffsbestimmung von E-Business und Industrie 4.0</li> <li>- Gesellschaft, Technologie, Wirtschaft, Arbeit und Politik im Kontext der Digitalisierung</li> <li>- Technologische Grundlagen und Enabler digitaler Transformation</li> <li>- Digitalisierung, Begriffsdefinition, Inhalte im Kontext sozialer, gesellschaftlicher und ökonomischer Auswirkungen</li> <li>- Digitale Wertschöpfung und digitaler Wertschöpfungsprozess</li> <li>- Informationsgesellschaft und Plattformwirtschaft</li> <li>- Business Model Transformation</li> <li>- Generierung und Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle</li> <li>- Vorgehensmodelle der digitalen Transformation</li> <li>- Design Thinking</li> <li>- Fallstudien zur digitalen Transformation</li> <li>- Change Management und agile Organisation</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Schriftliche Ausarbeitungen, Fallstudie und Hausarbeit jeweils 12-15 Seiten (jeweils 50%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Gärtner, C., Heinrich, C. (2018). Fallstudien zur Digitalen Transformation: Case Studies für die Lehre und praktische Anwendung. Wiesbaden: Springer Gabler. Kollmann, T., Schmidt, H. (2016). Deutschland 4.0: Wie die Digitale Transformation gelingt. Wiesbaden: Springer Gabler.					

- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt am Main: Campus.
- Schallmo, D. R. A. (2016). Jetzt digital transformieren: So gelingt die erfolgreiche Digitale Transformation Ihres Geschäftsmodells. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Gassmann, O.; Frankenberger, K.; Csik, M. (2017). Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. SpringerHanser.

<b>Big Data Analytics und KI / IT-Management</b>					
<b>Modulnummer:</b> IT5360	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Big-Data Analytics (2 SWS) IT-Management (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Management-Entscheidungen durch Informationsbeschaffung von internen und externen unterstützen,</li> <li>• Big Data Analytics erklären und Lösungsvorschläge entwickeln.</li> <li>• quantitative und qualitative Daten analysieren.</li> <li>• grundsätzliche Methoden aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz bewerten und anwenden,</li> <li>• ermittelte Erkenntnisse durch Einsatz von statistische und mathematischen Methoden gewinnen.</li> <li>• die Aufgabenfelder des IT-Managements verstehen.</li> <li>• können Angebots- und Nachfrageseite der IT unterscheiden.</li> <li>• Wirtschaftlichkeit, Risiko, Nutzen von IT-Lösungen ermitteln.</li> <li>• eine Anwendungslandschaft analysieren und verstehen, dass diese die Planungsgrundlage einer wirtschaftlich arbeitenden IT ist.</li> <li>• verstehen, dass IT-Projekte zentral geplant und priorisiert werden müssen (Portfoliomanagement).</li> <li>• Die erlernte und geförderte Fachkompetenz ermöglicht die spätere Übernahme von Führungsaufgaben im Projekt- und IT-Management.</li> <li>• Die Auseinandersetzung mit Big Data Analytics/KI fördert die eigene Analytik, Abstraktionsfähigkeit und das algorithmische Denken. Es erfolgt die kritische Auseinandersetzung mit datenbasierten Algorithmen im Hinblick auf Ethik, Gesellschaft und Politik in fachlichen Gruppendiskussionen.</li> </ul>			<b>Inhalte:</b> <b>Big Data Analytics und künstliche Intelligenz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung und Begriffsabgrenzungen im Bereich Big Data Analytics</li> <li>- Unterschiede strukturierte und unstrukturierte Daten</li> <li>- Komponenten einer BI-Lösung (Data Warehouse, Data Mart, OLAP Data Mining)</li> <li>- Statistische und mathematische Methoden</li> <li>- Entscheidungsbäume ("Random Forests"), Neuronale Netzwerke, Logistische Regression</li> <li>- Sentiment-Analyse</li> <li>- Methoden der Künstlichen Intelligenz (z.B. Machine Learning)</li> </ul> <b>IT Management</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Demand und Supply von IT im Unternehmen sowie IT-Prozesse</li> <li>- Vorgehensmodell zur IT Strategieerstellung, wesentliche Inhalte einer IT-Strategie</li> <li>- Projektprogrammplanung, Risikomanagement und Value Management</li> <li>- International eingesetzte Frameworks wie ITIL, COBIT, PMBok für die IT</li> <li>- Grundlagen Risikomanagement und Innovationsmanagement in der IT</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht mit Arbeitsaufgaben / Einsatz von Fallstudien / Übungsaufgaben für die Präsenz- und Nachbereitungsphase					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> zwei Präsentationen (jeweils 50%)					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung insgesamt)					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Digital Business und IT Management					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann, Prof. Dr. Jürgen Propach					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Karin Küffmann					
<b>Sonstige Informationen:</b> Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung anhand folgender Literatur: Kemper, H.-G.; Baars, H.; Mehanna, W.: Business Intelligence - Grundlagen und praktische Anwendungen, Wiesbaden, 2010. Müller, R. M.; Lenz, H..J.: Business Intelligence, Berlin, 2013. Runkler, T.: Data Mining: Methoden und Algorithmen intelligenter Datenanalyse, Wiesbaden, 2015. Hofmann, Schmidt: Masterkurs IT Management, Wiesbaden 2010. Brugger, R.: IT Projekte strukturiert realisieren. 2. Aufl., Wiesbaden 2009. Krcmar: Informationsmanagement, 5. Aufl., Berlin 2009.					

Niemann, K.: Von der Unternehmensarchitektur zur IT-Governance, Wiesbaden 2005.  
Wieczorrek, Mertens: Management von IT-Projekten. 2. Aufl., Berlin 2007.  
Tiemeyer, E. (Hrsg.): Handbuch IT-Management, München 2006.

<b>Empirisches Projekt</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP5540	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Empirisches Projekt (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 35 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Am Ende dieses Moduls können die Studierenden die forschungsmethodischen Fertigkeiten, die sie sich im Vorfeld angeeignet haben, auf ein konkretes Forschungsprojekt anwenden. Sie können die Güte empirischer Studien beurteilen und auch eigenständig Forschungsprojekte durchführen. Sie können den Prozess des empirischen Arbeitens beschreiben und anwenden. Sie verstehen die dahinterliegenden Prinzipien des wissenschaftlichen Erkenntnisgewinns. Sie können sowohl die theoretischen Vorarbeiten vornehmen und eine korrespondierende Untersuchung planen, als auch qualitative und quantitative Methoden zur Beantwortung einer konkreten empirischen Fragestellung anwenden. Sie können empirische Daten erheben, auswerten und interpretieren sowie empirische Befunde aufbereiten und präsentieren. Sie verfügen über die notwendigen Kompetenzen für ein evidenzbasiertes Vorgehen in der beruflichen Praxis (z.B. bei der Evaluation betrieblicher Interventionen, bei Mitarbeiter*innenbefragungen oder in der Marktforschung).			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Selbstständige Entwicklung einer empirischen Fragestellung inkl. Hypothesenbildung oder qualitativer Forschungsfragen</li> <li>– Projektbezogene Literaturbeschaffung</li> <li>– Planung und Durchführung einer empirischen Studie zu einer empirischen Fragestellung</li> <li>– Erheben, Erfassen und softwaregestützte Auswertung qualitativer oder quantitativer Daten</li> <li>– Interpretation und Diskussion der Datenauswertung inkl. kritischer Würdigung der Limitationen des Untersuchungsdesigns</li> <li>– Mündliche Präsentation der Untersuchungsergebnisse im Hinblick auf die formulierte Fragestellung</li> <li>– Schriftliche Berichtlegung der Ergebnisse im Hinblick auf die formulierte Fragestellung</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> seminaristischer Unterricht inkl. Projekt- und Gruppenarbeit					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Hausarbeit (12-15 Seiten) und Ergebnispräsentation					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung)					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Literatur : Döring, N., & Bortz, J. (2016). <i>Forschungsmethoden und Evaluation</i> . Wiesbaden: Springer. Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2008). <i>Forschungsmethoden und Statistik in der Psychologie</i> . München: Pearson. Mey, G., & Mruck, K. (2010). <i>Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie</i> . Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Renner, K. H., Heydasch, T., & Ströhlein, G. (2012). <i>Forschungsmethoden der Psychologie. Von der Fragestellung zur Präsentation</i> . Wiesbaden. Deutsche Gesellschaft für Psychologie (Hrsg.). (2016). <i>Richtlinien zur Manuskriptgestaltung</i> . Göttingen: Hogrefe.					

<b>Klinische Organisationspsychologie</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP5550	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Gesundheitspsychologie (4 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 72 h	<b>Selbststudium:</b> 78 h	<b>Gruppengröße:</b> 35 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden Gesundheit und Krankheit aus verschiedenen Perspektiven betrachten und voneinander unterscheiden. Sie können Theorien und empirische Befunde zum Gesundheitsverhalten interpretieren und daraus Interventionen für die Verhaltensprävention ableiten. Sie kennen wichtige Belastungen und Ressourcen am Arbeitsplatz und Methoden, um diese zu identifizieren und zu beurteilen. Dadurch können Sie auch Interventionen für die Verhältnisprävention ableiten. Darüber hinaus können sie typische Krankheitsbilder aus dem betrieblichen Arbeitsunfähigkeitsgeschehen erläutern (Big Four). Schließlich wissen Sie wie Organisationen Erfolg im Arbeitsschutz sowie in der betrieblichen Gesundheitsförderung durch ein ganzheitliches Management erreichen können. Mit den vermittelten Inhalten der klinischen Psychologie sind die Studierenden auch in der Lage, sich mit ihren persönlichen Werteinstellungen kritisch auseinanderzusetzen. Damit einher gehen positive Impulse für die persönliche und berufliche Entwicklung der Studierenden.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Gesundheit, Krankheit, Resilienz</li> <li>– Modelle des Gesundheitsverhaltens</li> <li>– Persönlichkeit, soziale Unterstützung und Gesundheit</li> <li>– Big Four: Übergewicht, Sucht, Burnout und Depression, Rückenleiden (Prävalenz, Ursachen, Erscheinungsformen, Prävention, Therapieansätze)</li> <li>– Betriebliches Gesundheitsmanagement</li> <li>– Gesundheitsorientierte Führung</li> <li>– Stressmanagementprogramme</li> <li>– Chancen und Risiken der Digitalisierung aus Sicht der Occupational Health Psychology</li> <li>– „smart BGM“</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Klausur					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandene Klausur					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige Studiengangspo					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtlektüre: Renneberg, B. & Hammelstein, P. (2006). <i>Gesundheitspsychologie</i> . Heidelberg: Springer. Uhle, T. & Treier, M. (2011). <i>Betriebliches Gesundheitsmanagement</i> . Heidelberg: Springer. Ergänzende Literatur: Zimolong, B., Elke, G. & Bierhoff, H. W. (2008). <i>Den Rücken stärken</i> . Göttingen: Hogrefe. Burisch, M. (2010). <i>Das Burnout-Syndrom</i> . Heidelberg: Springer.					

<b>Diagnostik und Evaluation</b>					
<b>Modulnummer:</b> WP5560	<b>Workload:</b> 300 h	<b>Credits:</b> 10	<b>Studiensemester:</b> 5.	<b>Häufigkeit:</b> WS	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Diagnostik und Evaluation (4 SWS) Übung (2 SWS)			<b>Kontaktzeit:</b> 108 h	<b>Selbststudium:</b> 192 h	<b>Gruppengröße:</b> 30 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls diagnostische Instrumente (z.B. strukturierte Interviews, Persönlichkeitsfragebogen, Intelligenztests, oder Verhaltensbeobachtungen im AC) anwenden und interpretieren und dadurch fundiertere Entscheidungen z.B. im Bereich der Personalauswahl und -entwicklung treffen. Sie können Anforderungsanalysen erstellen und sie sind in der Lage, die psychometrische Qualität unterschiedlicher Instrumente zu beurteilen. Dadurch verfügen sie über die Kompetenz, diagnostische Prozesse in der Praxis eigenständig zu entwickeln, umzusetzen und zu evaluieren. Darüber hinaus können sie den Entwicklungsweg psychologischer Test- und Fragebogenverfahren nachvollziehen und so im Rahmen der Testevaluation Empfehlungen für deren Optimierung ableiten. Darüber hinaus verstehen sie auch die Grundlagen von Evaluationsprozessen im Rahmen größer angelegter Interventionen aus der Personal- und Organisationsentwicklung. Sie sind in der Lage Evaluationsmodelle zu reflektieren und die Ergebnisse von Evaluationsstudien kritisch zu würdigen.			<b>Inhalte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gegenstand und Ziele von Diagnostik</li> <li>- Anforderungsanalyse und Kompetenzmodelle</li> <li>- Biographische Verfahren der Berufseignungsdiagnostik</li> <li>- Simulationsorientierte Verfahren der Berufseignungsdiagnostik</li> <li>- Konstruktorientierte Verfahren der Berufseignungsdiagnostik</li> <li>- Spezielle Verfahren (Personalbeurteilung, Teamdiagnostik)</li> <li>- Güte diagnostischer Verfahren</li> <li>- Gestaltung von Auswahlprozessen</li> <li>- Ethische und rechtliche Rahmenbedingungen der Personaldiagnostik</li> <li>- Testentwicklung- und Testevaluation</li> <li>- Evaluationsformen und -ebenen</li> <li>- Evaluationsdesigns</li> <li>- Kosten-Nutzen-Analyse</li> <li>- Diagnostik und Digitalisierung (e-Assessment, future skills, digital competence)</li> <li>- Erstellung und Präsentation eines psychologischen Gutachtens</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> Erstellung und Präsentation eines psychologischen Gutachtens (Hausarbeit 12-15 Seiten) zu einer selbstgewählten Fragestellung					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung)					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Prof. Dr. Kai Externbrink					
<b>Sonstige Informationen:</b> Pflichtlektüre: Schmidt-Atzert, L., & Amelang, M. (2012). <i>Psychologische Diagnostik</i> . Heidelberg: Springer. Schuler, H. (2014). <i>Psychologische Personalauswahl</i> . Göttingen: Hogrefe. Wottawa, H., & Thierau, H. (1998). <i>Lehrbuch Evaluation</i> . Bern: Huber. Ergänzende Literatur: Sarges, W. (2013). <i>Management-Diagnostik</i> . Göttingen: Hogrefe. Shadish, W. R., Cook, T. D., & Campbell, D. T. (2002). <i>Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference</i> . Boston: Houghton Mifflin. Döring, N., & Bortz, J. (2016). <i>Forschungsmethoden und Evaluation</i> . Wiesbaden: Springer.					

<b>Wahlfach</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 6501/6502	<b>Workload:</b> 150h/75h	<b>Credits:</b> 5/2,5	<b>Studiensemester:</b> 5. / Dualer SG 7. (Wirtschaft, Digital Business und IT Management) 3. (Wirtschaftspsychologie)	<b>Häufigkeit:</b> WS und SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> wechselndes Angebot			<b>Kontaktzeit:</b> 72h/36h	<b>Selbststudium:</b> 78h/39h	<b>Gruppengröße:</b> 15-20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden erhalten in einem nicht zum grundständigen betriebswirtschaftlichen Studium gehörendem Bereich fachliche Einblicke, die das bestehende Kompetenzprofil vertiefen oder erweitern. Die Studienangebote sind breit gestreut, es können auch Studienangebote aus anderen Fachbereichen wahrgenommen werden. Die Lernergebnisse sind abhängig von den gewählten Modulen – das Modul ermöglicht eine interessensgeleitete Beschäftigung mit Einzelthemen die den fachlichen wie außerfachlichen Horizont erweitern.			<b>Inhalte:</b> Exemplarische Inhalte der Module; Details in den jeweiligen Modulbeschreibungen: - Grundzüge des Arbeitsrechts (5 CP) - Investitionsmanagement (5 CP) - Ideen- und Selbstmanagement (5 CP) - Kostenmanagement (5 CP) - Kultur- und Freizeitwirtschaft vor Ort (2,5 CP) - DATEV-Musterfall (5 CP) - Modelle und Methoden des OR (2,5 CP) - Landeskunde oder Verhandlungstraining USA (2,5 CP) - Financial Reporting (5 CP)		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> z. B. Hausarbeit, Präsentation, Klausur, Übungsaufgaben					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bedingungen gemäß den spezifischen Modulbeschreibungen					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> entfällt, da keine Benotung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Diverse					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Diverse					
<b>Sonstige Informationen:</b> Siehe einzelne Modulbeschreibungen, zum Download auf der Homepage des Fachbereichs, je nach Angebot Die Studierenden wählen mindestens <b>ein Wahlfach mit 5 Credits</b> oder <b>zwei Wahlfächer</b> mit jeweils mindestens <b>2,5 Credits</b> aus.					



<b>Englischsprachiges Wahlfach</b>					
<b>Modulnummer:</b> IN 6504	<b>Workload:</b> 150h	<b>Credits:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 4.	<b>Häufigkeit:</b> SoSe	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen:</b> wechselndes Angebot in englischer Sprache			<b>Kontaktzeit:</b> 72h	<b>Selbststudium:</b> 78h	<b>Gruppengröße:</b> 15-20 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Die Studierenden erhalten in einem nicht zum grundständigen betriebswirtschaftlichen Studium gehörendem Bereich fachliche Einblicke, die das bestehende Kompetenzprofil vertiefen oder erweitern. Die Studienangebote sind breit gestreut, es können auch Studienangebote aus anderen Fachbereichen wahrgenommen werden. Die Lernergebnisse sind abhängig von den gewählten Modulen – das Modul ermöglicht eine interessensgeleitete Beschäftigung mit Einzelthemen, die den fachlichen wie außerfachlichen Horizont erweitern.			<b>Inhalte:</b> Exemplarische Inhalte der Module; Details in den jeweiligen Modulbeschreibungen: - European Studies - International Marketing - Applied international Economics - Business Process Simulation		
<b>Lehrformen:</b> Seminaristischer Unterricht					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine					
<b>Prüfungsform(en):</b> z.B. Hausarbeit (12-15 Seiten), Präsentation, Klausur, Übungsaufgaben					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> Bedingungen gemäß den spezifischen Modulbeschreibungen					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Wahlmodul im Bachelor-Studiengang International Business Studies					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Diverse					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Diverse					
<b>Sonstige Informationen:</b> Siehe einzelne Modulbeschreibungen, zum Download auf der Homepage des Fachbereichs, je nach Angebot Die Studierenden wählen mindestens ein englischsprachiges Wahlfach mit 5 Credits oder zwei englischsprachige Wahlfächer mit jeweils mindestens 2,5 Credits aus.					

<b>Development and Institutions of the European Union</b>					
<b>Modulnumber:</b> IN 6545	<b>Workload:</b> 90 h	<b>Credits:</b> 3	<b>Semester:</b> 1. (International Business Studies) 5./ Dualer 7. (Wirtschaft, Digital Business und IT Management) 3. (Wirtschaftspsychologie)	<b>Frequency:</b> WS	<b>Length:</b> 1 Semester
<b>Course:</b> Development and Institutions of the European Union			<b>Contact hours:</b> 32 h	<b>Self-study:</b> 58 h	<b>Group size:</b> 15 -20
<b>Learning outcomes /Competence:</b> Students are able - to distinguish the different stages of the process of European integration - to define the scope of national and European responsibilities in economic policies - to evaluate the current state of European integration and to identify the resulting problems			<b>Contents:</b> - aims and stages of European integration - main principles of European Union - institutions of EU - process of creating a European Constitution - Multiannual Financial Framework and annual EU-Budget		
<b>Teaching methods:</b> Lecture with active parts of students					
<b>Prerequisite for participation:</b> none					
<b>Form(s) of assessment:</b> presentation					
<b>Preconditions for CPs:</b> regular attendance and presentation					
<b>Appropriation of the module (courses):</b> Mandatory module in bachelor programme International Business Studies, Elective Module in Bachelor Wirtschaft, Digital Business und IT Management and Wirtschaftspsychologie					
<b>Portion of grade for final grade:</b> regulated in the respective StudiengangsPO					
<b>Lecturer responsible:</b> Prof. Dr. Johann Walter					
<b>Other information:</b> Literature: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weidenfeld, W., Europa von A-Z, 11. Aufl., Bonn 2009.</li> <li>▪ Senior Nello, Susan, The European Union: economics, policies and history, 3.ed., London 2012.</li> </ul> Special feature <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jean-Monnet-Europazertifikat</li> <li>▪ excursion to an European Institution</li> </ul>					

<b>Financial Reporting</b>					
<b>Modulnumber:</b> IN 6546	<b>Workload:</b> 150 h	<b>Credits:</b> 5	<b>Semester:</b> 5./ Dualer SG 7. (Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies) 3. (Wirtschaftspsychologie)	<b>Frequency:</b> WS	<b>Length:</b> 1 Semester
<b>Course:</b> Financial Reporting			<b>Contact hours:</b> 72 h	<b>Self-study:</b> 78 h	<b>Groupsize:</b> 15 -20
<b>Learning outcomes /Competence:</b> The primary objective of Financial Reporting is to develop a sound understanding and appreciation of major current issues in financial accounting, especially with regard to International Financial Reporting Standards (IFRS). Students will also investigate other reports published by companies and get a sound understanding of sustainability reporting and corporate governance. By preparing a written research project and presenting the results, students increase their independent research and presentation skills.			<b>Contents:</b> Reasons for financial reporting in accordance with IFRS and why it is regulated will be explored, especially regulation of intangible assets, leasing, financial instruments, impairment on assets and accounting for provisions. Also topics with a wider focus, i.e. sustainability reporting, management reporting and corporate governance will be investigated in greater detail. Students will be able to connect e.g. financial and sustainability reporting and get a sound understanding of the concept of corporate communication. Lectures include discussions in class regarding contents of the current topic. Participation in discussions is mandatory. Students will select one topic from the list of course topics for their research presentation. Students have to research this topic and prepare a written research project, which their lecturer is going to mark. The students provide the research project to the class on the nominated presentation week. During the selected week, students will present their research project to the class. Five questions about the student's research topic have to be prepared for discussion in class after the presentation. Participation in these discussions is mandatory as well.		
<b>Teaching methods:</b> Lecture, students' research projects and presentation, class discussion					
<b>Prerequisite for participation:</b> none					
<b>Form(s) of assessment:</b> 50 % research project, 30% presentation of research project, 20 % class participation in discussions					
<b>Preconditions for CPs:</b> Active contribution in class					
<b>Appropriation of the module (courses):</b> Mandatory module in bachelor programme International Business Studies, Elective Module in Bachelor Wirtschaft and Digital Business und IT Management					
<b>Portion of grade for final grade:</b> regulated in the respective StudiengangsPO					
<b>Lecturer responsible:</b> Prof. Dr. Julia Lackmann					
<b>Other information:</b> -					

<b>Bachelorarbeit mit Begleitseminar</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 7000	<b>Workload:</b> 360 h	<b>Credits:</b> 12	<b>Studiensemester:</b> 6. / Dualer SG 8.	<b>Häufigkeit:</b>	<b>Dauer:</b> 8 Wochen
<b>Lehrveranstaltungen:</b> Absolvent*innenseminar			<b>Kontaktzeit:</b> 24 h	<b>Selbststudium:</b> 336 h	<b>Gruppengröße:</b> 1-5 Studierende
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Studierende sind in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus ihrem Fachgebiet sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden selbständig zu bearbeiten.			<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Themenfindung und –analyse</li> <li>- Literaturrecherche und –auswertung</li> <li>- Problemstrukturierung</li> <li>- Analyse praxisorientierter Probleme mit wissenschaftlichen Methoden</li> </ul>		
<b>Lehrformen:</b> Gespräche und Diskussion					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> erfolgreich abgeschlossene Praxisphase					
<b>Prüfungsform(en):</b> schriftliche Ausarbeitung					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> erfolgreiche Bachelorarbeit (Umfang ca. 40 Seiten)					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO, doppelte Gewichtung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Bachelorstudiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> Ein*e hauptamtlich Lehrende*r des Fachbereichs					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Dekan*in					
<b>Sonstige Informationen:</b> Zur Anmeldung der Abschlussarbeit ist ein Zulassungsantrag an das Prüfungsamt zu stellen. Die Bachelorarbeit wird von zwei Prüfer*innen bewertet. Das Nähere regelt die Prüfungsordnung.  Stickel-Wolf, C. und Wolf, J. (2016), Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, 8. Aufl., Gabler, Wiesbaden. Theisen, M. (2017), Wissenschaftliches Arbeiten, 17. Auflage, Vahlen, München.  Themenbezogene Literatur					

<b>Kolloquium</b>					
<b>Modulnummer:</b> B 8000	<b>Workload:</b> 60 h	<b>Credits:</b> 2	<b>Studiensemester:</b> 6.	<b>Häufigkeit:</b>	<b>Dauer:</b> 4 Wochen (max.)
<b>Lehrveranstaltungen:</b> -			<b>Kontaktzeit:</b> 1 h	<b>Selbststudium:</b> 59 h	<b>Gruppengröße:</b>
<b>Lernergebnisse/Kompetenzen:</b> Das Kolloquium dient der Feststellung, ob die*der Studierende in der Lage ist, die Ergebnisse der Bachelorarbeit mündlich darzustellen, selbständig zu vertreten und ihre Bedeutung einzuschätzen sowie in ihre interdisziplinären Zusammenhänge einzuordnen und fachliche sowie außerfachliche Bezüge herzustellen.			<b>Inhalte:</b> Vorstellung der Bachelorarbeit und Verteidigung der Ergebnisse.		
<b>Lehrformen:</b> selbständige Arbeit					
<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> 178 Credits im Studiengang					
<b>Prüfungsform(en):</b> mündliche Prüfung					
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:</b> bestandenes Kolloquium mit mindestens der Note 4,0					
<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> siehe jeweilige StudiengangsPO, doppelte Gewichtung					
<b>Verwendung des Moduls (Studiengänge):</b> Studiengänge Wirtschaft, Digital Business und IT Management, International Business Studies und Wirtschaftspsychologie					
<b>Hauptamtlich Lehrende*r:</b> ein*e hauptamtlich Lehrende*r des Fachbereichs					
<b>Modulverantwortliche*r:</b> Dekan*in					
<b>Sonstige Informationen:</b> Literaturhinweise: Schulenburg, Nils: Exzellent präsentieren, Die Psychologie erfolgreicher Ideenvermittlung – Werkzeuge und Techniken für herausragende Präsentationen, Wiesbaden 2018. Zelazny, Gene: Wie aus Zahlen Bilder werden, Der Weg zur visuellen Kommunikation – Daten überzeugend präsentieren, 7. Aufl., Wiesbaden 2015. Weiss, Rainer: Präsentieren mit PowerPoint, 2. Aufl., Planegg 2010.  Themenbezogene Literatur					