Modulhandbuch
Wintersemester 2025/2026

Wahlstudium

Studiengang **Wirtschaft**
Studiengang **Wirtschaft dual**
Studiengang **Digital Business und IT Management**
Studiengang **International Business Studies**
Studiengang **Wirtschaftspsychologie**

Inhalt

Preismanagement und Preispsychologie 2
Grundzüge des Arbeitsrechts 3
Performance Coaching - Ich habe eine Stimme! 4
Kultur- und Freizeitwirtschaft vor Ort 5
Ausbildereignerprüfung (AEVO) 6
Grundlagen des Wirtschaftsverwaltungsrechts (öffentliches Recht) 7
International Company Case Study 8
Financial Reporting 9
Development and Institutions of the European Union 10
Innovations- und Kreativitätsmethoden 11
Methoden der Entscheidungsfindung 12
Wahl(pflicht)modul: Nachhaltige Zukunft: Grundlagen und interdisziplinäre Strategien 13

Die Modulbeschreibungen der verschiedenen Sprachangebote (z.B.: Grundkurs II Spanisch oder Auffrischungskurs II Französisch). bzw. der Landeskundeveranstaltungen entnehmen Sie bitte den Seiten des Sprachenzentrums

Preismanagement und Preispsychologie

Modulnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
B6501	7,5/150 h	2,5/5	5. Semester	WS	1 Semester

Lehrveranstaltungen:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
Preismanagement (4 SWS)	72 h	78 h	25 Studierende

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Nach Abschluss des Lehrveranstaltung Preismanagement und Preispsychologie …

- Erkennen die Studierenden die Bedeutung der Preispolitik, insb. preis-psychologischer Aspekte in der markt- und kundenorientierten Unternehmensführung und Unternehmenspraxis.
- Können die Studierenden das Preisverhalten von Kunden analysieren und verstehen psychologische Prozesse, die Kunden zur Verarbeitung von Preisinformationen anwenden.
- Sie können die Wirksamkeit von Preisdifferenzierung und Preisbündelung beurteilen sowie Effekte moderner Formen der Preisbildung wie z.B. Auktionen, Yield-Management, Preisbildung im Internet oder Dynamic Pricing einschätzen.
- Schließlich sind die Studierenden in der Lage, empirischer Verfahren und Experimente der Werbe- und Preispsychologie zu verstehen, die zur Analyse von Verbraucherreaktionen und zur Bestimmung von Zahlungsbereitschaften eingesetzt werden.

Die Studierenden erwerben vor allem Methoden- und Fachkompetenzen. Ihre persönlichen und sozialen Kompetenzen verbessern sie …

- Durch die Überprüfung des Lernfortschritts anhand von Übungen und kleinen Fallstudien. Dabei reflektieren die Studierenden das eigene Lernverhalten, lernen aus Fehlern und verbessern ihre individuelle Arbeitsweise.
- In regelmäßigen Feedbackrunden üben die Studierenden die überzeugende Präsentation und Verteidigung ihrer Arbeitsergebnisse. Dadurch erwerben sie die Fähigkeit, auf angemessenem fachlichem wie sprachlichem Niveau zu kommunizieren.

Inhalte

- Entscheidungsfelder im Preismanagement und in der Preispsychologie
- Konzeptionelle Grundlagen des Preismanagements – Verhaltenswissenschaft und Preistheorie
- Experimente und weitere praxisrelevante (empirische) Verfahren zur Analyse von Verbraucher-reaktionen, z.B. Wahrnehmung von Zahlen, Geltungskonsum, Smart Shopping
- Preisgestaltung und -psychologie in ausgewählten Anwendungsbereichen
- Innovationen im Preismanagement, insb. Nutzung neuer Informationstechnologien bzw. digitaler Prozesse

Lehrformen: Seminaristischer Unterricht (SU) mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden
Die Studierenden entscheiden selbst, ob sie das Modul als 2 SWS oder 4 SWS LV besuchen.

Teilnahmevoraussetzungen: Gemäß Prüfungsordnung

Prüfungsform(en):
Keine Benotung

Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:
Bearbeitung von Aufgaben, Praxisbeispielen und Fallstudien
Erstellung eines „Scientific Essay“ vglb. „kleine Hausarbeit“ (Erläuterung in der Veranstaltung)

Stellenwert der Note für die Endnote: keine Benotung

Modulverantwortliche/r und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Alfred Spielkamp

Sonstige Informationen:

- Diller, H. et al. (2021): Pricing. 5. Auflage. Kohlhammer Verlag, Stuttgart.
- Esch, F.-R., Herrmann, A., Sattler, H. (2017), Marketing. Eine managementorientierte Einführung. 5., Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Heidelberg: Springer.
- Meffert, H., Burmann, Ch., Kirchgeorg, M. und M. Eisenbeiß (2019), Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele. 13. Auflage. Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Simon, H., Fassnacht, M. (2016): Preismanagement. Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung. 4. Auflage. Gabler Verlag, Wiesbaden.

Grundzüge des Arbeitsrechts

Modulnummer: B 6501	**Workload:** 150h	**Credits:** 5	**Studiensemester:** ab 3. je nach StG	**Häufigkeit:** WS	**Dauer:** 1 Semester
Lehrveranstaltungen: - Grundzüge des Arbeitsrechts (4 SWS) - [Basics in Labour Law]			**Kontaktzeit:** 72h	**Selbststudium:** 78 h	**Gruppengröße:** 10-20 Studierende

Verwendung des Moduls (Studiengänge): Business Studies, Business Studies dual, Digital Business und IT Management, Wirtschaftspsychologie

Lernergebnisse/Kompetenzen:
Grundkenntnisse und Problembewusstsein für Fragen des Arbeitsrechts und Lösungsstrategien für ausgewählte arbeitsrechtliche Probleme.
Im Einzelnen sollen die Studierenden
- Die gegenseitige Rechte und Pflichten von Arbeitnehmer und Arbeitgeber im Verlaufe eines Arbeitsverhältnisses kennen lernen.
- Die Rechtmäßigkeitsvoraussetzungen arbeitsrechtlicher Maßnahmen einschätzen können.
- Beteiligungsrechte von Arbeitnehmervertretungen erkennen können.

Inhalte
- Rechtsquellen des Arbeitsrechts, insb. BGB, KSchG, TzBfG und BetrVG
- Inhalt, Arten und Begründung von Arbeitsverhältnissen
- Gegenseitige Rechte und Pflichten
- Die Beendigung des Arbeitsverhältnisses
- Mitwirkungsrechte von Arbeitnehmervertretungen

Lehrformen: Seminaristischer Unterricht

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Prüfungsform(en): Hausarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe der Credits: bestandene Hausarbeit

Stellenwert der Note für die Endnote: siehe jeweilige StudiengangsPO

Modulverantwortliche*r und hauptamtlich Lehrende:
Prof. Dr. Stefan Mensler

Sonstige Informationen:
Beispielsfälle werden veranstaltungsbegleitend zur Verfügung gestellt. Es werden Tafelbilder und Prüfschemata entwickelt.
Die Studierenden sind angehalten, sich die einschlägigen arbeitsrechtlichen Gesetzestexte zu beschaffen.

Literaturempfehlung:
Arbeitsgesetze, Beck-Verlag
Lehrbücher zum Arbeitsrecht, z. B. von Schaub, Pulte etc.

Performance Coaching - Ich habe eine Stimme!

Modulnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
B6501	150 h	5	3.	WS	1 Semester
Lehrveranstaltungen: Wahlfach (4 SWS)			**Kontaktzeit:** 72 h	**Selbststudium:** 78 h	**Gruppengröße:** 20 Studierende

Verwendung des Moduls (Studiengänge): Wahlmodul für alle Studierende des Fachbereichs Wirtschaft

Lernergebnisse/Kompetenzen:
Dieses Wahlfach vermittelt praxisorientierte Kompetenzen in den Bereichen Stimm- und Sprecherziehung, Präsentationstechniken sowie Persönlichkeitsentwicklung. Studierende lernen, ihre Stimme gezielt einzusetzen, überzeugend zu präsentieren und ihr psychologisches Kapital – Hoffnung, Selbstwirksamkeit, Resilienz und Optimismus – zu stärken. Der Fokus liegt auf der Entwicklung einer authentischen und wirkungsvollen Ausdrucksweise, um in beruflichen und persönlichen Kontexten souverän aufzutreten. Durch gezielte Übungen fördern sie ihre individuelle Entwicklung und kommunikativen Fähigkeiten, um als starke Persönlichkeit überzeugend zu wirken. Dieses Modul verbindet Theorie und Praxis für ein ganzheitliches Lernen.

Inhalte:
- Lernen von Konzepten und Theorien der positiven Psychologie wie z.B. Selbstwirksamkeit und Resilienz
- Zusammenhänge des psychologischen Kapitals mit Befunden aus der Arbeitswelt
- Stimm- & Sprecherziehung
- Einsatz non-verbaler Kommunikation
- Improvisation
- Körperarbeit
- Umgang mit Lampenfieber
- Übungen zu Achtsamkeit & Selbstregulation
- Übungen zur Persönlichkeitsentwicklung

Lehrformen: Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Prüfungsform(en): Lerntagebuch und Kurzpräsentation am Ende des Moduls

Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:
Abgabe eines Lerntagebuchs und bestandene Präsentation (unbenotet)

Stellenwert der Note für die Endnote:
siehe jeweilige StudiengangsPO

Hauptamtlich Lehrende*r:
Annelie Rennen

Modulverantwortliche*r:
Annelie Rennen

Sonstige Informationen:
Literatur u.a.:
Beyer, F. (2021). Erfolgsfaktor Stimme in der Omnichannel-Kommunikation: stimmig und überzeugend im Pharma-Kundengespräch. *Omnichannel im Pharma-Vertrieb: Grundlagen, Benchmarks und Beispiele für den Pharma-Außendienst*, 221-255.
Blagusz, B. (2016). Erfolgsfaktor Stimme: Wie Sie mit dem Superman-Mantel Ihre Stimm ung und Sprechwirkung erhöhen. *Chefsache: Best of 2014| 2015*, 23-28.
Externbrink, K., Tomoff, M. & Dries, C. (2015). Pschologisches Kapital fördern durch Coaching. Ein Beitrag aus der positiven Organisationspsychologie. Abgerufen am 10.06.2025 unter https://www.coaching-magazin.de/coaching-tools/methoden/psychologisches-kapital-coaching
Fischer, H. (2006). Nur auf das Wesentliche konzentrieren. *Sales Business*, *15*(6), 32-33.
Hein, M. (2014). *Sprechen wie der Profi: Das interaktive Training für eine gewinnende Stimme*. Campus Verlag.
Kübler, N.-M. (2023). Das psychologische Kapital in der Personalentwicklung, KCQF Schriftenreihe der FOM, No. 2, ISBN 978-3-89275-319-3, MA Akademie Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH, Essen
Sowodniok, U. (2013). *Stimmklang und Freiheit: zur auditiven Wissenschaft des Körpers*. transcript Verlag.
Vögele, C., & Bachl, M. (2017). Der Einfluss des Dialekts auf die Bewertung von Politikern. *SCM Studies in Communication and Media*, *6*(2), 196-215.

Kultur- und Freizeitwirtschaft vor Ort

Modulnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
B 6501	150 h	5	ab 4. je nach StG	WS	1 Semester

Lehrveranstaltungen:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
Case Studies anhand ausgesuchter Praxisbeispiele aus der Kultur- und Freizeitwirtschaft	72 h	78 h	8 Studierende

Verwendung des Moduls (Studiengänge):
Wahlmodul für alle Studierende des FB04

Lernergebnisse/Kompetenzen:
Die Studierenden sollen die konzeptionellen, organisatorischen und wirtschaftlichen Überlegungen im Umfeld von unterschiedlichen Kulturveranstaltungen und großen Freizeiteinrichtungen kennen lernen. Im Einzelnen geschieht das in folgenden Abschnitten:

- die Studierenden erhalten Einsicht in die wesentlichen Planungsunterlagen konkreter Veranstaltungen, d.h.
  1. in die Produktionsplanung
  2. in die technische Planung
  3. in die Personalplanung
- die Studierenden entwickeln eigene betriebswirtschaftliche Überlegungen zur jeweiligen Veranstaltung
- am Veranstaltungstag verfolgen die Studierenden die wesentlichen Abläufe und überprüfen die eigenen Ansätze auf Haltbarkeit

Inhalte
Exemplarische Inhalte der Module; Details in den jeweiligen Modulbeschreibungen:

- Produktionsplanung
- Vertrieb
- Kalkulation
- Personalplanung
- behördliche Auflagen
- Gebühren und Tantiemen
- Kalkulation

Lehrformen: Veranstaltung mit aktiver Mitwirkung aller Studierenden

Teilnahmevoraussetzungen:
keine

Prüfungsform(en):
Präsentation/Vortrag (50 %), Hausarbeit (50%)

Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:
bestandene Prüfungsleistungen

Stellenwert der Note für die Endnote:
siehe jeweilige StudiengangsPO

Modulverantwortliche*r und hauptamtlich Lehrende*r:
Prof. Dr. Helmut Hasenkox

Sonstige Informationen:
Lehrmaterial:
Ausgesuchte

- Gastspielverträge
- Bühnenanweisungen
- technische Rider
- Personaleinsatz- und Produktionspläne
- Unternehmenspräsentationen

Ausbildereignerprüfung (AEVO)

Modulnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
B 6501	150h	5	ab 4.Semester	WS	1 Semester
Lehrveranstaltungen: Ausbildereignerprüfung			**Kontaktzeit:** 72h	**Selbststudium:** 78h	**Gruppengröße:** 10 Studierende

Verwendung des Moduls (Studiengänge): Business Studies, Business Studies dual, Digital Business und IT Management, Wirtschaftspsychologie

Lernergebnisse/Kompetenzen:
Die Studierenden werden zielorientiert auf die Prüfung zur Ausbildereignung vorbereitet und sind am Ende der Veranstaltung in der Lage alle wesentlichen Inhalte der entsprechenden Handlungsfelder zu verstehen und anzuwenden.
Mit Bestehen der theoretischen (Klausur) und praktischen (mündliche Prüfung) Prüfungsleistung, sowie dem erfolgreich absolvierten Bachelor-Abschluss, erwerben die Studierenden die offizielle IHK-Ausbilderprüfung (umgangssprachlich „Ausbilderschein“). Die Studierenden besitzen damit die einzig anerkannte und einheitliche Qualifikation zum Nachweis berufs- und arbeitspädagogischer Kenntnisse und sind somit qualifiziert, in Unternehmen auszubilden.

Inhalte
Die Ausbildung der Ausbilder:
Der Inhalt der Veranstaltung bezieht sich auf folgende Handlungsfelder:
Handlungsfeld 1: Ausbildungsvoraussetzungen prüfen und Ausbildung planen
Handlungsfeld 2: Ausbildung vorbereiten und bei der Einstellung von Auszubildenden mitwirken
Handlungsfeld 3: Ausbildung durchführen
Handlungsfeld 4: Ausbildung abschließen

Lehrformen: Seminaristischer Unterricht und Übung

Teilnahmevoraussetzungen:
Kenntnisse des Moduls Grundlagen der BWL III (B1030) und Teilnahme am Modul Strategisches Personalmanagement (B3025)

Prüfungsform(en):
Klausur und mündliche Prüfung

Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:
Bestandene Prüfungsleistungen (mindestens 50% bzw. 4,0)

Stellenwert der Note für die Endnote: siehe jeweilige StudiengangsPO

Modulverantwortliche*r und hauptamtlich Lehrende:
Prof. Dr. Ulrich Breilmann / Prof. Dr. Ulrich Breilmann

Sonstige Informationen:
Jacobs, R. / Preuße, M.: Kompaktwissen AEVO in vier Handlungsfeldern, Troisdorf 2010
Küper, W. / Mendizabal, A.: Die Ausbildereignung, 14. Aufl., Hamburg 2009
Berthel,J.: Personalmanagement, 8. Aufl., Stuttgart 2007
Drumm, H.J.: Personalwirtschaftslehre, 5. Aufl., Berlin/Heidelberg 2004
Vahs, D.: Organisation, 7. Aufl., Stuttgart 2009

Grundlagen des Wirtschaftsverwaltungsrechts (öffentliches Recht)					
Modulnummer: B 6501	**Workload:** 150h	**Credits:** 5	**Studiensemester:** ab 4. je nach StG.	**Häufigkeit:** SoSe	**Dauer:** 1 Semester
Lehrveranstaltungen: Grundzüge des Wirtschafts-verwaltungsrechts (öffentlichen Rechts) (4 SWS)			**Kontaktzeit:** 72h	**Selbststudium:** 78 h	**Gruppengröße:** 10-20 Studierende

Verwendung des Moduls (Studiengänge):
Wahlmodul für alle Studierende des Fachbereichs Wirtschaft

Lernergebnisse/Kompetenzen:
Die Studierenden kennen die Bedeutung des Öffentlichen Rechts für die Wirtschaft. Insbesondere kennen sie die verfassungs- und europarechtlichen Grundlagen jeden staatlichen Handelns und sind dadurch in der Lage, die verschiedenen Rechtsquellen staatlicher Stellen einzuordnen und ihre Bedeutung für die Wirtschaft zu verstehen.
Sie erlernen die Auswirkungen des Verfassungs- und Verwaltungsrechts auf wirtschaftliche Vorgänge und können dies an Beispielen aus besonderen Bereichen des Wirtschaftsverwaltungsrechts nachvollziehen. Sie sind in der Lage, die Grundstrukturen eines Verwaltungsverfahrens zu verstehen und die einschlägigen Rechtsbehelfe anzuwenden und die Erfolgsaussichten grob einzuschätzen.
Die Veranstaltung soll insbesondere in die Lage versetzen, das im Bereich Zivilrecht erlernte Wissen zu ergänzen und die strukturellen Unterschiede der beiden Bereiche zu verdeutlichen.

Inhalte
Einführung
- Abgrenzung Öffentliches Recht / Zivilrecht
- Abgrenzung Verfassungsrecht / Verwaltungsrecht
- Themen des Wirtschaftsverwaltungsrechts

Rechtsquellen des Wirtschaftsverwaltungsrechts - Von der Verfassung bis zum Verwaltungsakt –
- Grundlagen der Gesetzgebung
- Bedeutung der Grundrechte für die Gesetzgebung
- Ausführung der Gesetze
- Gesetzesbindung der Verwaltung
- Gesetzesvorbehalt

Allgemeines Verwaltungsrecht – das Verwaltungsverfahren
- Zuständigkeiten
- Ablauf
- Der Verwaltungsakt als Mittel des Verwaltungshandelns
- Die Verordnung als Mittel des Verwaltungshandelns
- Rechtsbehelfe

Besondere Gebiete des Wirtschaftsverwaltungsrechts

Lehrformen: Seminaristischer Unterricht

Teilnahmevoraussetzungen: Keine

Prüfungsform: Hausarbeit mit Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe der Credits: bestandene Hausarbeit

Stellenwert der Note für die Endnote: siehe jeweilige StudiengangsPO

Modulverantwortliche*r und hauptamtlich Lehrende:
Prof. Dr. Stefan Mensler

Sonstige Informationen:
Beispielsfälle werden veranstaltungsbegleitend zur Verfügung gestellt. Es werden Tafelbilder und Prüfschemata entwickelt. Die Studierenden sind angehalten, sich die einschlägigen Gesetzestexte zu beschaffen, insb. das GG, BVerfGG, VwVfG, VwGO.
Es wird empfohlen Basistexte Öffentliches Recht aus dem Beck-Verlag.
Literaturempfehlung:
Kurzlehrbücher zum Verfassungsrecht und zum Allgemeinem Verwaltungsrecht
z. B.
Dietlein / Hellermann, „Öffentliches Recht in Nordrhein-Westfalen“
Sodann / Ziekow, „Grundkurs Öffentliches Recht“
Haug, „Öffentliches Recht im Überblick“

International Company Case Study

Module number:	Workload:	Credits:	Semester:	Frequency:	Length:
B6501	150 h	5	ab 4. je nach StG	WiSe	1 Semester

Course:	Contact hours:	Self-study:	Group size:
Case Study (4 SWS) Teaching Language: English	72 h	78 h	10-30 students

Use of module (study course): International Business Studies, Business Studies, Wirtschaftspsychologie, Digital Business und IT Management

Learning outcomes / Competence: Students learn to deepen theoretically acquired management knowledge by working on case studies. Special methods in the implementation of projects are addressed. The students should work through a complex issue in groups and learn to divide responsibilities and reach a common result. Through the final presentation and discussion with the other groups, each group is encouraged to pass on the knowledge they have acquired. Students gain in-depth knowledge of their own skills, practice teamwork, discussion and argumentation, and get to know themselves and their strengths and weaknesses better.

Contents:
- Supply Chain functions DIMONTRANS Group
- Solution of specific problems in cooperation with the company
- Practical analysis, planning and implementation approaches
- Systemic consideration of detailed problems
- Target group-specific concepts
- Concrete strategic and operational solutions for practical decision-making problems in the corporate context

The implementation and documentation of all activities is carried out independently in the respective groups with 5 to 6 participants each.

Teaching methods: Course with active participation of all students, group work,
one week block event in presence, followed by virtual collaboration in groups

Prerequisite for participation: none

Form(s) of assessment: Presentation and discussion with written elaboration

Prerequisite for awarding credits:
Passing the sum of the examinations with at least a grade of 4.0 (50% of the total achievable performance)

Portion of grade for final grade: regulated in the respective StudiengangsPO

Module coordinator:
Prof. Dr. Susanne Hohmann

Lecturer:
Prof. Dr. Susanne Hohmann

Other information:
The course is part of the Blended Intensive Programm (BIP) of Erasmus+. At least three universities of different countries will work together. This means one part of the course takes place in presence. The rest of the term groups will work together digitally.
Conversations with practitioners, internet research, literature study
Literature:

Depending on the case study

Financial Reporting

Modulnumber:	Workload:	Credits:	Semester:	Frequency:	Length:
IN 6546 (B6501)	150 h	5	5.	WS	1 Semester

Course:	Contact hours:	Self-study:	Group size:
Financial Reporting & Sustainability Reporting/ Unternehmensberichterstattung	72 h	78 h	15 -20

Learning outcomes /Competence:
The primary objective of this course is to develop a sound understanding and appreciation of major current issues in corporate reporting, such as financial and sustainability reporting. Companies are facing several sets of European wide regulations in sustainability reporting, one of these sets is the so called CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Applying the CSRD leads to Economic, Social and Governance (ESG) reporting. In corporate reports we see how ESG and financial reporting are connected in an integrated report. Thus, this course has both topics on its agenda, financial reporting with regard to International Financial Reporting Standards (IFRS) and European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Students will also analyze corporate reports. By preparing a written research project and presenting the results, students increase their independent research and English presentation skills.

Contents:
Reasons for financial and sustainability reporting in accordance with IFRS and ESRS and why it is regulated will be explored.
Financial topics contain e.g. regulation of intangible assets, leases, impairment of assets and accounting for provisions.
Also topics having a wider focus, i.e. sustainability reporting, management reporting and corporate governance will be analyzed 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 reporting.

Lectures include discussions in class regarding the contents of the current topic. Participation in discussions is necessary.

Students will select one topic for their research and presentation project. Students prepare a short thesis and present its content. In the aftermath of the presentation, a discussion will take place.

Teaching methods: Lecture, students‘ research projects and presentation, class discussion

Prerequisite for participation:
none

Form(s) of assessment:
80% presentation of research project, 20 % class participation in discussions

Preconditions for CPs:
Active contribution in class

Appropriation of the module (courses):
Mandatory module in bachelor programme International Business Studies, Elective Module in Bachelor Wirtschaft and Digital Business und IT Management

Portion of grade for final grade: regulated in the respective StudiengangsPO

Lecturer responsible:
Prof. Dr. Julia Lackmann

Other information: -

Development and Institutions of the European Union					
ModulNumber: IN 6545/ B6502/03	**Workload:** 150h	**Credits:** 5	**Semester:** 1./5. depending on the degree program	**Frequency:** WS	**Length:** 1 Semester
Course: Development and Institutions of the European Union (4 SWS)			**Contact hours:** 72h	**Self-study:** 78 h	**Group size:** 35

Learning outcomes /Competence:

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

Contents:

- 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
- EU legislative procedures
- The European Commission's Competitiveness Com

Teaching methods:

Lecture with active parts of students

Prerequisite for participation:

none

Form(s) of assessment:

presentation and exam

Preconditions for CPs:

regular attendance and presentation

Appropration of the module (courses):

Mandatory module in bachelor programme International Business Studies, Elective Module in Bachelor Wirtschaft, Digital Business und IT Management and Wirtschaftspsychologie

Portion of grade for final grade: regulated in the respective StudiengangsPO

Lecturer responsible:

Prof. Dr. Christina Vonnahme

Other information:

Literature:

- Weidenfeld, W., Europa von A-Z, 11. Aufl., Bonn 2009.
- Senior Nello, Susan, The European Union: economics, policies and history, 3.ed., London 2012.

Special feature

- Jean-Monnet-Europazertifikat
- excursion to an European Institution
- simulation game on the EU legislative procedure

Innovations- und Kreativitätsmethoden

Modulnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
B 6501	90 h	2,5	Ab 4. Semester.	WS	1 Semester

Lehrveranstaltung:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
Innovations- und Kreativitätsmethoden (2 SWS)	36 h	54 h	10-20 Studierende

Verwendung des Moduls (Studiengänge): Business Studies, Business Studies dual, Digital Business und IT Management, Wirtschaftspsychologie

Lernergebnisse/Kompetenzen:
Ursachen und Dimensionen der komplexen Veränderungsprozesse kennen und die Folgen, z.B. der Digitalisierung, Globalisierung und des technischen Fortschritts, auf die aktuelle und künftige Arbeitswelt ableiten können.
Kennzeichen und Prinzipien agiler Organisationen identifizieren und die Bedeutung von Unternehmensstruktur und –kultur als zentrale Quellen von Innovation einschätzen können.
Kenntnis haben von theoretischen Ansätzen zur Kreativitätsforschung und Innovationskultur, um die Rahmenbedingungen für eine systematische Herangehensweise an komplexe Problemstellungen besser analysieren und bewerten zu können.
Die Phasen, Blockaden und fördernden Faktoren des Kreativitätsprozesses sowie des Design Thinking Prozesses kennen, aufschlüsseln und daraus ableiten können, wie in kollaborativen und multidisziplinären Teams Innovationen entwickelt werden.
Das Methoden- und Mindset rund um Kreativität und Design Thinking anhand von Übungsaufgaben aus der Praxis aktiv anwenden und reflektieren können.
Die Vorteile einer kooperativen, vertrauensvollen und spielerischen Zusammenarbeit am Beispiel praktischer Aufgabenstellungen und Problemlösungen erleben.
Ein gegenseitiges offenes und qualifiziertes Feedback in der Gruppe kommunizieren und reflektieren können.

Inhalte:
- Entwicklung, Herausforderungen und Folgen der digitalen und globalen Transformation im Hinblick auf neue Arbeits- und Führungswelten sowie Skills für das 21.Jahrhundert
- Kreativität und Innovation als Erfolgsfaktoren komplexer Veränderungsprozesse und agiler Organisationen
- Begriffsklärungen, Abgrenzungen und theoretische Ansätze zur Kreativitätsforschung und Innovationskultur
  (z.B. Gehirnforschung, Systemtheorie, Wahrnehmungstheorie, Kultursoziologie, Innovationsmanagement)
- Grundprinzipien und Rahmenbedingungen von kreativen und innovativen Prozessen (z.B. Phasen des Kreativitätsprozesses, Blockaden, Phasen des Design Thinking Prozesses, kollaborative und multidisziplinäre Teams, variable Räume)
- Kreativitätsmethoden für die Findung, Bewertung und Umsetzung von Ideen
- Interaktive und agile Methoden (Schwerpunkt Design Thinking) für eine systematische Herangehensweise an komplexe Problemstellungen und das Erfinden nutzerorientierter Lösungen.

Lehrformen:
Seminaristische Veranstaltung, agiles Erlernen von Kreativitätsmethoden in Gruppen

Teilnahmevoraussetzungen: Anwesenheitspflicht

Prüfungsform(en): Mündlich, aktive Bearbeitung einer Aufgabe in der Gruppe

Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:
Mind. 70% mit aktiver Teilnahme, erfolgreiche Prüfung

Stellenwert der Note für die Endnote: keine

Modulverantwortliche/r und hauptamtlich Lehrende/r: Prof. Dr. Tim Eberhardt

Sonstige Informationen:
Bitte beachten Sie, dass es sich um eine Veranstaltung mit **2 SWS** handelt, die mit einem weiteren Wahlfach ergänzt werden muss.
Veranstaltungsbegleitende Studienunterlagen
Meinel, C., Weinberg, U., Krohn, T.: (2015): Design Thinking Live, HPI School of Design Thinking, Murmann Verlag: Hamburg.
Rustler, F. (2018): Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation, 8. Aufl., Midas Verlag: Zürich.
Weidenmann, Bernd (2010): Handbuch Kreativität: Ein guter Einfall ist kein Zufall, Beltz Verlag: Weinheim, Basel

Methoden der Entscheidungsfindung

Modulnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
B 6501	90h	2,5	3. bzw. 5.	WiSe	1 Semester

Lehrveranstaltungen:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
Methoden der Entscheidungsfindung (2 SWS)	36h	54h	10 – 15 Studierende

Verwendung des Moduls (Studiengänge):
Wahlmodul für alle Studierende des Fachbereichs Wirtschaft

Lernergebnisse/Kompetenzen:
Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,
- die Unterschiede zwischen präskriptiver und deskriptiver Entscheidungstheorie zu erläutern und das Konzept von Rationalität kritisch einzuordnen.
- Entscheidungsprobleme zu strukturieren, in Matrizen oder Entscheidungsbäumen abzubilden und mit geeigneten Methoden zu lösen.
- zentrale Entscheidungsregeln bei Sicherheit, Risiko und Ungewissheit zu unterscheiden und auf konkrete Entscheidungssituationen anzuwenden.
- Heuristiken und Biases im menschlichen Entscheidungsverhalten zu erkennen und deren Relevanz für ökonomische und betriebliche Entscheidungen zu reflektieren.
- Nutzenfunktionen und Präferenzordnungen zu entwickeln und Methoden der Nutzwertanalyse zur Bewertung mehrdimensionaler Entscheidungsprobleme einzusetzen.

Inhalte:
- Grundlagen der Entscheidungstheorie: Entscheidungsbegriff, Entscheidungsanalyse, Rationalitätskonzepte
- Präskriptive vs. deskriptive Ansätze, Heuristiken und Biases im Entscheidungsverhalten
- Strukturierung von Entscheidungsproblemen: Entscheidungsmatrizen, Präferenzordnungen, Präferenzfunktionen
- Entscheidungsregeln bei Ungewissheit: Maximin-, Maximax-, Hurwicz-, Laplace-, Savage-Niehans-Regel
- Entscheidungsprobleme bei Risiko: Wahrscheinlichkeiten, Bayes-Regel, Risikomaße (Standardabweichung, μ-σ-Regel)
- Mehrstufige Entscheidungen: Entscheidungsbäume und Roll-Back-Verfahren
- Entscheidungen bei Sicherheit mit mehreren Zielen: Effizienzanalyse, lexikografische Ordnung, Nutzwertanalyse
- Methoden zur Ermittlung von Nutzenfunktionen: Direct Rating, Halbierungsmethode

Lehrformen: Seminaristischer Unterricht mit integrierten Übungen und Fallstudien

Teilnahmevoraussetzungen: Keine

Prüfungsform(en): Semesterbegleitende Aufgaben, Kurzpräsentationen

Voraussetzungen für die Vergabe der Credits:
Regelmäßige aktive Teilnahme, Bestehen der Summe der Prüfungsleistungen mit mindestens der Note 4,0 (50% der erreichbaren Leistung)

Stellenwert der Note für die Endnote: Entfällt, da keine Benotung

Hauptamtlich Lehrende*r:
Prof. Dr. Julia Stauf

Modulverantwortliche*r:
Prof. Dr. Julia Stauf

Sonstige Informationen:
Bitte beachten Sie, dass es sich um eine Veranstaltung mit **2 SWS** handelt, die mit einem weiteren Wahlfach ergänzt werden muss.
Literatur:
Eisenführ, F., Weber, M., Langer, T.: Rationales Entscheiden, Springer, 2003.
Bronner, R.: Planung und Entscheidung, Oldenbourg, 1999.
DellaVigna, S.: Psychology and Economics: Evidence from the Field. Journal of Economic Literature, 47(2): 315-72, 2009.

Wahl(pflicht)modul: Nachhaltige Zukunft: Grundlagen und interdisziplinäre Strategien

Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	180 h	6	WiSe	Regelmäßig im Wintersemester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
3 SWS Vorlesungen 1 SWS Übungen	60 h	120 h	5-30

Lernergebnisse (learning output/outcome) / Kompetenzen

- Die Studierenden können die Geschichte und Bedeutung von Nachhaltigkeit sowie wichtige Fachtermini, Nachhaltigkeitsziele und Strategien erläutern.
- Sie verstehen komplexe Zusammenhänge zwischen Ökosystemen, Gesellschaftssystemen sowie Wirtschafts- und Finanzsystemen.
- Sie differenzieren die Rolle verschiedener Akteure (Multilevel-Governance) und Steuerungsmechanismen für den Transformationsprozess.
- Sie bewerten Thesen kritisch und beurteilen diese im Hinblick auf soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit.
- Sie analysieren Problemstellungen und Ziele einer nachhaltigen Entwicklung aus verschiedenen Perspektiven in interdisziplinären Teams.
- Sie erarbeiten eigenständig in interdisziplinären Teams Lösungsansätze.
- Sie können bestimmte Methoden im Kontext der Nachhaltigkeit z.B. hinsichtlich Nachhaltigkeitsbewertung (wie MET-Matrix) und -berichterstattung an Beispielen anwenden.
- Sie sind in der Lage erarbeitete Lösungsansätze in einem wissenschaftlichen Poster darzustellen, dieses einem fachfremden Publikum zu präsentieren sowie ihre Ansätze und Ideen argumentativ zu vertreten.

Inhalte

- Geschichte und Definition von Nachhaltigkeit sowie intra- und intergenerativer Gerechtigkeit, ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit
- Nachhaltigkeitsziele (SDGs), European Green Deal, Zielkonflikte, Nachhaltigkeitsstrategien
- Akteure, Instrumente und Prozesse der Transformation (z.B. Internationale Abkommen, Gesetze, politische Willensbildungsprozesse); Transformationstheorien
- Klimasystem der Erde und der anthropogene Klimawandel sowie dessen Auswirkungen auf Flora, Fauna und Menschen
- Umwelt(aus)wirkungen, Ökobilanz und Nachhaltigkeitsbewertung
- Nachhaltigkeit in Unternehmen (Nachhaltigkeitsmanagment, Corporate Social Responsibility (CSR), Environmental, Social and Governence (ESG), Nachhaltigkeitsberichterstattung, European Sustainability Reporting Standards (ESRS))
- Greenwashing

Lehrformen: Vorlesung, Übungen auch in Form von Workshops

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Prüfungsformen

Postererstellung + Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Teilnahme an den Blocktagen, erfolgreiche Prüfungsleistung

Stellenwert der Note für die Endnote

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrender

Modulbeauftragte/r (je nach Studiengang)

Prof. Dr. Katrin Grammann, Prof. Dr. Desiree Jakobs-Schönwandt, Prof. Dr. Daniela Kattwinkel, Prof. Dr. André Latour, Prof. Dr. Manuel Michaelis, Prof. Dr. Tatjana Oberdörster, Dr. Judith Terstriep, Prof. Dr. Johann Walter

Sonstige Informationen / Literatur

Eine Liste aktueller Fachliteratur und Online-Ressourcen wird den Studierenden während der LV zur Verfügung gestellt.