

# Inhalt

<b>1 Pflichtmodule</b>	<b>3</b>
1.1 Allgemeine BWL und Marketing	3
1.2 Arbeits- und Lerntechniken	5
1.3 Bachelorarbeit	6
1.4 Berufsfeldorientierung	7
1.5 Betriebliche Steuern	9
1.6 Externes Rechnungswesen	10
1.7 Grundzüge der VWL 1	11
1.8 Grundzüge der VWL 2	12
1.9 Grundzüge des Managements	13
1.10 Internes Rechnungswesen	15
1.11 Investition und Finanzierung	17
1.12 Personal und Organisation	18
1.13 Praxisphase	19
1.14 Produktion und Materialwirtschaft	20
1.15 Projekt im Berufsfeld	21
1.16 Rechnungswesen und Controlling	22
1.17 Spezielle Managementkonzepte	24
1.18 Statistik	25
1.19 Wirtschaftsenglisch	26
1.20 Wirtschaftsinformatik	27
1.21 Wirtschaftsmathematik	28
1.22 Wirtschaftsrecht	30
<b>2 Studienschwerpunkt 1</b>	<b>31</b>
2.1 Marketing 1	31
2.2 Rechnungswesen und Controlling 1	33
2.3 Tourismus 1	34
<b>3 Studienschwerpunkt 2</b>	<b>35</b>
3.1 Marketing 2	35
3.2 Rechnungswesen und Controlling 2	37
3.3 Tourismus 2	39
<b>4 Studienschwerpunkt 3</b>	<b>40</b>
4.1 Marketing 3	40
4.2 Rechnungswesen und Controlling 3	42
4.3 Tourismus 3	44
<b>5 Fachfremdsprache</b>	<b>46</b>
5.1 Wirtschaftsenglisch 2	46
5.2 Wirtschaftsfranzösisch	47
5.3 Wirtschaftsniederländisch	48
5.4 Wirtschaftsspanisch	49
<b>6 Marktforschung und Außenwirtschaft</b>	<b>50</b>
6.1 Außenwirtschaft	50

6.2	Marktforschung .....	52
<b>7</b>	<b>Individuelles Wahlfach .....</b>	<b>53</b>
7.1	Advanced Controlling - Aktuelle Themen des Controllings in der Praxis .....	53
7.2	Applied Corporate Finance .....	56
7.3	Betriebliche Steuerlehre und Internationale Rechnungslegung .....	57
7.4	Direktmarketing und Internationales Marketing .....	58
7.5	Fallstudien zur Bilanzierung .....	60
7.6	Gewinner und Verlierer im digitalen Zeitalter .....	62
7.7	Global Management .....	63
7.8	Hotelmanagement .....	64
7.9	Individuelles Modul .....	65
7.10	Interkulturelle Kommunikation .....	66
7.11	Internationaler Tourismus und MICE .....	67
7.12	Landeskunde Großbritannien / Irland .....	68
7.13	Landeskunde Spanien .....	69
7.14	Landeskunde USA .....	70
7.15	Language of Meetings .....	71
7.16	Managementaspekte im Marketing .....	72
7.17	Marketing-Unternehmenssimulation .....	73
7.18	Nachhaltiger Tourismus .....	74
7.19	Regionalplanung und Tourismus .....	76
7.20	Visualisierung von komplexen Zusammenhängen .....	77

Hinweis

Die Module in diesem Inhaltsverzeichnis können durch Anklicken direkt angesprungen werden.  
Zurück gelangen Sie durch einen Klick in die jeweilige Überschrift.

Ggf. unterstützt Ihr Browser diese Funktion nicht.

## 1 Pflichtmodule

### 1.1 Allgemeine BWL und Marketing

Allgemeine BWL und Marketing					
General Business Administration and Marketing					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	240 h	<b>Leistungspunkte:</b>	8
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschafts- und Managementlehre			60 h	90 h	
Grundlagen des Marketing			30 h	60 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
Einführung in die allgemeine Betriebswirtschafts- und Managementlehre: 80 - 120 Grundlagen des Marketing: 80 - 120					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die theoretischen und praktischen Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</li> <li>- verstehen die Relevanz dieser Inhalte für ein verantwortungsvolles Management</li> <li>- können diese Erkenntnisse auf praktische Managementsituationen anwenden</li> <li>- sind in der Lage, einfache Managementsituationen daraufhin zu analysieren, kenntnisreich zu bewerten und adäquat zu gestalten</li> <li>- kennen den Marketing-Mix und sind in der Lage, diesen in der Praxis einzusetzen</li> <li>- planen, implementieren und kontrollieren Entscheidungen im Marketing.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre</li> <li>- Rechtliche Grundlagen der Geschäftstätigkeit</li> <li>- Unternehmensführung</li> <li>- Beschaffung und Qualität</li> <li>- Produktionswirtschaft</li> <li>- Prozessmanagement</li> <li>- Vermarktung</li> <li>- Personalwirtschaft</li> <li>- Organisationswirtschaft</li> <li>- Finanzierung und Investition</li> <li>- Internes Rechnungswesen</li> <li>- Externes Rechnungswesen</li> <li>- Controlling</li> <li>- Wachstum der Unternehmensaktivitäten</li> <li>- Internationalisierung der Unternehmung</li> <li>- Krisen in der Unternehmensentwicklung</li> <li>- Grundformen des Marketing</li> <li>- Instrumente der Produktpolitik, Kommunikationspolitik, Distributionspolitik und Preispolitik</li> <li>- Planung, Implementierung und Kontrolle von Marketingentscheidungen</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					

Siehe Prüfungsordnung
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>
Prof. Dr. Richelsen
<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Prof. Dr. Richelsen
<b>Sonstige Informationen</b>
Bea, Franz Xaver/Schweitzer, Marcel (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 3 Bände, 10. Auflage, Stuttgart 2009 (UTB-Verlag); Bea, Franz Xaver/Helm, Roland/Schweitzer, Marcel: BWL-Lexikon, Stuttgart 2009 (UTB-Verlag); Beschoner, Dieter/Peemöller, Volker H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 2. Auflage, Herne 2006 (NWB-Verlag); Dillerup, Ralf / Stoi, Roman: Unternehmensführung, 2.Auflage, München 2008 (Vahlen-Verlag); Hopfenbeck, Waldemar: Allgemeine Betriebswirtschafts- und Managementlehre, 11. Auflage, Landsberg 1999 (Verlag Moderne Industrie); Hutzschenreuter, Thomas: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 3. Auflage, Wiesbaden 2009 (Gabler-Verlag); Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Auflage, München 2009 (Oldenbourg Verlag); Oehlich, Marcus: Betriebswirtschaftslehre, München 2009 (Vahlen-Verlag); Olfert, Klaus / Rahn, Horst-Joachim: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 9. Auflage, Ludwigshafen 2008 (Kiehl-Verlag); Olfert, Klaus / Rahn, Horst-Joachim: Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, 5. Auflage, Ludwigshafen 2008 (Kiehl-Verlag); Pepels, Werner (Hrsg.): ABWL - Eine Praxis orientierte Einführung in die moderne Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Stuttgart 2010 (UTB-Verlag); Pepels, Werner (Hrsg.): BWL im Nebenfach, 2. Auflage, Herne 2010 (NWB-Verlag); Schaufenbühl, Karl / Hugentobler, Walter / Blattner, Matthias (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre für Bachelor, Zürich 2007 (Vahlen-Verlag); Schierenbeck, Henner / Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 17. Auflage, München 2008 (Oldenbourg-Verlag); Schmalen, Helmut / Pechtl, Hans: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, 13. Auflage, Stuttgart 2006 (Schäffer-Poeschel-Verlag); Schneck, Ottmar: Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, 7. Auflage, München 2007 (dtv-Verlag); Thommen, Jean-Paul / Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 5. Auflage, Wiesbaden 2006 (Gabler-Verlag); Vahs, Dietmar / Schäfer-Kunz, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 5. Auflage, Stuttgart 2007 (Schäffer-Poeschel); Wöhe, Günter / Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 13. Auflage, München 2008 (Vahlen-Verlag); Becker, Jochen: Marketing-Konzeption, 9. Aufl., München, 2009; Bruhn, Manfred: Marketing, 10. Aufl., Wiesbaden, 2010; Kotler, Philip / Armstrong, Gary / Saunders, John u.a.: Grundlagen des Marketing, 5. Aufl., München, 2010; Meffert, Heribert / Burmann, Christoph / Kirchgeorg, Manfred: Marketing - Grundlagen der marktorientierten Unternehmensführung, 10. Aufl., Wiesbaden, 2007; Nieschlag, Robert / Dichtl, Erwin / Hörschgen, Hans: Marketing, 19. Aufl., München, 2002; Pepels, Werner: Handbuch des Marketing, 5. Aufl., München, 2009.

## 1.2 Arbeits- und Lerntechniken

Arbeits- und Lerntechniken					
Scientific Methods and Research Practice					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	60 h	<b>Leistungspunkte:</b>	2
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Arbeits- und Lerntechniken				30 h	30 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung					
<b>Gruppengröße</b>					
30 - 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zielorientiertes und effizientes Studieren</li> <li>- Kenntnis sozialwissenschaftlicher Forschungsmethodik</li> <li>- Beherrschung der Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens, insbe. die Anwendung von Techniken der Suche, Bewertung, Nutzung und Angabe von Quellen</li> <li>- Wissenschaftliche Sachverhalte schriftlich niederlegen und in mündlicher Form präsentieren können</li> <li>- Stärkung von Schlüsselqualifikationen, insbes. Erwerb von Methodenkompetenz und Kompetenzen in Lern- und Vortragstechniken, organisatorische Kompetenzen, Medien-, Präsentations- und Visualisierungskompetenzen und Teamfähigkeit</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vermittlung von methodischen Ansätzen sozialwissenschaftlicher Forschung</li> <li>- Verfassen eigenständiger wissenschaftlicher Abhandlungen</li> <li>- Wissenschaftliches Recherchieren, Schreiben und Präsentieren</li> <li>- Wissenschaft und Ethik</li> <li>- Selbstorganisation</li> <li>- Zeitmanagement</li> <li>- Projektmanagement</li> <li>- Prüfungsvorbereitung</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Unbenotet					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe, Prof. Dr. Schwark					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Basislektüre: H. Balzert u.a., Wissenschaftliches Arbeiten. Witten 2008; V. Nünning, Schlüsselkompetenzen. Stuttgart 2008.					

### 1.3 Bachelorarbeit

Bachelorarbeit					
Bachelor Thesis					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	450 h	<b>Leistungspunkte:</b>	15
<b>Semester:</b>	6	<b>Dauer:</b>	10 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Bachelorarbeit inkl. Anleitung zum wiss. Arbeiten				0 h	450 h
<b>Lehrformen</b>					
Bachelorarbeit, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende können erworbenes theoretisches Wissen berufsfeldspezifisch anwenden</li> <li>- Studierende beherrschen wissenschaftliche Analysemethoden</li> <li>- Studierende sind in der Lage, eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu erstellen (inhaltlich und sprachlich-stilistisch)</li> <li>- Fähigkeit zur Problemlösung / interdisziplinärem Arbeiten</li> <li>- Formulierung von Handlungsempfehlungen</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmensspezifische Fragestellungen aus der betrieblichen Praxis</li> <li>- Wissenschaftlich-theoretische Fragestellungen (empirische Ausarbeitung, Literaturlauswertungen, Konzeptentwurf etc.)</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
gem. BPO					
<b>Prüfungsformen</b>					
Bachelor-Thesis					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Alle Lehrende des Fachbereiches					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					

## 1.4 Berufsfeldorientierung

Berufsfeldorientierung					
Career Management					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	90 h	<b>Leistungspunkte:</b>	3
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Berufsfeldorientierung				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 40 pro Berufsfeldoption					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verbesserung der beruflichen Orientierung</li> <li>- Erkennen und Bewerten von Berufschancen unter besonderer Berücksichtigung der berufsfeldspezifischen Anforderungen und Perspektiven im Marketing, im Rechnungswesen/Controlling und in den verschiedenen touristischen Branchen</li> <li>- Erwerb von Kompetenzen in Vortragstechniken und Präsentationen</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<p>Berufsfeld Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Darstellung des Wissenschaftsprogramms der Marketinglehre,</li> <li>- exemplarische Darstellung und Diskussion von typischen Tätigkeitsfeldern im Marketing.</li> </ul> <p>Berufsfeld Rechnungswesen/Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufbau, Entwicklung und Perspektiven im internen und externen Rechnungswesen und Controlling;</li> <li>- Bedeutung, aktuelle Problemstellungen, steuerliche Einflüsse auf das Rechnungswesen; Berücksichtigung von Finanzierungsaspekten bei KMU</li> </ul> <p>Berufsfeld Tourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ökonomische Bedeutung des Tourismus und Entwicklungen touristischer Märkte</li> <li>- touristische Dienstleistungsketten und Leistungsträger wie Reiseveranstalter, Hotellerie, Fluggesellschaften und Destinationsmanagement</li> <li>- Praxisfelderkundung durch Branchenanalysen und (Arbeits-)Marktstudien</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
unbenotet					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Schulze, Prof. Dr. Oberdörster, weitere Fachvertreter und Referenten aus der Praxis					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<p>Literatur:</p> <p>Blaha; R., Seidel, M.: Der Controller in der Rolle des Bewerbers - Wie "controle" ich mich selbst? In: Controller Magazin 2/2009 März/April;</p> <p>Fueglistaller, U. (Hg.): Dienstleistungskompetenz. Strategische Differenzierung durch konsequente Kunden-orientierung. Zürich 2008;</p>					

Freyer, W.: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München 2011;  
Goretzki, L., Weber, J., Zubler, S.: Die Rollen der Controller: In: Controller Magazin 2/2010 März/April;  
Half, R.: Beste Chancen auf dem Arbeitsmarkt - Neue Gehaltsübersicht für Controller erschienen, GLOBAL FINANCIAL SALARY GUIDE, 2009, [www.roberthalf.de](http://www.roberthalf.de);  
Homburg, C./Krohmer, H.: Marketingmanagement, 3. Auflage, Wiesbaden 2009 ;  
Kotler, Ph. u.a.: Grundlagen des Marketing, 5. Auflage, München 2010;  
Lutz, J.: Berufsbild Controller - Vorwärtsdenker gesucht. In: Handelsblatt, Februar 2006;  
von Elm, K.: Gute Zeiten für Controller, In: Handelsblatt, Mai 2009;  
W. Freyer, Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München 2011

Stand:11.04.2019 Druckdatum: 13.05.2019



## 1.5 Betriebliche Steuern

Betriebliche Steuern					
Taxation					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Betriebliche Steuern				60 h	90 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
100-120					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden erlangen einen Überblick über das geltende Steuerrecht.</li> <li>- Sie beherrschen die steuerliche Fachterminologie.</li> <li>- Die Studierenden können mit ihrem Wissen grundlegende steuerliche Fragestellungen hinsichtlich der wichtigsten Steuern der Unternehmen bearbeiten.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Grundlagen des Ertragsteuerrechts, d.h. der Einkommens-, Körperschafts- und Gewerbesteuer sowie evtl. Grundlagen anderer Steuerarten (z.B. Umsatzsteuer) oder der Abgabenordnung. Weitere Steuerarten können besprochen werden. Die betriebswirtschaftlichen Wirkungen der behandelten Steuernormen werden analysiert. In den Übungskomponenten werden die besprochenen Vorlesungsinhalte anhand von Übungsfällen aufgearbeitet.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Besuch der Veranstaltung Externes Rechnungswesen					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rose, G./Watrin, C., Ertragsteuern, Berlin.</li> <li>- Dinkelbach, A., Ertragsteuern, Wiesbaden.</li> <li>- Kraft, C./Kraft, G., Grundlagen der Unternehmensbesteuerung, Wiesbaden.</li> </ul>					

## 1.6 Externes Rechnungswesen

Externes Rechnungswesen					
Financial Accounting					
<b>Kürzel:</b>	EXREWE	<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Buchführung			30 h	45 h	
Bilanzen			30 h	45 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
130-170					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende können nach handelsrechtlichen Vorschriften buchen und bilanzieren.					
<b>Inhalte</b>					
<p>Buchführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Finanzbuchführung als Grundlage des betrieblichen Rechnungswesens (Begriffe und Teilbereiche des Betrieblichen Rechnungswesens, Rechtliche Grundlagen der Finanzbuchführung, Inventur und Inventar, Bilanz, Bilanzänderung durch Geschäftsvorfälle, Konto, Buchung, Buchungssatz, Eröffnungsbilanz und Eröffnungsbilanzkonto, Schlussbilanz und Schlussbilanzkonto, Eigenkapitalkonto, Erfolgskonten, Privatkonten, Gemischte Konten</li> <li>- Verbuchung von Geschäftsvorfällen des laufenden Geschäftsbetriebs (Verbuchung der Umsatzsteuer, des Warenverkehrs, der Erlöskorrekturen, des Personalaufwands und des Zahlungsverkehrs)</li> <li>- Vorbereitung des Jahresabschlusses, Abschlussübersicht und Erfolgsverbuchung bei ausgewählten Rechtsformen (Verbuchung der Abschreibungen, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzungsposten, Besonderheiten der Industriebuchführung, Hauptabschlussübersicht, Erfolgsverbuchung bei ausgewählten Rechtsformen)</li> </ul> <p>Bilanzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bilanzierung und Bewertung nach HGB (Einzelabschluss)</li> <li>- Ausblick auf die Konzernrechnungslegung nach HGB und auf die Internationale Rechnungslegung nach IAS/IFRS (Vertiefung im 4. Fachsemester)</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<p>Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bornhofen/Bornhofen: Buchführung 1, Wiesbaden.</li> <li>- Bechtel/Brink: Einführung in die moderne Finanzbuchführung, München.</li> <li>- Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, Düsseldorf.</li> </ul>					

## 1.7 Grundzüge der VWL 1

Grundzüge der VWL 1					
Economics 1					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	210 h	<b>Leistungspunkte:</b>	7
<b>Semester:</b>	1, 2	<b>Dauer:</b>	2 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Einführung in die VWL			30 h	120 h	
Mikroökonomik			60 h	0 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
V: 80 - 120 / Ü: ca. 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen die Grundtatbestände des Wirtschaftens und lernen wichtige wirtschaftspolitische Handlungsfelder kennen,</li> <li>- verstehen das Verhalten der Akteure auf Märkten,</li> <li>- wenden ihre Kenntnisse an, um das Zusammenwirken von Strategien und Ergebnissen auf unterschiedlich strukturierten Märkten zu verstehen, und kennen die Grundzüge der Wettbewerbspolitik.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktion, Tausch und Arbeitsteilung</li> <li>- Funktionsweise von Märkten</li> <li>- Wirtschaftsordnung und Wirtschaftspolitik</li> <li>- Präferenzen, Preise und Marktnachfrage</li> <li>- Produktion, Kosten und Marktangebot</li> <li>- Märkte bei vollkommener Konkurrenz</li> <li>- Marktmacht, Kundenbindung und Oligopole</li> <li>- Grundzüge der Wettbewerbspolitik</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Siebe					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Siebe					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Mankiw, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4. Auflage, Stuttgart 2008;					
Bofinger, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, Stuttgart 2006;					
Baßeler / Heinrich / Utecht, Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaftslehre, 19. Auflage, Stuttgart 2010.					

## 1.8 Grundzüge der VWL 2

Grundzüge der VWL 2				
Economics 2				
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b> 5
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b> Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Makroökonomik			60 h	90 h
<b>Lehrformen</b>				
Vorlesung, Übung				
<b>Gruppengröße</b>				
80 - 120				
<b>Qualifikationsziele</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Veranstaltung befähigt die Studierenden zur systematischen Analyse des gesamtwirtschaftlichen Umfeldes, in dem Unternehmen Entscheidungen treffen müssen.</li> <li>- Methodisch wird auf die Vermittlung des theoretischen Fundamentes der Makroökonomik und die Kenntnis empirischer Zusammenhänge Wert gelegt.</li> <li>- Erfolgreiche Studierende kennen die Bestimmungsgründe               <ul style="list-style-type: none"> <li>- des langfristigen Wachstums,</li> <li>- der Konjunkturschwankungen,</li> <li>- der Arbeitslosigkeit,</li> <li>- der Inflation und die wirtschaftspolitischen Instrumente</li> </ul> </li> <li>- zur Beeinflussung dieser Phänomene.</li> </ul>				
<b>Inhalte</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlegende Konzepte (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung Preisindizes, Zahlungsbilanz, Realzins, Nominalzins, Strom- und Bestandsgrößen)</li> <li>- Output und Beschäftigung unter klassischen Annahmen</li> <li>- Konsum, Ersparnisse und Investitionen als intertemporale Entscheidungen</li> <li>- Gütermarktgleichgewicht einer Volkswirtschaft</li> <li>- Geld und Preise im klassischen Modell</li> <li>- Output und Beschäftigung in der neukeynesianischen Sicht</li> </ul>				
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>				
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft				
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>				
Keine				
<b>Prüfungsformen</b>				
Klausur				
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>				
Bestandene Modulprüfung				
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>				
Siehe Prüfungsordnung				
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>				
Prof. Dr. Erke				
<b>Modulbeauftragte(r)</b>				
Prof. Dr. Erke				
<b>Sonstige Informationen</b>				
Literatur: Erke: Grundlagen der modernen Makroökonomik, Cornelsen, 2001; Blanchard: Macroeconomics, Prentice Hall, 5th ed., 2010.				

## 1.9 Grundzüge des Managements

Grundzüge des Managements					
Management Basics					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Strategisches Management				30 h	60 h
Operatives Management				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
30-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Überblick über die wichtigsten Ansätze in Wissenschaft und Praxis der Unternehmensführung</li> <li>- Kenntnis der wesentlichen Management-Techniken und ihrer Einsatzbedingungen</li> <li>- Praktische Anwendung ausgewählter Instrumente der Unternehmensführung, insbesondere auch des Controllings und des Projektmanagements, möglichst im Team</li> <li>- Persönliche Erfahrungen in der Ergebnispräsentation</li> <li>- Einüben von Schlüsselqualifikationen.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normatives Management: Unternehmensphilosophie, -ziele, -kultur.</li> <li>- Strategisches Management: Instrumente der Analyse, Prognose und Planung, Entwicklung und Auswahl strategischer Optionen.</li> <li>- Operatives Management: praktische Übung in einem umfassenden Entscheidungsszenario auf Basis eines Unternehmensplanspiels.</li> <li>- Besondere Schwerpunkte bilden Kennzahlen gestützte Managementprozesse im Sinne des Controllings als wesentliche Managementfunktion sowie die spezifischen Instrumente des Projektmanagements.</li> <li>- Ergänzend: kritische Analysen aktueller Entwicklungstendenzen der Unternehmensführung und des realen Managerhandelns.</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Figura, Prof. Dr. Hansen, weitere BWL-Professoren					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Hansen					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<p>Macharzina, K., (1993/1995/1999), Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen. Konzepte - Methoden - Praxis, Wiesbaden (Basisliteratur zum strategischen Management);</p> <p>Steinmann, H., Schreyögg, G., (1993/1997/2000 oder neuer), Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte - Funktionen - Fallstudien, 3. überarb. und erweiterte Auflage, Wiesbaden (Basisliteratur zu den Grundlagen und dem normativen Management, sowie Strategie-Implementierung und</p> <p>Nutt, P. C. Expanding the Search for Alternatives During Strategic Decision-Making. In: The Academy of Management Executive, Vol. 18, No. 4 (November 2004), p. 13 - 28;</p> <p>Ketchen, D. J. jr., Snow, C. C., Hoover, V. L., Improving Firm Performance by Matching Strategic Decision-Making Process to Competitive DynamisCP. In: The Academy of Management Executive, Vol. 18, No. 4 (November 2004), p. 29 - 43;</p>					



Diethelm,G.: Projektmanagement, Berlin 2000.

Weitere gezielte Verwendungshinweise in der Lehrveranstaltung.

Stand:05.12.2017 Druckdatum: 13.05.2019

## 1.10 Internes Rechnungswesen

Internes Rechnungswesen					
Cost Accounting					
<b>Kürzel:</b>	INREWE	<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Kosten- und Leistungsrechnung				60 h	90 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
V.: 80 - 120 Ü.: ca. 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben erste Kenntnisse in der Kosten- und Leistungsrechnung;</li> <li>- sind in der Lage, grundlegende Konzepte im Wertefluss der Kosten- und Leistungsrechnung mit Schwerpunkt auf die Vollkostenrechnung in Übungen zu erstellen und zu analysieren (z.B. innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Produktkalkulation) und entwickeln grundlegende Fähigkeiten zu deren problemorientierter Anwendung in parallelen Übungen;</li> <li>- haben einen ganzheitlichen Überblick über die Konzepte der Kosten- und Leistungsrechnung entlang des Werteflusses und können grundlegende Aufgabenstellungen im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung, analysieren, einordnen und selbstständig einer Lösung zuführen.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens</li> <li>- Grundprinzipien und Voraussetzungen für die Kosten- und Leistungsrechnung</li> <li>- Kosten- und Leistungs-/Erlösartenrechnung</li> <li>- Kostenstellen- / Gemeinkostenrechnung</li> <li>- Kosten- und Leistungs-/Erlösträgerrechnung</li> <li>- Kalkulation und kurzfristige Erfolgsrechnung vorrangig im Rahmen der Vollkostenrechnung,</li> <li>- Ausblick auf Kostenrechnungssysteme der Teilkostenrechnung</li> <li>- Übungen zu den Grundbegriffen der KLR</li> <li>- Übungen zu den Grundprinzipien der KLR / Kostenerfassung</li> <li>- Übungen zu Kosten- und Leistungsarten</li> <li>- Übungen zu Kostenstellenrechnung insb. BAB</li> <li>- Übungen zu Kostenstellenrechnung - Übergang zur Kostenträgerstückrechnung</li> <li>- Übungen zur Kostenträgerrechnung / Kalkulation</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster, Prof. Dr. Richelsen					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Sonstige Informationen</b>					

Basisliteratur:

Deimel, K., Isemann, R., Müller, S.: Kosten- und Erlösrechnung - Grundlagen, Managementaspekte und Integrationsmöglichkeiten der IFRS, Pearson Studium, München, aktuelle Auflage;

Plinke, W., Rese, M.: Industrielle Kostenrechnung - Eine Einführung, Springer, Berlin, aktuelle Auflage;

Däumler, K.-D., Grabe, J.: Kostenrechnung I - Grundlagen, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe, Herne/Berlin, aktuelle Auflage;

Haberstock, L.: Kostenrechnung I - Einführung, Erich Schmidt Verlag, Berlin, aktuelle Auflage;

Weiterführende Literatur: Langenbeck, J.: Kosten- und Leistungsrechnung, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe, Herne/Berlin, aktuelle Auflage;

Langenbeck, J.: Übungen zur Kosten- und Leistungsrechnung, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe, Herne/Berlin, aktuelle Auflage;

Küpper, H.-J., Friedl, G., Pedell, B.: Übungsbuch zur Kosten- und Erlösrechnung, Vahlen, München, aktuelle Auflage;

Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung, Schäffer-Pöschel, Stuttgart, aktuelle Auflage.

Stand:15.02.2017 Druckdatum: 13.05.2019



## 1.11 Investition und Finanzierung

Investition und Finanzierung					
Corporate Finance					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Investition und Finanzierung				60 h	90 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
80 - 120					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Vorlesung soll Studierende in das Fach Investition und Finanzierung einführen und sie mit den grundlegenden Konzepten vertraut machen.</li> <li>- Themen sind die Bewertung von Zahlungsströmen aus Finanz- und Realinvestitionen, die Erfassung von Risiko in Zahlungsströmen und die Frage der Gestaltung der Kapitalstruktur eines Unternehmens sowie potenzielle Interessenkonflikte zwischen Kreditgebern und Managern einer Firma.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung und Grundlagen</li> <li>- Berechnung von Kapitalwerten</li> <li>- Eigen- und Fremdkapital</li> <li>- Bewertung von Anleihen und Aktien</li> <li>- Kapitalwertmethode vs. interner Zinssatz</li> <li>- Risiko und Rendite</li> <li>- Kapitalstruktur</li> <li>- Agency-Probleme</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Erke					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Erke					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Literatur:					
Schmidt, R.H., E. Terberger: Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie, 4. Auflage, Gabler 1997					

## 1.12 Personal und Organisation

Personal und Organisation					
HRM and Organisation					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	210 h	<b>Leistungspunkte:</b>	7
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Personalwirtschaft			30 h	150 h	
Organisation			30 h	0 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung					
<b>Gruppengröße</b>					
80 - 120					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Methoden und Modelltheorien der Personalwirtschaft und Organisation kennen</li> <li>- Aktuelle Herausforderungen an HRM und Organisation erkennen und beurteilen</li> <li>- Praktische Lösungsansätze im Team entwickeln und präsentieren</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisationstheoretische Ansätze und Organisationskonzepte</li> <li>- Lösungsstrategien für Organisationsprobleme</li> <li>- Gestaltung des organisatorischen Wandels</li> <li>- Aktionsfelder des Personalmanagements</li> <li>- Aktuelle Herausforderungen wie               <ul style="list-style-type: none"> <li>- demographischer Wandel</li> <li>- Flexibilisierung</li> <li>- Internationalisierung</li> </ul> </li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe, Lehrbeauftragte					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Basislektüre: Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. Lehrbuch für das praxisorientierte Studium, 3. Aufl. Stuttgart 2003; Vahs, D.: Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. 7. Aufl., Stuttgart 2009 Aktuelle Artikel, z.B. Junghans, G., Pech, E.: Flexibilisierung durch Telearbeit. In: ARBEIT 3/2008, S. 193 - 208; Hewlet, S. A. & L. Sherbin: Letzte Ausfahrt Babypause. In: Harvard Business Manager Mai 2010, S. 51 - 61; Kletzing, U., Walther, K.: Mehr Flexibilität. In: Personal 07-08/2008, S. 48 - 50; Lohmann, T., Leckebusch, H.: Reise ins Jahr 2020. In: Personal 3/2008, S. 6 - 28; Martin, J./ Schmidt, C.: So funktioniert Talentmanagement. In: Harvard Business Manager Juli 2010, S. 27 - 36 sowie weitere themenspezifische Literatur, die im Skript angegeben wird.					

### 1.13 Praxisphase

Praxisphase					
Company Internship					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	450 h	<b>Leistungspunkte:</b>	15
<b>Semester:</b>	6	<b>Dauer:</b>	12 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Praxisphase				0 h	450 h
<b>Lehrformen</b>					
Praktikum					
<b>Gruppengröße</b>					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende erwerben Einblicke und Kenntnisse über Tätigkeitsgebiete von Betriebswirten</li> <li>- Studierende können die bisher erworbenen theoretischen Kenntnisse im betrieblichen Umfeld anwenden und darüber reflektieren</li> <li>- Studierende können Bedeutung wissenschaftlichen Vorgehens in der betrieblichen Praxis abschätzen und ggf. Themenstellungen für die Bachelorarbeiten erkennen.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abhängig von Art, Größe und Branche des Praxisbetriebes</li> <li>- Durchführung von (Projekt-) Aufgaben dem Ausbildungsstand entsprechend (z. B. Marktanalysen, Projektmitarbeit etc.)</li> <li>- Anfertigen eines ca. 10-seitigen Abschlussberichts inkl. eines persönlichen Fazits</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Zur Anerkennung der Praxisphase sind ein Praxissemesterbericht und ein qualifiziertes Arbeitszeugnis vorzulegen.					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Unbenotet					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Alle Professor/inn/en					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					

## 1.14 Produktion und Materialwirtschaft

Produktion und Materialwirtschaft					
Manufacturing and Logistics					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Produktion			30 h	45 h	
Materialwirtschaft			30 h	45 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
80 - 120					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erlangung grundsätzlichen Verständnisses der besonderen Problemfelder in den Funktionsbereichen Produktion und Materialwirtschaft</li> <li>- Training analytischer Fähigkeiten und Verbesserung der Methodenkompetenz durch systematische Lösung von Übungsaufgaben</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abgrenzung der Funktionen Materialwirtschaft und Logistik</li> <li>- Ziele und Organisationsbereiche der Materialwirtschaft</li> <li>- Ausgewählte grundsätzliche Problemstellungen in der Materialwirtschaft und deren Lösung</li> <li>- Produktionsplanung und -steuerung</li> <li>- Produktionsoptimierung</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Figura, Prof. Dr. Christof, Prof. Dr. Thiel					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Figura					
<b>Sonstige Informationen</b>					

## 1.15 Projekt im Berufsfeld

Projekt im Berufsfeld					
Project					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Projekt im Berufsfeld				30 h	144 h
<b>Lehrformen</b>					
Projekt, Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden sind in der Lage, unternehmensspezifische Aufgabenstellungen zu analysieren, auszuwerten, neue Ansätze zu finden und Lösungsmöglichkeiten zu erarbeiten und unternehmenskonforme Umsetzungen aufzuzeigen.</li> <li>- Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse zu präsentieren.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung / Festlegung der Aufgabenstellung</li> <li>- Systematisierung der Anforderungen des Unternehmens</li> <li>- Grundlagen des Projektmanagements (Aufgabenplanung, Zeitplanung, Kapazitätsplanung, Berichtswesen)</li> <li>- Bewertung und Auswahl von Lösungsalternativen</li> <li>- Umsetzung der Lösungsalternative</li> <li>- Projektberichtswesen</li> <li>- Abschlusspräsentation</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, Projektarbeit					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Alle Professoren am Fachbereich					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Alle Professoren am Fachbereich					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Die Projekte werden zu Beginn des Semesters bekannt gemacht (u. a. über die E-Learning Lehrplattform)					

## 1.16 Rechnungswesen und Controlling

Rechnungswesen und Controlling					
Accounting and Controlling					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Rechnungswesen				30 h	60 h
Controlling				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
V: 80 - 120 Ü: ca. 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Rechnungswesen: - Studierende erhalten einen grundlegenden Einblick in die Konzernrechnungslegung nach HGB und die internationale Rechnungslegung (Einzel- und Konzernabschluss).					
Controlling: - Studierende erhalten einen Einblick in das Controlling-Konzept und erwerben Fach- und Methodenkompetenz in diesem Bereich. - Sie vertiefen dazu ihre Kenntnisse im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung bzw. weiterführender Kostenrechnungssysteme auch in selbständigen Übungen als Basis des Controllings insbesondere des operativen Controllings. - Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, sind in der Lage, weiterführende Aufgabenstellungen im Bereich der Kostenrechnung selbständig zu lösen und haben einen Einblick in die Grundkonzepte des Controllings und erkennen damit mit Controlling vernetzte Aufgabenstellungen im Unternehmen.					
<b>Inhalte</b>					
Rechnungswesen: Konzernrechnungslegung: - Aufgaben der Konzernrechnungslegung - Pflicht zur Konzernrechnungslegung Aufstellungspflicht nach § 290 Abs. 1 HGB (Aufstellungspflicht nach § 290 Abs. 2 HGB und IAS/IFRS, Aufstellungspflicht nach § 11 Abs. 1 PubiG, Befreiungen von der Aufstellungspflicht) - Konsolidierung (Konsolidierungskreis, der Konsolidierung vorgelagerte Maßnahmen, Konzernabschlussstichtag und Zwischenabschluss, Bilanzierung im Konzern, Zweck und Methoden der Konsolidierung (Kapitalkonsolidierung, Schuldenkonsolidierung, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischenergebniskonsolidierung, Quotenkonsolidierung, Equity-Methode. - Latente Steuern - Konzernanhang - Segmentberichterstattung - Kapitalflussrechnung - Konzernlagebericht					
Bilanzanalyse: - Allgemeine Grundlagen der Bilanzanalyse - Methoden, Instrumente und Techniken der Bilanzanalyse - Erfolgswirtschaftliche Bilanzanalyse - Finanzwirtschaftliche Bilanzanalyse					
Controlling: - Motivation des Controlling-Konzepts u.U. Fallbeispiel: Controlling-System und wertorientiertes Controlling bei einem DAX-Unternehmen - Einführung in das Controlling-Konzept/System, - Entwicklung zum modernen Controlling und Controllingbegriff, - Controlling-System und Controlling-Funktionen (Planung, Information, Kontrolle/Analyse, Steuerung), Institutionelle					

Verankerung des Controllings im Unternehmen, Controlling-Systeme  
 - Kennzahlen und Kennzahlensysteme im Controlling  
 Der Kennzahlenbegriff, Kennzahlensysteme, traditionelle und moderne Kennzahlensysteme (von DuPont, ZVEI, RL zu Balanced Scorecard/Performance Measurement-Systemen)  
 - Rechnungswesen als Basis des Controllings / weiterführende Kostenrechnungskonzepte  
 Finanz- und Rechnungswesen als Grundlage, Controllinggerechte Kostenrechnung / weitergehende Konzepte der Kostenrechnung (Ist- und Plankostenrechnung, Teil- und Vollkostenrechnung...), Deckungsbeitragsrechnung etc.  
 - Fallstudien/Übungen zur Kostenrechnung und Grundlagen des Controllings (parallel)  
 - weiterführende Konzepte der Kostenrechnung / Kostenrechnungssysteme, z.B. flexible Plankostenrechnung Grenzplankostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung

**Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft  
 Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik

**Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Module Externes Rechnungswesen / Internes Rechnungswesen

**Prüfungsformen**

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

**Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note in der Endnote**

Siehe Prüfungsordnung

**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Oberdörster, Prof. Dr. Sejdija, Dr. Pietschmann

**Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Sejdija

**Sonstige Informationen**

Rechnungswesen / Literatur:

Coenenberg, A.G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Landsberg am Lech, 21. Aufl., 2009;  
 Gräfer, H.: Bilanzanalyse, 11. Aufl., Herne/Berlin 2010;  
 Küting, K./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse, 21. Aufl., Stuttgart 2010;  
 Küting, K./Weber, C.-P.: Der Konzernabschluss, 12. Aufl., Stuttgart 2010;  
 Petersen, K./Zwirner, C./Künkele, K. P.: BilMoG in Beispielen, Herne 2010;  
 Schildbach, t.: Der Konzernabschluss nach HGB, IFRS und US-GAAP, 7. Aufl., München 2008.

Controlling / Literatur:

Schröder: Modernes Unternehmenscontrolling - Handbuch für die Unternehmenspraxis, Kiehl, Ludwigshafen, aktuelle Auflage;  
 Peemöller: Controlling - Grundlagen und Einsatzgebiete, nwb, Herne, aktuelle Auflage;  
 Fiedler: Einführung in das Controlling, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage;  
 Weber, Schäffer: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, aktuelle Auflage;  
 Stahl: Modernes Kostenmanagement und Controlling in 70 Fällen, Vahlen, München, aktuelle Auflage;  
 Horvath: Controlling, Vahlen, München, aktuelle Auflage;  
 Däumler, Grabe: Kostenrechnung 2 - Deckungsbeitragsrechnung, nwb Herne, aktuelle Auflage;  
 Deimel, Isemann, Müller.: Kosten- und Erlösrechnung - Grundlagen, Managementaspekte und Integrationsmöglichkeiten der IFRS, Pearson Studium, München, aktuelle Auflage;  
 Haberstock: Kostenrechnung II - (Grenz-)Plankostenrechnung, Erich Schmidt Verlag, Berlin, aktuelle Auflage.

## 1.17 Spezielle Managementkonzepte

Spezielle Managementkonzepte					
Particular Management Concepts					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Kompaktveranstaltung zu Sondergebieten Unternehmensführung / Management				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Übung, Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
max. 40 (ggf. themenbezogen stärkere Begrenzung)					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erlangung tiefgehenden Verständnisses von besonderen Problembereichen des Managements und deren Lösungsstrategien</li> <li>- Training von Methodenkompetenz und sozialer Kompetenzen durch selbständige Lösungsprozesse komplexer Aufgabenstellungen im Team</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Mögliche Themenfelder sind beispielsweise:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erkennung und Entwicklung von persönlichen Führungsfähigkeiten</li> <li>- Management von Innovationsprozessen</li> <li>- Projektmanagement</li> <li>- Management in Krisen und Einleitung von Wandlungsprozessen</li> <li>- Besonderheiten des Finanzierungsmanagements</li> <li>- Umweltmanagement</li> <li>- Qualitätsmanagement</li> <li>- Management logistischer Prozesse</li> <li>- Strategien und Optionen des Personalmanagements</li> <li>- Management von Unternehmensgründungen</li> <li>- Management von Wandlungsprozessen</li> <li>- Besondere Bedeutung des Unternehmensleitbildes bei Wandlungsprozessen</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik, Wahlpflichtkatalog Profilbildung					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Figura, weitere Professoren sowie externe Lehrbeauftragte (Herr Thalemann)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Figura					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Die jeweils aktuell angebotene Themenauswahl wird jeweils zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.					



## 1.18 Statistik

Statistik					
Statistics					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	240 h	<b>Leistungspunkte:</b>	8
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Vorlesung: Statistik				60 h	60 h
Übung: Statistik				30 h	90 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
V: 80 Ü: ca. 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Beschreibung ein- und zweidimensionaler Daten durch statistische Maßzahlen und Diagramme beherrschen</li> <li>- Mit dem Wahrscheinlichkeitsbegriff umgehen können und die wichtigsten Verteilungsmodelle kennen und anwenden können</li> <li>- Fragestellungen aus der Praxis, bei denen von einer Stichprobe Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit gezogen werden sollen in eine statistische Fragestellung übersetzen und selbständig lösen können.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ein- und zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen</li> <li>- Lage- und Streuungsmaße, Zusammenhangsmaße</li> <li>- Lineare Regression</li> <li>- Indexzahlen</li> <li>- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung</li> <li>- Ausgewählte diskrete und stetige Verteilungsmodelle</li> <li>- Zentraler Grenzwertsatz</li> <li>- Stichprobenfunktionen</li> <li>- Parameterschätzung</li> <li>- Testen von Hypothesen</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft Pflichtmodul im Studiengang International Management					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Christof, Prof. Dr. Thiel					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Christof					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Fahrmeir, L./Künstler, R./Pigeot, I./Tutz, G.: Statistik - der Weg zur Datenanalyse, 7. Auflage, Springer, Berlin 2010.					

## 1.19 Wirtschaftsenglisch

Wirtschaftsenglisch					
Business English					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsenglisch				60 h	90 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz 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; (z.B. company structure, management, international trade, stocks and shares, marketing, the business cycle).					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Studierende mit fortgeschrittenen Englischkenntnissen					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Dr. Berger, Dr. Wierichs, Weller et. al.					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dr. Iking					
<b>Sonstige Informationen</b>					
MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums					

## 1.20 Wirtschaftsinformatik

Wirtschaftsinformatik					
Business Informatics					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	210 h	<b>Leistungspunkte:</b>	7
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik				60 h	150 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
V.: 80 -120 Ü.: ca. 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedeutung und zukünftige Herausforderungen der Informations- und Kommunikationstechnologie auf betriebswirtschaftliche Prozesse kennenlernen.</li> <li>- Grundlagen der betrieblichen Datenverarbeitung beherrschen und abgegrenzte betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprobleme mit Hilfe der individuellen Datenverarbeitung lösen.</li> <li>- Grundkenntnisse über Einsatzpotenziale internetbasierter Informationssysteme erwerben.</li> <li>- Herausforderungen des interkulturellen IT Management und Globalisierungsprozesse verstehen.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedeutung der Wirtschaftsinformatik.</li> <li>- Komponenten betriebswirtschaftlicher Informationssysteme.</li> <li>- Entwicklung betriebswirtschaftlicher Informationssysteme mit Instrumenten der individuellen Datenverarbeitung.</li> <li>- Einsatz von Endbenutzerwerkzeugen.</li> <li>- Stand und Entwicklungstendenzen von e-Business, unternehmensweite Informations- und Kommunikationssysteme.</li> <li>- Operative und dispositive Informationssysteme.</li> <li>- IT-Trends im internationalen Kontext.</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Priemer, Prof. Dr. Kruse, Prof. Dr. Pulst					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Priemer					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Die praktischen Übungen finden im PC- Labor statt.					
Literatur:					
Hansen, H.R., Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen und Anwendungen, 10. Aufl. 2009;					
Hansen, H.R.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik II: Informationstechnik, 9. Aufl. 2005;					
Vorlesungsskriptum.					

## 1.21 Wirtschaftsmathematik

Wirtschaftsmathematik					
Business Mathematics					
<b>Kürzel:</b>	WMAT	<b>Workload:</b>	240 h	<b>Leistungspunkte:</b>	8
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsmathematik				45 h	75 h
Vorlesung / Übung				45 h	75 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
V.: 80 - 120 Ü.: ca. 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Grundkenntnisse der mathematischen Fachsprache und die Fähigkeit zur Diskussion von Funktionen</li> <li>- können mit wichtigen mathematisch definierten Begriffen der Wirtschaftswissenschaften umgehen</li> <li>- sind mit der Matrizenrechnung vertraut und können sie zur Behandlung wirtschaftswissenschaftlicher Fragestellungen einsetzen</li> <li>- verstehen und beherrschen die Standard-Algorithmen zur Lösung linearer Gleichungssysteme und linearer Optimierungsprobleme</li> <li>- kennen und beherrschen grundlegende Methoden zur Auswahl zwischen verschiedenen Investitions- oder Finanzierungsalternativen</li> <li>- können Tilgungspläne aufstellen, Renten- sowie Kurs- und Effektivzinsberechnungen durchführen.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengenlehre und Aussagenlogik</li> <li>- Elementare Funktionen</li> <li>- Differentialrechnung für Funktionen einer Variablen</li> <li>- Funktionen mit zwei Variablen</li> <li>- Grundzüge der Integralrechnung</li> <li>- Matrizenrechnung und Anwendungen</li> <li>- Lineare Gleichungssysteme</li> <li>- Lineare Optimierung</li> <li>- Zinsrechnung und ihre Anwendung zur Beurteilung von Investitionen und Finanzierungen</li> <li>- Renten- und Tilgungsrechnung</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Thiel, Prof. Dr. Christof					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Thiel					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Hettich, G. et al. (2009): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler und Finanzmathematik, 10. Aufl., Oldenbourg; Sydsaeter, K.; Hammond, P.J. (2009): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Aufl., Pearson Studium;					



Tietze, J. (2010): Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 15. Aufl., Vieweg & Teubner;

Tietze, J. (2010): Einführung in die Finanzmathematik, 10. Aufl., Vieweg & Teubner.

Stand:24.04.2015 Druckdatum: 13.05.2019

## 1.22 Wirtschaftsrecht

Wirtschaftsrecht					
Business Law					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Zivilrecht			30 h	90 h	
Vertragsrecht			30 h	0 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
80 -120					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende verfügen über Grundkenntnisse im Zivilrecht und im kaufmännischen Vertragsrecht und sind in der Lage, diese in der Praxis anzuwenden.					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschichte des BGB</li> <li>- Einführung in die Grundbegriffe des Zivilrechts und in die Klausurtechnik</li> <li>- Erarbeiten von praktischen Rechtsfällen im Allgemeinen Teil des BGB,</li> <li>- insbesondere die Lehre vom Rechtsgeschäft (Willenserklärung/Vertrag) Kaufvertragsrecht, Schuldrecht, Allgemeiner Teil, Fristen, Termine, Verjährung, Sicherheitsleistung, Bürgschaft</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Lehrbeauftragte					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Brox, (2002): Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Gesetzbuches, 26. Auflage, Köln; Medicus (2002): Allgemeiner Teil des BGB, 8. Auflage, Heidelberg; Palandt (2003), Bürgerliches Gesetzbuch, 62. Auflage, München; Albrecht (2002), Studienbuch Wirtschaftsrecht, Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, Köln; Larenz (1997): Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Rechts, 8. Auflage München; ders. (1987): Lehrbuch des Schuldrechts, Erster Band: Allgemeiner Teil, 14. Auflage, München.					

Stand:28.04.2015 Druckdatum: 13.05.2019

## 2 Studienschwerpunkt 1

### 2.1 Marketing 1

Marketing 1					
Marketing 1					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Markt und Mediaforschung			30 h	60 h	
Käuferverhalten			30 h	60 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung					
<b>Gruppengröße</b>					
30-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende kennen die Inhalte der Markt- und Mediaforschung sowie des privaten und gewerblichen Käuferverhaltens.</li> <li>- Sie verstehen das Käuferverhalten aufgrund theoretischer Erkenntnisse und können diese Erkenntnisse auf praktische Vermarktungssituationen hin anwenden.</li> <li>- Studierende sind in der Lage, solche, auch komplexen, Vermarktungssituationen gründlich zu analysieren, in ihrem Handlungsrahmen zu bewerten und relevant zu gestalten.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Markt- und Mediaforschung: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswahlverfahren</li> <li>- Informationsbeschaffung</li> <li>- Gruppendiskussion</li> <li>- mündliche, schriftliche, telefonische, computergestützte, onlinegestützte Befragungen</li> <li>- Omnibusbefragung</li> <li>- Panel</li> <li>- Beobachtung</li> <li>- Experiment</li> <li>- Datenanalyse</li> <li>- Prognoseverfahren</li> <li>- Markt-Media-Analysen</li> <li>- Werbecontrolling</li> </ul> Käuferverhalten: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kaufentscheidungssituationen</li> <li>- Mechanikansätze</li> <li>- psychologische Erklärungsmodelle</li> <li>- soziologische Erklärungsmodelle</li> <li>- Totalmodelle</li> <li>- Prozessmodelle</li> <li>- organisationales Beschaffungsverhalten</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Studienschwerpunkt 1					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					

Siehe Prüfungsordnung
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>
Prof. Dr. Richelsen
<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Prof. Dr. Richelsen
<b>Sonstige Informationen</b>
Berekoven, Ludwig/Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung, 10. Auflage, Wiesbaden 2004 (Gabler-Verlag); Hermann, Andreas/Homburg, Christian (Hrsg.): Marketingforschung, 2. Auflage, Wiesbaden 2000 (Gabler-Verlag); Hüttner, Manfred/Schwarting, Ulf: Grundzüge der Marktforschung, 7. Auflage, München-Wien 2002 (Oldenbourg-Verlag); Kastin, Klaus S.: Marktforschung mit einfachen Mitteln, 2. Auflage, München 1999 (Beck-Verlag/DTV); Kamenz, Uwe: Marktforschung, 2. Auflage, Stuttgart 2002 (Schäffer-Poeschel-Verlag); Koch, Jörg: Marktforschung, 3. Auflage, München-Wien 2001 (Oldenbourg-Verlag); Meffert, Heribert: Marketingforschung und Käuferverhalten, 2. Auflage, Wiesbaden 1992 (Gabler-Verlag); Unger, Fritz: Marktforschung, 2. Auflage, Heidelberg 1997 (Sauer-Verlag); Weis, Hans Christian/Steinmetz, Peter: Marktforschung, 6. Auflage, Ludwigshafen 2005 (Kiehl-Verlag); Backhaus, Klaus/Voeth, Markus: Industriegütermarketing, 8. Auflage, München 2006 (Vahlen-Verlag); Bänsch, Axel: Käuferverhalten, 9. Auflage, München-Wien 2002 (Oldenbourg-Verlag); Foscht, Thomas/Swoboda, Bernhard: Käuferverhalten, 3. Auflage, Wiesbaden 2007 (Gabler-Verlag); Godefroid, Peter: Business to Business-Marketing, 3. Auflage, Ludwigshafen 2003 (Kiehl-Verlag); Kleinaltenkamp, Michael/Plinke, Wulff (Hrsg.): Technischer Vertrieb, 2. Auflage, Heidelberg 2000 (Springer-Verlag); Kuß, Alfred/Tomczak, T.: Käuferverhalten, 1. Auflage, Stuttgart 2004; Kroeber-Riel; Werner/Weinberg, Peter: Konsumentenverhalten, 8. Auflage, München 2003 (Vahlen-Verlag); Meffert, Heribert: Marketingforschung und Käuferverhalten, 2. Auflage, Wiesbaden 1992 (Gabler-Verlag); Richter, Hans Peter: Investitionsgütermarketing, München-Wien 2001 (Hanser-Verlag); Trommsdorff, Volker: Konsumentenverhalten, 6. Auflage, Stuttgart u.a. 2004 (Kohlhammer-Verlag).



## 2.2 Rechnungswesen und Controlling 1

### Rechnungswesen und Controlling 1

Accounting and Controlling 1					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Internationale Rechnungslegung				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30 - 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden sind in der Lage, - die Zielsetzungen und Prinzipien der IFRS-Rechnungslegung kritisch zu würdigen, - zentrale Bilanzierungssachverhalte nach IFRS zu erfassen, - die Auswirkungen der IFRS auf die Darstellung der wirtschaftlichen Lage eines Unternehmens kritisch zu analysieren.					
<b>Inhalte</b>					
Vermittlung der Ziele, Instrumente, Prinzipien und Einzelregelungen (hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis) der Rechnungslegung nach International Financial Reporting Standards (IFRS). Die Inhalte werden auf der Basis von Fallstudien vertieft sowie unter Bezugnahme auf Praxisbeispiele veranschaulicht. Neben dem Erwerb fachbezogener Methodenkompetenz soll auch die kritische Auseinandersetzung mit den Bilanzierungs- und Offenlegungsregelungen erfolgen.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Studienschwerpunkt 1					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Besuch der Veranstaltung Externes Rechnungswesen					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster, Prof. Dr. Sejdija					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster, Prof. Dr. Sejdija					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Empfohlene Literatur: - International Accounting Standards Board (Hrsg.), International Financial Reporting Standards 2016, London 2016. - Baetge, Jörg u.a. (Hrsg.), Rechnungslegung nach IFRS, 2. Aufl., Stuttgart 2002 ff., Ergänzungslieferungskommentar (Stand 2015). - Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan, Bilanzen, 13. Aufl., Düsseldorf 2014. - Pellens, Bernhard et al., Internationale Rechnungslegung, 9. Aufl., Stuttgart 2014.					

Stand:14.12.2017 Druckdatum: 13.05.2019

## 2.3 Tourismus 1

Tourismus 1					
Tourism 1					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Tourismusmanagement				30 h	60 h
Tourismusmarketing				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnisse aktueller Ansätze in Wissenschaft und Praxis der Unternehmensführung im Tourismus, speziell von Reiseveranstaltern und Destinationen</li> <li>- Anwendung der grundlegenden Instrumente des Tourismusmarketings</li> <li>- Praktische Erarbeitung von Problemlösungen</li> <li>- Teamarbeit und Präsentationskompetenz</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourismusmanagement: in zwei Modulen werden in Fallstudie strategische und operative Aspekte der Unternehmensführung von Reiseveranstaltern und Destinationen erarbeitet, insbes. Planung, Kalkulation, Vertrieb des Produkts Reise.</li> <li>- Tourismusmarketing: Entwicklung des Tourismus-Marketings, normatives, strategisches, operatives Marketing im Tourismus. Diskussion mit Vertretern aus der Praxis anhand ausgewählter Fallbeispiele.</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Studienschwerpunkt 1					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe, Prof. Dr. Schwark					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Basislektüre: Th. Bieger, Management von Destinationen. 7. Aufl., München 2008; J. W. Mundt, Reiseveranstaltung. Ein Lehr- und Handbuch. 6. Aufl., München 2007; J. W. Mundt, Tourismus. 4. Aufl., München 2011; W. Freyer, Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München 2011					

Stand:24.04.2017 Druckdatum: 13.05.2019

### 3 Studienschwerpunkt 2

#### 3.1 Marketing 2

Marketing 2					
Marketing 2					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Produkt- und Programmpolitik			30 h	60 h	
Preis- und Konditionenpolitik			30 h	60 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung					
<b>Gruppengröße</b>					
30 - 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende kennen die Inhalte der Produkt- und Programmpolitik im Marketing sowie der Preis- und Konditionenpolitik im Marketing.</li> <li>- Sie verstehen diese Marketinginstrumente aufgrund theoretischer Erkenntnisse und können sie auf praktische Vermarktungssituationen hin anwenden.</li> <li>- Studierende sind in der Lage, komplexe Vermarktungssituationen gründlich zu analysieren, in ihrem Handlungsrahmen zu bewerten und relevant zu gestalten.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Produkt- und Programmpolitik: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Markenartikel</li> <li>- Produktarten</li> <li>- Produkteinführung</li> <li>- Produktpflege</li> <li>- Produkteliminierung</li> <li>- Produktqualität</li> <li>- Packung</li> <li>- Gewerbliche Schutzrechte</li> <li>- Kundendienste</li> <li>- Programmdiversifikation</li> <li>- Programmunifizierung</li> </ul>					
Preis- und Konditionenpolitik: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erkenntnisse der Preistheorie</li> <li>- nachfrageorientierte Preisbildung</li> <li>- wettbewerbsorientierte Preisbildung</li> <li>- zielorientierte Preisbildung</li> <li>- administrierte Preissetzung</li> <li>- kostenorientierte Preisbildung</li> <li>- Nettopreisbildung</li> <li>- Zahlungsbedingungen</li> <li>- Absatzfinanzierung</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Studienschwerpunkt 2					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					

Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>
Siehe Prüfungsordnung
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>
Prof. Dr. Schulze, Prof. Dr. Richelsen
<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Prof. Dr. Schulze
<b>Sonstige Informationen</b>
Bänsch, Axel: Einführung in die Marketing-Lehre, 4. Auflage, München 1998 (Oldenbourg-Verlag) Benkenstein, Martin: Entscheidungsorientiertes Marketing, Wiesbaden 2001 (Gabler-Verlag) Berndt, Ralph: Marketing, 3 Bände, 2./3. Auflage, Berlin u.a. 1991/96 (Springer-Verlag) Bruhn, Manfred: Marketing, 7. Auflage, Wiesbaden 2004 (Gabler-Verlag) Busch, Rainer/Dögl, Rudolf/Unger, Fritz: Integriertes Marketing, 3. Auflage, Wiesbaden 2001 (Gabler-Verlag) Eckardt, Gordon H./Hardiman, Marco: Marketing. Grundlagen & Praxis, Göttingen 2010 (GHS-Verlag) Fritz, Wolfgang/von der Oelsnitz, Dietrich: Marketing, 3. Auflage, Stuttgart u.a. 2002 Homburg, Christian/Krohmer, Harley: Marketingmanagement, Wiesbaden 2003 (Gabler-Verlag) Kotler, Philip u.a.: Grundlagen des Marketing, 3. Auflage, München u.a. 2003 (Pearson-Verlag) Kuß, Alfred: Marketing-Einführung, 2. Auflage, Wiesbaden 2003 (Gabler-Verlag) Mattmüller, Roland: Integrativ-prozessuales Marketing, 2. Auflage, Wiesbaden 2004 (Gabler-Verlag) Meffert, Heribert: Marketing, 9. Auflage, Wiesbaden 2000 (Gabler-Verlag) Nieschlag, Robert/Dichtl, Erwin/Hörschgen, Hans: Marketing, 19. Auflage, Berlin 2002 (Duncker&Humblot-Verlag) Olbrich, Rainer: Marketing, Berlin u.a. 2001 (Springer-Verlag) Pepels, Werner: Moderne Marketingpraxis, Herne-Berlin 2002 (NWB-Verlag) Ramme, Iris: Marketing, 2. Auflage, Stuttgart 2004 (Schäffer-Poeschel-Verlag) Scharf, Andreas/Schubert, Bernd: Marketing, 3. Auflage, Stuttgart 2001 (UTB-Verlag) Schneider, Willy: Marketing und Käuferverhalten, 3. Auflage, München 2009 (Oldenbourg-Verlag) Weis, Hans Christian: Marketing, 13. Auflage, Ludwigshafen 2004 (Kiehl-Verlag)

Stand:24.04.2017 Druckdatum: 13.05.2019

### 3.2 Rechnungswesen und Controlling 2

Rechnungswesen und Controlling 2					
Advanced Controlling and Cost Management					
<b>Kürzel:</b>	CON2	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Vorlesung			30 h	60 h	
Übung			30 h	60 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
Übungen: 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse im Bereich des Controllings mit Fokus auf das operative Controlling. In parallelen Übungen erwerben sie Methodenkompetenz in der Anwendung von Instrumenten des operativen Controllings.</li> <li>- erlangen eine Übersicht über die vielfältigen Aufgabenstellungen des operativen Controllings im Unternehmen.</li> <li>- kennen und beherrschen die wichtigsten Instrumente des operativen Controllings, können diese z.B. in Übungen anwenden und auf eine betriebliche Aufgabenstellung transferieren.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in Controlling-Systeme</li> <li>- Einordnung und Grundlagen des Operativen Controlling</li> <li>- Einordnung und Grundlagen des Strategischen Controllings               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Operatives Controlling</li> <li>- Grundlagen des operativen Controllings</li> <li>- Operative Planung - Budgetierung</li> <li>- Operative Analyse und Kontrolle</li> <li>- Operative Information: Berichtswesen</li> </ul> </li> <li>- Fallstudien/Übungen zum operativen Controlling / Kostenmanagement (parallel) z.B. Kostellenplanung, Kostenträgerplanung, integrierte Unternehmensplanung, Abweichungsanalyse im Gemein- und Produktkostenbereich, Umsatz- und Deckungsbeitragsbereich</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Studienschwerpunkt 2					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik, Wahlpflichtkatalog Profilbildung					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Module Externes Rechnungswesen / Internes Rechnungswesen					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Dr. Pietschmann (LA)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Jeweils aktuelle Auflagen von: Schröder: Modernes Unternehmenscontrolling - Handbuch für die Unternehmenspraxis, Kiehl, Ludwigshafen; Peemöller: Controlling - Grundlagen und Einsatzgebiete, nwb, Herne; Fiedler: Einführung in das Controlling, Oldenbourg, München; Weber, Schäffer: Einführung in das Controlling,					

Schäffer-Poeschel, Stuttgart;

Horvath: Controlling, Vahlen, München;

Reichmann: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, Vahlen, 6. Aufl., München;

Küpper: Controlling, 3. Aufl., Schäffer Poeschel, Stuttgart;

Joss-Sachse: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Gabler, Wiesbaden;

Stahl: Modernes Kostenmanagement und Controlling in 70 Fällen, Vahlen, München;

Horvath, Gleich, Voggenreiter: Controlling umsetzen: Fallstudien, Lösungen und Basiswissen, Schäffer Poeschel, Stuttgart.

Stand:18.04.2019 Druckdatum: 13.05.2019

### 3.3 Tourismus 2

Tourismus 2					
Tourism 2					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Tourismusmanagement				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Übung, Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30 - 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- vertiefen und erweitern ihre Kenntnisse in ausgewählten Ansätzen des Tourismusmanagements und können aktuelle wissenschaftliche Konzepte der Unternehmensführung im Tourismus praktisch umsetzen</li> <li>- erarbeiten Problemlösungen an praxisbezogenen Fallbeispielen und verbessern ihre Teamarbeit und Präsentationskompetenz</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Branchenübergreifende strategische und operative Ansätze in touristischen Unternehmen und Destinationen, insbes. Qualitätsmanagement und Kundenorientierung</li> <li>- Segmentierungs- und Themenstrategien</li> <li>- Krisenmanagement</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Studienschwerpunkt 2					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Basislektüre: Bastian, H. u.a.: Kundenorientierung im Touristikmanagement. München 2000; Göbel, C.: Affinity-Groups im Tourismus. Düsseldorf 2003; Glaeßer, D.: Handbuch Krisenmanagement im Tourismus. Berlin 2005; Hallerbach, B.: Marktsegmentierung und der Trend zum hybriden Urlauber. In: C. Becker u.a.: Geographie der Freizeit und des Tourismus. München 2003 S. 171ff.; Kranawitter, S., Mühlner, Y.: Erfolgreiches Krisenmanagement für Reiseveranstalter - ein Krisenhandbuch für plötzlich auftretende Krisen im Tourismus. Stuttgart 2007; Pechlaner, H., Qualitätsmanagement im Tourismus Kundenorientierung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit. 1. Aufl., Wien 2006					

## 4 Studienschwerpunkt 3

### 4.1 Marketing 3

Marketing 3					
Marketing 3					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Kommunikations- und Identitätspolitik			30 h	60 h	
Distributions- und Verkaufspolitik			30 h	60 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung					
<b>Gruppengröße</b>					
30 - 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Inhalte der Kommunikations- und Identitätspolitik im Marketing sowie der Distributions- und Verkaufspolitik im Marketing</li> <li>- verstehen diese Marketinginstrumente aufgrund theoretischer Erkenntnisse und können sie auf praktische Vermarktungssituationen hin anwenden</li> <li>- sind in der Lage, komplexe Vermarktungssituationen gründlich zu analysieren, in ihrem Handlungsrahmen zu bewerten und relevant zu gestalten</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Kommunikations- und Identitätspolitik:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Kommunikation</li> <li>- Werbeobjekte</li> <li>- Kreativplattform</li> <li>- Klassische Werbemittel</li> <li>- Nicht-klassische Werbemittel</li> <li>- Corporate Identity</li> <li>- Global Advertising</li> <li>- Werbeberatung</li> </ul>					
Distributions- und Verkaufspolitik:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Absatzkanal</li> <li>- Absatzmethode</li> <li>- Konzentration im Absatzkanal</li> <li>- Kooperation im Absatzkanal</li> <li>- Absatzhelfer</li> <li>- Reisende</li> <li>- Marktveranstaltungen</li> <li>- Logistik</li> <li>- Lieferungsbedingungen</li> <li>- Leistungsstörungen</li> <li>- Redistribution</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Studienschwerpunkt 3					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					



Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>
Siehe Prüfungsordnung
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>
Prof. Dr. Schulze, Prof. Dr. Richelsen
<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Prof. Dr. Schulze
<b>Sonstige Informationen</b>
Bänsch, Axel: Einführung in die Marketing-Lehre, 4. Auflage, München 1998 (Oldenbourg-Verlag) Benkenstein, Martin: Entscheidungsorientiertes Marketing, Wiesbaden 2001 (Gabler-Verlag) Berndt, Ralph: Marketing, 3 Bände, 2./3. Auflage, Berlin u.a. 1991/96 (Springer-Verlag) Bruhn, Manfred: Marketing, 7. Auflage, Wiesbaden 2004 (Gabler-Verlag) Busch, Rainer/Dögl, Rudolf/Unger, Fritz: Integriertes Marketing, 3. Auflage, Wiesbaden 2001 (Gabler-Verlag) Eckardt, Gordon H./Hardiman, Marco: Marketing. Grundlagen & Praxis, Göttingen 2010 (GHS-Verlag) Fritz, Wolfgang/von der Oelsnitz, Dietrich: Marketing, 3. Auflage, Stuttgart u.a. 2002 Homburg, Christian/Krohmer, Harley: Marketingmanagement, Wiesbaden 2003 (Gabler-Verlag) Kotler, Philip u.a.: Grundlagen des Marketing, 3. Auflage, München u.a. 2003 (Pearson-Verlag) Kuß, Alfred: Marketing-Einführung, 2. Auflage, Wiesbaden 2003 (Gabler-Verlag) Mattmüller, Roland: Integrativ-prozessuales Marketing, 2. Auflage, Wiesbaden 2004 (Gabler-Verlag) Meffert, Heribert: Marketing, 9. Auflage, Wiesbaden 2000 (Gabler-Verlag) Nieschlag, Robert/Dichtl, Erwin/Hörschgen, Hans: Marketing, 19. Auflage, Berlin 2002 (Duncker&Humblot-Verlag) Olbrich, Rainer: Marketing, Berlin u.a. 2001 (Springer-Verlag) Pepels, Werner: Moderne Marketingpraxis, Herne-Berlin 2002 (NWB-Verlag) Ramme, Iris: Marketing, 2. Auflage, Stuttgart 2004 (Schäffer-Poeschel-Verlag) Scharf, Andreas/Schubert, Bernd: Marketing, 3. Auflage, Stuttgart 2001 (UTB-Verlag) Schneider, Willy: Marketing und Käuferverhalten, 3. Auflage, München 2009 (Oldenbourg-Verlag) Weis, Hans Christian: Marketing, 13. Auflage, Ludwigshafen 2004 (Kiehl-Verlag)

Stand:24.04.2017 Druckdatum: 13.05.2019

## 4.2 Rechnungswesen und Controlling 3

Rechnungswesen und Controlling 3					
Accounting and Controlling 3					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Strateg. Controlling u. weiter- führende Controlling-Themen				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30 - 40, Laborübungen ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Im ersten Teil lernen Studierende die Instrumente des Strategischen Controllings kennen und erlangen Bewertungskompetenz für Notwendigkeit und die selbständige Einordnungen von Funktionen und Aufgaben dieses Controlling-Systems im Rahmen des strategischen Managements und dessen Abgrenzung zum operativen Controlling.</li> <li>- Im zweiten Teil werden weiterführende Themen des Controllings, z.B. IT-gestütztes Controlling, behandelt. Studierenden erhalten dabei einen ersten Einblick in IT-Systeme, insbesondere integrierte Informationssystem (z.B. SAP ERP oder DATEV), die in der betrieblichen Praxis im Controlling eingesetzt werden, deren Besonderheiten (z.B. Customizing-Konzept, Einführungsprozess etc.) und den Einsatz anhand von Aufgabenstellungen im Controlling (Kostenstellenplanung, Kalkulation, einfache Rechnungswesenprozesse und deren Stammdaten).</li> <li>- Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, haben einen Überblick über Aufgabenstellungen und Instrumente des strategischen Controllings und eigenständige Bewertungskompetenz. Sie sind ferner in der Lage, weiterführende Themenstellungen des Controllings selbständig zu analysieren, zu bearbeiten und einer Lösung zuzuführen.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<p>1. Strategisches Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen/Notwendigkeit eines strategischen Controllings</li> <li>- Strategischer Management-Prozess: Vision - Mission - Strategie- Leitbildcontrolling</li> <li>- Strategische Planung</li> <li>- Strategische Analyse und Kontrolle</li> <li>- Strategische Information</li> <li>- Instrumente des strategischen Controlling</li> <li>- Fallstudien und Übungen zum strategischen Controlling, z.B. Übung zu Leitbildern von Unternehmen, Erstellung eines Porter-Diagramms, Prozesskostenrechnung- und Wertanalyse</li> </ul> <p>2. Weiterführende Themen des Controllings, z.B. IT-gestütztes Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informationssysteme für das Controlling in Unternehmen</li> <li>- Betriebliche Anwendungen mit ERP-Systemen</li> <li>- IT-gestütztes Rechnungswesen und Controlling mit SAP ERP</li> <li>- Praktische Übungen/Fallstudien mit SAP ERP / DATEV als Laborübung</li> </ul> <p>3. Einsatz selbstentwickelter E.Learning Anwendungen</p>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Studienschwerpunkt 3					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Kenntnisse des externen und internen Rechnungswesens					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					

<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>
Siehe Prüfungsordnung
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>
Dr. Pietschmann (LA)
<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Studiendekan Wirtschaft
<b>Sonstige Informationen</b>
Schröder: Modernes Unternehmenscontrolling - Handbuch für die Unternehmenspraxis, Kiehl, Ludwigshafen, aktuelle Auflage; Peemöller: Controlling - Grundlagen und Einsatzgebiete, nwb, Herne, aktuelle Auflage; Fiedler: Einführung in das Controlling, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage; Weber, Schäffer: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, aktuelle Auflage; Horvath, Baum, Coenenberg, Günther: Strategisches Controlling, Schäffer- Poeschel, Stuttgart, aktuelle Auflage; Hungenberg: Strategisches Management in Unternehmen, Ziele - Prozesse - Verfahren, Gabler Wiesbaden, aktuelle Auflage; Hinterhuber: Strategische Unternehmensführung, I Strategisches Denken, Berlin, aktuelle Auflage; Troßmann, Baumeister, Werkmeister: Management-Fallstudien im Controlling, Vahlen, München, aktuelle Auflage; Berens, Hoffjan, Schmitting: Controlling in Fallstudien, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, aktuelle Auflage; Frick, Gadatsch, Schäffer-Külz: Grundkurs SAP ERP, Vieweg Verlag, Braunschweig, aktuelle Auflage; Friedl, Hilz, Pedell: Controlling mit SAP, Vieweg Verlag, Braunschweig, aktuelle Auflage; Patel: Discover SAP ERP Financials - Entdecke die Welt von SAP, Galileo Press, Bonn, aktuelle Auflage; Munzel, Munzel: SAP-Finanzwesen - Customizing, Galileo Press, Bonn, aktuelle Auflage; Rebstock, Hildebrand: Betriebswirtschaftliche Einführung in SAP R/3, Oldenbourg, München, aktuelle Auflage; HCC und SAP-Fallstudien und Lehrmaterial aus den Dozentenschulungen und <a href="http://www.hcc.uni-magdeburg.de">www.hcc.uni-magdeburg.de</a>

Stand:18.04.2019 Druckdatum: 13.05.2019

### 4.3 Tourismus 3

Tourismus 3					
Tourism 3					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Sporttourismus				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30 - 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnisse aktueller Ansätze zum Sporttourismus</li> <li>- Wissen über die Angebotsstruktur im Sport- und Gesundheitstourismus und Befähigung zur Entwicklung nachfragerrelevanter Angebote</li> <li>- Befähigung zur Analyse der Marktstruktur und Größe von Sportevents</li> <li>- Fähigkeit zur Bestimmung von Vor- und Nachteilen von Sportevents und ihre Auswirkungen auf den Tourismus</li> <li>- Fähigkeit zur Bestimmung von Wertschöpfungseffekten von Sportevents</li> <li>- Erkennen der sporttouristischen Bedeutung regionaler Sportkultur und ihre Perspektiven für den Tourismus</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Sport- und Gesundheitstourismus					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definitionen Sport, Gesundheit, Tourismus, Sporttourismus</li> <li>- Sportdestinationen, Sporthotellerie, Sportreiseveranstalter, Sportverbände</li> <li>- Touristische Bedeutung von Wintersport, Golf, Reiten, Wandern, Radfahren</li> </ul>					
Sportevents und Tourismus					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akquise und Organisation von Sportevents</li> <li>- Ökonomische, ökologische und Imageeffekte</li> <li>- Profilbildung durch Sportevents im Städtetourismus</li> </ul>					
Regionale Sportkultur und Tourismus					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gegenstand und Ausprägungen regionaler Sportkultur</li> <li>- Angebotsentwicklung von Kultur- und Sportreiseveranstaltern</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Studienschwerpunkt 3					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Dreyer, A. Sport und Tourismus, in Krüger, A.; Dreyer, A. (Hrsg.): Sportmanagement. Eine Themenbezogene Einführung (S. 327-376), München 2004					
Preuß, H.; et al: Ökonomie des Tourismus durch Sportgroßveranstaltungen, Wiesbaden 2009					
Schwark, J.: Städteranking Sportgroßveranstaltungen, Bocholt 2009					
Schwark, J.: Grundlagen zum Sporttourismus, Münster 2006					
Schwark, J. (Hrsg.): Sporttourismus und Großveranstaltungen - Praxisbeispiele, Münster 2005					



Schwark, J.: Sporttourismus - Stand und Entwicklung eines neuen Forschungsfeldes, S. 279-95 in: (Z) Sportwissenschaft 3/2007

Das Modul wird auch für das Zertifikat "Sporttourismus" anerkannt

Stand:28.04.2015 Druckdatum: 13.05.2019

## 5 Fachfremdsprache

### 5.1 Wirtschaftsenglisch 2

Wirtschaftsenglisch 2					
Business English 2					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Wirtschaftsenglisch 2			60 h	90 h	
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz 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; (z.B. company structure, management, international trade, stocks and shares, marketing, the business cycle).					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Fachfremdsprache					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Dr. Berger et. al.					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dr. Iking					
<b>Sonstige Informationen</b>					
MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums.					

## 5.2 Wirtschaftsfranzösisch

Wirtschaftsfranzösisch					
Business French					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsfranzösisch				60 h	90 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz 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; (l'activité économique, la distribution; la fiscalité, le marketing).					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Fachfremdsprache					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Französischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Dr. Iking, Fischer					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dr. Iking					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Die Studierenden wählen aus dem Angebot des Sprachenzentrums (z. Zt. Englisch, Französisch, Spanisch oder Niederländisch) der Hochschule eine (Wirtschafts-)Fachfremdsprache aus.					
Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums).					

### 5.3 Wirtschaftsniederländisch

Wirtschaftsniederländisch					
Business Dutch					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsniederländisch				60 h	90 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz 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; (z.B. Zahlungsverkehr, Personalplanung, Teilzeitarbeit, Marketing, Touristik, Export).					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Fachfremdsprache					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Niederländischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Nagel-Syben					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dr. Iking					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Die Studierenden wählen aus dem Angebot des Sprachenzentrums (z. Zt. Englisch, Französisch, Spanisch oder Niederländisch) der Hochschule eine (Wirtschafts-)Fachfremdsprache aus.					
MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums					



## 5.4 Wirtschaftsspanisch

Wirtschaftsspanisch					
Business Spanish					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	150 h	<b>Leistungspunkte:</b>	5
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Business Spanish				60 h	90 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz 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; (la actividad económica, la distribución, el sistema tributario, el marketing).					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Fachfremdsprache					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Spanischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Saa-Arias, Fischer					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dr. Iking					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Die Studierenden wählen aus dem Angebot des Sprachenzentrums (z. Zt. Englisch, Französisch, Spanisch oder Niederländisch) der Hochschule eine (Wirtschafts-)Fachfremdsprache aus.					
MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums					

## 6 Marktforschung und Außenwirtschaft

### 6.1 Außenwirtschaft

Außenwirtschaft					
International Economics					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Außenwirtschaft				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Übung, Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse der internationalen Wirtschaft.</li> <li>- kennen die Zahlungsbilanz sowie grundlegende Theorien der realen und der monetären Außenwirtschaftstheorie.</li> <li>- kennen Leitbilder und Instrumente des internationalen Handels und können aktuelle Fälle zu diesem Themenbereich bearbeiten.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Globalisierung - Daten und Fakten</li> <li>- Standardmodelle der Außenhandelstheorie</li> <li>- Außenhandel, unvollkommener Wettbewerb und Skalenerträge</li> <li>- Handelspolitik</li> <li>- Kaufkraftparität</li> <li>- Realer Wechselkurs</li> <li>- Gedeckte und ungedeckte Zinsparität</li> <li>- Makroökonomik offener Volkswirtschaften</li> <li>- Wechselkurssysteme und Geldpolitik</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Marktforschung und Außenwirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Erke, Prof. Dr. Siebe					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Siebe					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Marktforschung / Außenwirtschaft:					
Die Studierenden belegen wahlweise eine der beiden angebotenen Veranstaltungen Marktforschung oder Außenwirtschaft.					
Literatur:					
Krugman, Obstfeld, International Economic Policy - Theory and Policy, 8. Auflage, Boston u.a. 2009;					
Siebert / Lorz, Außenwirtschaft, 8. Auflage, Stuttgart 2006.					



## 6.2 Marktforschung

Marktforschung					
Market Research					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Marktforschung				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30 - 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Den Marktforschungs-Prozesses kennen</li> <li>- Methoden der Datenerhebung und ihre Eigenschaften kennen</li> <li>- Deskriptive Auswertungsverfahren beherrschen</li> <li>- Anwendungsbereiche ausgewählter multivariater Verfahren kennen</li> <li>- Ein geeignetes Verfahren auswählen und anwenden können</li> <li>- Eine Standardsoftware für Datenanalyse verwenden sowie Ergebnisse verstehen und interpretieren können</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Der Marktforschungs-Prozess</li> <li>- Methoden der Datenerhebung, insbesondere Befragungen</li> <li>- Deskriptive Datenauswertung</li> <li>- Datenanalyse mit multivariaten statistischen Verfahren</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Marktforschung und Außenwirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Christof, Prof. Dr. Thiel					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Christof					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Marktforschung / Außenwirtschaft: Die Studierenden belegen wahlweise eine der beiden angebotenen Veranstaltungen Marktforschung oder Außenwirtschaft.					
Literatur: Böhler, H.: Marktforschung, 3. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart 2004; Eckstein, P.: Angewandte Statistik mit SPSS, 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden 2004.					

## 7 Individuelles Wahlfach

### 7.1 Advanced Controlling - Aktuelle Themen des Controllings in der Praxis

#### Advanced Controlling - Aktuelle Themen des Controllings in der Praxis

Advanced Controlling

<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
				60 h	120 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung, Sonstige

#### Gruppengröße

20

#### Qualifikationsziele

Auf Basis von Grundkenntnissen des Rechnungswesens und Controllings sind Studierende nach Absolvierung des Moduls in der Lage:

- Aktuelle weiterführende Aufgabenstellungen des Controllings und angrenzender Bereiche des internen und externen Rechnungswesens aus der Praxis zu erkennen und aufzugreifen,
- Lösungsansätze darzustellen, zu bewerten und - vor dem Hintergrund einer ggfs. konkreten Aufgabenstellung der Praxis - in Fallstudien - zu adaptieren und einer Lösung zuzuführen,
- Trends und Weiterentwicklungen des Controllings aufzugreifen und darzustellen.

Studierende erwerben in diesem Modul:

- Fachkompetenzen in den behandelten Wissensgebieten (siehe Inhalte),
- Methodenkompetenz in den erarbeiteten bzw. verwendeten Instrumenten, dem Vorgehen zur Adaptierung von Lösungsansätzen auf eine Praxisaufgabenstellung sowie durch Abstrahierung der Konzepte von der vorliegenden Aufgabenstellung,
- Selbst- und Organisationskompetenzen durch die Bearbeitung einer Fallstudie in einem vorgegebenen Zeitrahmen und Recherche nach Literatur und Lösungsansätzen;
- Sozialkompetenzen durch das Erarbeiten von Lösungen in Gruppen, der Zusammenfassung und Darstellung von Praxisreferenten mit der Möglichkeit zu einem Feedback aus der Praxis.

#### Inhalte

Aktuelle und geplante Themengebiete aus der Praxis sind:

##### Integrierte Finanzberichterstattung

- Horizontale und vertikale Integration des Berichtswesens
- Regulatorische Anforderungen
- Segment- und Spartenberichterstattung und deren Abbildung in den Controlling-Instrumenten wie z.B. der Deckungsbeitragsrechnung
- Standardisierte Datenstrukturen und Informationssysteme (neues Hauptbuch in SAP)
- Fallstudien zu integrierter Finanzberichterstattung, Segmentberichterstattung und Spartenrechnung ggfs. mit Nutzung von verfügbaren Informationssystemen (SAP, DATEV)

##### Verrechnungspreise in einem internationalen Konzern (mit J. Sauer mann)

- Grundlagen von Verrechnungspreisen aus betriebswirtschaftlicher Sicht
- Überblick über die steuerlichen Aspekte von Verrechnungspreisen - gesetzliche Anforderungen, Methoden, Dokumentationspflicht, Anwendung in der Praxis
- Fallstudien zu der betriebswirtschaftlichen und steuerlichen Ermittlung und Behandlung von Verrechnungspreisen

##### Projektcontrolling in einem internationalen Produktionsnetzwerk (mit J. Vauth)

- Integriertes Produktionsnetzwerk
- Programmmanagement auf Basis eines End-to-End Prozess Ansatz
- Performance Measurement Konzept mit Fokus auf die Balanced Scorecard und KRIs <-> KPIs
- Übertragung des Leitstandkonzepts auf das Programm-Controlling

- Fallstudien zum Projekt- und Prozessmanagement

Weiterführende Konzepte und Anwendungen des Performance Measurement (mit X.X.)

- Ziele, Varianten und Elemente von Performance Measurement Systemen
- Moderne Performance Measurement Systeme, wie z.B. Performance Pyramid, Scandia Navigator etc.
- Performance Measurement Systeme in der Praxis
- Perspektiven und Trends von Performance Measurement Systemen
- Fallstudien zu Auswahl von Performance Measurement Systemen und Key Performance Indicators

Internationales Beteiligungscontrolling (mit X.X.)

- Herausforderung zwischen den nationalen Rechnungslegung Standards und der Konzernberichterstattung nach HGB
- Umsatzkostenverfahren vs. Gesamtkostenverfahren
- Überleitungsrechnungen Umsatzkostenverfahren zu Gesamtkostenverfahren

sowie in Abhängigkeit von aktuellen Aufgabenstellungen und den Co-Teachers aus der Praxis weitere jeweils Themen aus dem Bereich weiterführender Themen des Controllings, z.B.:

- Internationales Vertriebscontrolling
- Green Controlling und Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Marketing und Social-Media Controlling
- Personalcontrolling
- etc.

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Empfehlung: Externes Rechnungswesen, Internes Rechnungswesen

#### Prüfungsformen

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Kress, ggf. Lehrende aus der Praxis

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Kress

#### Sonstige Informationen

- Literatur allgemein:

Weber, J. (Hrsg): Das Advanced Controlling-Handbuch Volume 2 - Richtungsweisende Konzepte, Steuerungssysteme und Instrumente, 2008;

Littkemann, J.; Schulte, K.; Derfuß, K.; Eisenberg, D.; Fietz, A.; Holtrup, M.; Stockey: C.: Übungen zum Controlling - Aufgabenstellungen mit Lösungsskizzen zur Klausurvorbereitung, Band 1, 2. Auflage, 2010;

Littkemann, J.; Schulte, K.; Derfuß, K.; Eisenberg, D.; Fietz, A.; Holtrup, M.; Stockey: C.: Übungen zum Controlling - Aufgabenstellungen mit Lösungsskizzen zur Klausurvorbereitung, Band 2, 1. Auflage, 2010;

Dietzel, A.: Vertriebscontrolling Optimieren: Grundlagen und Praxis. 2013;

Kühnapfel, J., B.: Vertriebscontrolling: Methoden im praktischen Einsatz, 2013.

- Literatur Integrierte Finanzberichterstattung

PricewaterhouseCoopers AG: Integrierte Finanzberichterstattung in SAP ERP, 2014;

Plaut: Segmentberichterstattung, Ismaning

Weißberger, B., E: IFRS für Controller - Alles, was Controller über IFRS wissen müssen, 2. Auflage, 2011;

Exler, M., W.: Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen mit einer durchgängigen Fallstudie, 2010;

Bienemann, G.; Kress, S.: "Integriertes Rechnungswesen und Controlling im Mittelstand". In: Controller Magazin Heft 3/2015.

- Literatur Verrechnungspreise

Dawid, R.; Dorner, K.: Verrechnungspreise - Grundlagen und Praxis, Springer 2013;

Martini, J. T.: Verrechnungspreise zur Koordination und Erfolgsermittlung, 2007;

Littkemann, J.; Zündorf, H.: Beteiligungscontrolling - Ein Handbuch für die Unternehmens- und Beratungspraxis, 2004;

Burger, A.; Ulbrich, P.; Ahlemeyer, N.: Beteiligungscontrolling, 2. Auflage, 2010.

- Literatur Projektcontrolling

Fiedler, R.: Controlling von Projekten, 2013;

Wanner, R.: Earned Value Management: So machen Sie Ihr Projektcontrolling noch effektiver, 2013;

Haller, P.; Kress, S.; Vauth, J.: Steuerung mittels Leitstand bei AIRBUS, In: Controlling&Management Review, Heft 2, 2015.

- Literatur Performances Measurement:

Klingebiel, N.: Performance Measurement & Balanced Scorecard, Franz Vahlen, 2001;

Gladen, W.: Performance Measurement - Controlling mit Kennzahlen, 2005;

Zell, M.: Kosten- und Performance Management, 2008.

- Literatur Beteiligungscontrolling:

Littkemann, J.; Zündorf, H.: Beteiligungscontrolling - Ein Handbuch für die Unternehmens- und Beratungspraxis, Band 1 und 2 2004;

Berens, W.; Born, A; Hoffjan, A.: Controlling international tätiger Unternehmen, 2000;

- sowie weitere aktuelle Literatur in Abhängigkeit von den jeweils angebotenen Themengebieten.

## 7.2 Applied Corporate Finance

Applied Corporate Finance					
Applied Corporate Finance					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Applied Corporate Finance				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
ca.20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zwei Entscheidungsprobleme des Finanzmanagements werden intensiv behandelt:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Wie sieht die optimale Kapitalstruktur/ das optimale Finanzierungsmix eines Unternehmens aus?</li> <li>2) Wie sieht die optimale Ausschüttungspolitik eines Unternehmens aus?</li> </ol> </li> <li>- Alle vermittelten Lösungsansätze orientieren sich an der modernen Corporate Finance-Literatur. Sie sind auf dem Niveau der Einführungsveranstaltung des Grundstudiums größtenteils bekannt.</li> <li>- In dieser Veranstaltung wird zum einen die theoretische Fundierung der o.g. Entscheidungsprobleme noch einmal vertieft.</li> <li>- Zum anderen wird die Entwicklung theoretisch fundierter Lösungsansätze für die Praxis anhand von Beispielen und Fallstudien vermittelt.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bewertung von Fremdkapital mit Kreditausfallrisiko (Rating)</li> <li>- Risiko und Renditen: Empirischer Befund</li> <li>- Portfoliotheorie und CAPM/EK-Kosten</li> <li>- Bewertung von Eigenkapital</li> <li>- Kapitalstruktur und Kapitalkosten</li> <li>- Hybride Finanzierungsinstrumente</li> <li>- Ausschüttung bei unvollkommenem Kapitalmarkt</li> <li>- Zusammenfassende Fallstudie (Harvard Business Case)</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Kenntnisse Investition und Finanzierung/Wirtschaftsmathematik/EXCEL					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Erke					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Erke					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Schmidt, Reinhard H./ Eva Terberger: Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie, 4. Auflage, Gabler Wiesbaden 1997; Buckley, A./Ross, S.A./Westerfield,R.W./Jaffee, J.F.: Finanzmanagement europäischer Unternehmen, McGraw-Hill, 2000; Damodaran, D.: Applied Corporate Finance, John Wiley & Sons, Inc., 3. Auflage, 2011; Benninga, S.: Principles of Finance with EXCEL, Oxford University Press, 2006.					



### 7.3 Betriebliche Steuerlehre und Internationale Rechnungslegung

Betriebliche Steuerlehre und Internationale Rechnungslegung					
Accounting and Taxation					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Betriebliche Steuerlehre				30 h	60 h
Internationale Rechnungslegung				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende erwerben die Fähigkeit, sich mit aktuellen steuerlichen Problemstellungen und Entwicklungen der internationalen Rechnungslegung (IAS/IFRS) auseinanderzusetzen.</li> <li>- Studierende erkennen nicht nur die Auswirkungen der aktuellen Steuergesetzgebung auf unternehmerische Entscheidungen (Steuerwirkungslehre), sie können auch entsprechende Sachverhaltsgestaltungen vornehmen (Steuergestaltungslehre).</li> <li>- Studierenden kennen aktuelle und künftige Inhalte der internationalen Rechnungslegungsvorschriften und die Vorhaben des Standardsetters.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Der Inhalt bestimmt sich nach den aktuellen Entwicklungen des Steuerrechts und der Internationalen Rechnung.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fundierte Kenntnisse der betrieblichen Steuerlehre sowie Controlling und Rechnungswesen					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster, Prof. Dr. Richelsen, weitere BWL-Professoren					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Literaturhinweise: Aktuelle Fachzeitschriftenliteratur; Veröffentlichungen des Gesetzgebers bzw. des Standardsetters.					

## 7.4 Direktmarketing und Internationales Marketing

### Direktmarketing und Internationales Marketing

Direct Marketing and International Marketing

<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
----------------	--	------------------	-------	-------------------------	---

<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
------------------	---	---------------	------------	--------------------	------------------------------

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Direktmarketing	30 h	60 h
Internationales Marketing	30 h	60 h

#### Lehrformen

Vorlesung

#### Gruppengröße

ca. 20

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden

- kennen die Inhalte des Direktmarketing und verstehen Einsatz und Bedeutung der Direktmarketingmittel
- wissen die Instrumente aufgrund ihrer theoretischen Erkenntnisse praktisch in Vermarktungssituationen anzuwenden und sind in der Lage die unterschiedlichen Situationen zu analysieren, in ihrem Handlungsrahmen zu bewerten und relevant zu gestalten
- lernen die Studierenden ihre Marketingkenntnisse im internationalen Kontext anzuwenden
- wissen um länderspezifische Gegebenheiten, Vor- und Nachteile einer Internationalisierung und sind in der Lage die jeweilige Marktsituation auszuwerten und Lösungen für die Praxis zu gestalten

#### Inhalte

- Entwicklung des Direktmarketing
- klassische Medien vs. Direktmarketing-Medien
- Instrumente des Direktmarketing-Mix
- Mailings, Calls, Internet, Teleselling, Database-Marketing
- Neue Medien: Einsatz von Social Media
- Cross- und Multimediastrategien
- Planung von Direktmarketingkampagnen
- Analyse und Direktmarketing-Controlling
- Grundlagen des internationalen Marketing
- Rahmenbedingungen des internationalen Marketing
- Marketingforschung als Grundlage internationaler Entscheidungen
- Marktselektion und MarkteintrittsstrategienInternationale Institutionalisierungsoptionen

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

#### Prüfungsformen

Klausur

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Richelsen, Prof. Dr. Schulze

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Richelsen

#### Sonstige Informationen

Bruns, J.: Direktmarketing, 2. Auflage, Ludwigshafen 2007;  
 Buchner, M.: Performance Management im Call Center: Servicequalität und Effizienz steigern, Hamburg 2009;  
 Dallmer, H. (Hrsg.): Das Handbuch - Direct-Marketing & More, 8. Auflage, Wiesbaden 2002;  
 Gola, P.:Datenschutz im Call Center, 2. Auflage, Frechen 2006;

Holland, H.: Direktmarketing, 2. Auflage, München 2009;  
Holland, H./ Bammel, K.: Mobile Marketing - Direkter Kundenkontakt über das Handy, 1. Auflage, München, 2006;  
Krafft, M. / Hesse, J. / Knappik, K. / Peters, K. / Rinas, D. (Hrsg.): Internationales Direktmarketing - Grundlagen, Best Practice, Marketingfakten, 1. Auflage, Wiesbaden 2008;  
Menzler-Trott, E./ Hahnel, M. (Hrsg.): Call Center Evolution, München 2002;  
Neumann, U. / Nagel, T.: Professionelles Direktmarketing - Das Praxishandbuch mit OnlineMarketing, München 2007;  
Schümann, F./ Tisson, H.: Call Center Controlling - Ein Modell für die Planung, Kontrolle und Steuerung von Kundenservice-Centern, 1. Auflage, Wiesbaden 2006;  
Wirtz, B: Direktmarketing-Management: Grundlagen - Instrumente -Prozesse, 2. Auflage, Wiesbaden 2009;  
Wirtz, B./ Burmann, C.: Ganzheitliches Direktmarketing, 1. Auflage, Wiesbaden 2006;  
Backhaus, K./ Büschken, J./ Voeth, M.: Internationales Marketing, 6. Auflage, Stuttgart 2010;  
Becker, J.: Marketing-Konzeption, 9. Aufl., München 2009;  
Berndt, R./ Fantapie Altobelli, C./ Sander, M: Internationales Marketing-Management, 3. Auflage, Berlin 2005;  
Breitschuh, J.: Internationales Marketing: ausgewählte Strategien zur Sicherung von Absatz- und Beschaffungsmärkten, München 2007;  
Bruns, J.: Internationales Marketing, 3. Auflage, Ludwigshafen, 2003;  
Hünerberg, R.: Internationales Marketing, Landsberg a. L. 1994;  
Meffert, H./Burmann, C.: Internationales Marketing Management, 4. Auflage, Stuttgart 2009;  
Zentes, J. / Swoboda, B. / Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, 2. Auflage, München 2010

Stand:28.04.2015 Druckdatum: 13.05.2019

## 7.5 Fallstudien zur Bilanzierung

### Fallstudien zur Bilanzierung

Accounting Case Studies

<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
----------------	--	------------------	-------	-------------------------	---

<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
------------------	---	---------------	------------	--------------------	------------------------------

<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	60 h	120 h

#### Lehrformen

Übung, Seminar

#### Gruppengröße

ca. 15

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden werden im Rahmen der Veranstaltung befähigt, betriebswirtschaftliche Sachverhalte/Geschäftsvorfälle fachlich korrekt zu erfassen, zu bewerten und anhand berufsspezifischer Software (DATEV) zu bearbeiten bzw. abzubilden.

Die Studierenden erwerben in diesem Modul sowohl Fachkompetenzen in den behandelten Wissensgebieten als auch Methodenkompetenz in den verwendeten Instrumenten. Überdies wird das Verständnis von betriebswirtschaftlichen Sachverhalten gefördert.

#### Inhalte

Auf der Basis eines Musterfalls beschäftigen sich die Teilnehmer mit der Finanz- und Anlagenbuchführung, unterjährigen betriebswirtschaftlichen Auswertungen, der Berechnung von Steuerrückstellungen, der Jahresabschlusserstellung sowie mit der Unternehmensplanung und -bewertung. Zu diesem Zweck wird das Rechnungswesen einer Mustergesellschaft auf EDV-Basis simuliert. Die Sachverhalte sind von den Studierenden jeweils vorzubereiten und mit der DATEV-Software zu erfassen.

Am Ende der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, die DATEV Führerschein-Prüfung zu absolvieren (s. dazu auch die sonstigen Informationen).

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Empfohlen: Bestandene Klausuren "Externes Rechnungswesen" und "Internes Rechnungswesen"

#### Prüfungsformen

Klausur

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Oberdörster

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Oberdörster

#### Sonstige Informationen

Als Haupt-Lehrunterlage wird die extra für diese Form der Veranstaltung konzipierte DATEV-Schulungsunterlage genutzt, die allen Teilnehmern zur Verfügung gestellt wird.

Die Teilnahme an der (bundeseinheitlichen) DATEV Führerscheinprüfung ist ein Zusatzangebot für die Studierenden. Das Bestehen des DATEV Führerscheins ist keine Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten und fließt nicht in die Endnote ein.

Literatur allgemein:

- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S., Bilanzen, 13. Aufl., Düsseldorf 2014.
- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S., Übungsbuch Bilanzen und Bilanzanalyse, 4. Aufl., Düsseldorf 2010.



- Bornhofen, M./Bornhofen, M.C., Buchführung 1, 26. Auflage, Wiesbaden 2014
- sowie weitere aktuelle Literatur (vor allem Beiträge aus betriebswirtschaftlich-relevanten Zeitschriften) zu den jeweils besprochenen und am PC simulierten Themengebieten/Geschäftsvorfällen.

Stand:15.02.2017 Druckdatum: 13.05.2019

## 7.6 Gewinner und Verlierer im digitalen Zeitalter

Gewinner und Verlierer im digitalen Zeitalter					
Winners and Loosers in the Digital Age					
<b>Kürzel:</b>	GuV	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Gewinner und Verlierer im digitalen Zeitalter				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
max. 30 Personen					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studenten erkennen die Veränderungen in den Geschäftsprozessen, die durch die Digitalisierung verursacht werden. Sie können in einer Branche die Umwälzungen benennen, und anhand von selbst gewählten Kennzahlen, die jeweiligen Gewinner bzw. Verlierer der Veränderungen durch eigene Analyse erkennen und benennen. Durch die Analyse der Gewinner erlangen sie das Verständnis für Auswirkungen und Chancen der Digitalisierung und können diese bewerten.					
<b>Inhalte</b>					
Je Semester wird eine Branche im Sinne eines Benchmarking hinsichtlich der Auswirkungen der Digitalisierung analysiert. Die Bedeutung bzw. Neugestaltung von Markteintrittsbarrieren sowie die Auswirkungen der Technologie im Hinblick auf eine globale Zielgruppen werden untersucht. Die folgenden Themen werden behandelt: Die Bedeutung der Startup´s im digitalen Zeitalter. Auswirkungen der Marktmarkt der globalen Konzerne. Veränderte Marketingstrategien durch den Einsatz der Internet Technologien. Einfluss der Markttransparenz auf Kundenverhalten und Kundenansprache					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik, Wahlpflichtkatalog Profilbildung					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Jens Schulze					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Jens Schulze					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Internetquellen werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.					

## 7.7 Global Management

Global Management					
Global Management					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Interpersonal communication and team management				24 h	48 h
Business simulation on global management in co-operation with Centria University of Applied Science (Kokkola, Finland)				36 h	72 h
<b>Lehrformen</b>					
Praktikum, Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
Group size: 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Learning outcome: Students will get a basic understanding of - effective communication in global context - challenges of team management and possible solutions - international impacts on management, - process of operative planning of sales, capacity, financial and human resources in international context. Students will be trained how to apply planning tools and take risk for their decisions. Students are able to deliver a written paper on academic level and a presentation in English on a professional level.					
<b>Inhalte</b>					
Contents: - Interpersonal communication skills - Teameffectiveness - Characteristics of personality - Challenges, objectives and basic functions of international management - Environmental analysis - Application of management skills and planning tools by using a business simulation software					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Prerequisites: none					
<b>Prüfungsformen</b>					
mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, Form of exams: Oral exams; presentation; written documentation Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Requirements for getting credits: Passed exams					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Ref. to: "Prüfungsordnung"					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Figura					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Figura					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Special advices: Literature - Steers, R.M., Nardon, L., 2006, Managing in the Global Economy, Armonk & London; - Thomas, A., 2006, Intercultural Competence: An Action and Learning Theoretical Concept. In: Ong, S. H., Apfelthaler, G.					

## 7.8 Hotelmanagement

Hotelmanagement					
Hotel Management					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Hotelmanagement				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formulieren von Zielen und Strategien zur Erreichung der gesetzten Ziele</li> <li>- Umsetzen von Strategien in Maßnahmen</li> <li>- Früherkennung, Analyse und Beurteilung von kritischen Situationen</li> <li>- Bekannte betriebswirtschaftliche und insbesondere hotelmanagementspezifische Methoden erfolgreich anwenden</li> <li>- Folgen von getroffenen Entscheidungen einschätzen</li> <li>- Erkennen gesamtunternehmerischer Zusammenhänge und Denken in betriebswirtschaftlichen Alternativen</li> <li>- Fördern des Verständnisses für die Auswirkung von Maßnahmen auf die Entscheidungsergebnisse</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposition/Reservierung</li> <li>- Marketing/Promotion</li> <li>- Service</li> <li>- Restaurantmanagement</li> <li>- Internationales Planspiel in Kooperation mit Partnerhochschulen</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe, Prof. Dr. Figura					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Internationales Planspiel über das Internet.					
Literatur: M. Gardini, Marketing-Management in der Hotellerie. München 2015, S. 429-592					



## 7.9 Individuelles Modul

Individuelles Modul					
Individual Module					
<b>Kürzel:</b>	IND	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3, 4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Nach Bedarf
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls. Das gleiche gilt für den Umfang der Präsenzzeit und des Selbststudiums (rechts) und der Lehrform, die unten mit "Sonstige" angegeben ist.				0 h	180 h
<b>Lehrformen</b>					
Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
Siehe Fremdmodul					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Siehe Fremdmodul					
<b>Inhalte</b>					
Siehe Fremdmodul					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik, Wahlpflichtkatalog Profilbildung Wahlpflichtmodul im Studiengang Informatik.Softwareysteme, Wahlpflichtkatalog D Wahlpflichtmodul im Studiengang Angewandte Elektrotechnik					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
<b>Prüfungsformen</b>					
Prüfungsform aus der Prüfungsordnung des Fremdmoduls					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Prüfung im Rahmen der Prüfungsordnung des Fremdmoduls Anerkennung für den Studiengang der/des Studierenden.					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Juen					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Zur Orientierung für die Wahl: Als Individuelles Modul kann ein beliebiges Modul aus einem anderen akkreditierten Studiengang (national/international) gewählt werden ("Fremdmodul"), sofern es die folgenden Bedingungen erfüllt: - Das Modul hat mindestens 6 Leistungspunkte, - Es liegt eine Modulbeschreibung vor, die auch einen englischen Modultitel enthält, - Das Modul ist benotet.					
Anmerkungen: - Das bestandene Fremdmodul erscheint mit dem Originaltitel und dem englischen Originaltitel auf dem Abschlusszeugnis. - Die hier beschriebene freie Wahl eines Wahlpflichtmoduls ist nur einmal innerhalb des jeweiligen Katalogs möglich. - Bei nicht nationalen Hochschulen ist vorab zu klären, ob Prüfungsleistungen aus dieser Hochschule grundsätzlich anerkannt werden können. - Die Beweispflicht für die o.g. Bedingungen liegt bei der/dem Studierenden. Im Zweifelsfalle sollte mit dem Prüfungsausschuss bzw. seiner/seinem Vorsitzenden Rücksprache gehalten werden, bevor ein solches Fremdmodul besucht wird.					

## 7.10 Interkulturelle Kommunikation

Interkulturelle Kommunikation					
Intercultural Communication					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
				108 h	72 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden haben Grundkenntnisse im Bereich der Interkulturellen Kommunikation, der Kompetenz zu erfolgreichem interkulturellem Handeln und den Einflüssen des Interkulturellen auf zentrale Management-Bereiche erworben.</p> <p>Sie haben sich theoretisch und in Trainingseinheiten mit Kommunikationsmodellen, interkulturellen Überschneidungssituationen und ihrer Lösung beschäftigt und können sich kompetent und kritisch mit Perspektivwechsel, Wertschätzung und Empathie als Führungsinstrument und im Bereich Teambuilding auseinandersetzen.</p> <p>Zur Bewertung und Lösung interkultureller Missverständnisse verfügen sie über grundlegende Methoden- und Handlungskompetenz. Sie sind mit der Problematik ungeschriebener Regeln im Verhaltenskodex internationaler Verhandlungen und der globalen Geschäftswelt vertraut und üben Strategien und Verhaltensänderungen ein.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulturbegriff und Grundlagen der (interkulturellen) Kommunikation</li> <li>- Interkulturelles Handeln, kulturelle Dimensionen, Kulturprofile und Kulturstandards</li> <li>- Methoden und Werkzeuge (Fallbeispiele und Critical Incidents)</li> <li>- Stereotype und ihre Wirkungen in interkulturellen Geschäftskontakten</li> <li>- Language Awareness of Cultures</li> <li>- Anwendungsfelder in der Wirtschaft: Interkulturelles Marketing, Führen im internationalen Kontext, internationale Geschäfts- und Vertragsverhandlungen</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Lehrbeauftragte Wolf					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<p>Literatur:</p> <p>Bolten, Jürgen (2007): Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation; Verlag Vandenhoeck &amp; Ruprecht;</p> <p>Thomas, Alexander (2007): Handbuch Interkulturelle Kommunikation, Bd. 1 und 2, Verlag Vandenhoeck &amp; Ruprecht, Göttingen;</p> <p>Engelen, Andreas und Eva Tholen (2014): Interkulturelles Management, Stuttgart;</p> <p>Uhl, Gerhard (2013): Business Etikette in Europa, Verlag Springer Gabler.</p>					

## 7.11 Internationaler Tourismus und MICE

Internationaler Tourismus und MICE					
International Tourism Management and MICE					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Internationaler Tourismus und MICE				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Übung, Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden vertiefen und erweitern ihre Kenntnisse im internationalen Tourismusmanagement und können aktuelle wissenschaftliche Ansätze der Unternehmensführung im Tourismus praktisch umsetzen</li> <li>- Praktische Erarbeitung von Problemlösungen</li> <li>- Teamarbeit und Präsentationskompetenz</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internationale Tourismusströme, -Märkte und -Trends</li> <li>- Institutionen im internationalen Tourismus</li> <li>- Tourismusplanung: ökonomische und ökologische Effekte</li> <li>- Strukturen und Prozesse im MICE-Markt (Meetings, Incentives, Conventions, Events)</li> <li>- Interkulturelles Management im Tourismus</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Vertiefte Kenntnisse im Tourismus					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Landgrebe					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Basislektüre: GTZ Gesellschaft für technische Zusammenarbeit: Tourismus als Handlungsfeld der deutschen Entwicklungszusammenarbeit. Grundlagen, Handlungsbedarf und Strategieempfehlungen. Eschborn 2007; Landgrebe, S.: Internationaler Tourismus. München 2000; Pompl, W., Lieb, M. G.: Internationales Tourismusmanagement. Herausforderungen, Strategien, Instrumente. München 2002; Studienkreis für Tourismus und Entwicklung: Tourismus in Entwicklungsländern. Ammerland 2006; Reisinger, Y.: International Tourism. Cultures and Behaviour. Oxford 2009					

Stand:24.04.2017 Druckdatum: 13.05.2019

## 7.12 Landeskunde Großbritannien / Irland

Landeskunde Großbritannien / Irland					
British Studies					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	90 h	<b>Leistungspunkte:</b>	3
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Landeskunde Großbritannien und Irland			30 h	60 h	
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</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>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Sprachenzentrum: B. Winkelrath, Dr. Th. Winkelrath, N. N.					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dr. Iking					
<b>Sonstige Informationen</b>					
- Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor)					
- Literaturangaben erfolgen in der Veranstaltung					

### 7.13 Landeskunde Spanien

Landeskunde Spanien					
Cultural Studies - Spain					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	90 h	<b>Leistungspunkte:</b>	3
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Landeskunde Spanien				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
(Inter-)kulturelle Handlungskompetenz					
<b>Inhalte</b>					
In dieser Veranstaltung werden ausgewählte Aspekte soziokultureller, historischer, politischer und ökonomischer Themen Spaniens erarbeitet und reflektiert. Kulturell einschlägige Bewerbungsstrategien sind integraler Bestandteil der Veranstaltung.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Spanischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Saa-Arias					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dr. Iking					
<b>Sonstige Informationen</b>					
- Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor)					
- Literaturangaben erfolgen in der Veranstaltung					

Stand:18.08.2015 Druckdatum: 13.05.2019

## 7.14 Landeskunde USA

Landeskunde USA					
Cultural Studies - USA					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	90 h	<b>Leistungspunkte:</b>	3
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Landeskunde USA				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20 Studierende					
<b>Qualifikationsziele</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>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Weller					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dr. Iking					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor)</li> <li>- Literaturangaben erfolgen in der Veranstaltung</li> </ul>					

## 7.15 Language of Meetings

Language of Meetings					
Language of Meetings					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	90 h	<b>Leistungspunkte:</b>	3
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Language of Meetings				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</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>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Informatik.Softwaresysteme, Wahlpflichtmodule Schlüsselqualifikationen					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Angewandte Elektrotechnik, Wahlpflichtmodule Schlüsselqualifikationen					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mindestens 10 Credits in Fachsprache Englisch oder</li> <li>- Mindestens 5 Credits in Fachsprache Englisch mit Mindestnote 2,0</li> </ul>					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung (Benotetes Modul)					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Herr Weller					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dr. Iking, Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor)</li> <li>- Im seminaristischen Präsenzstudium wird eine 80%-ige Teilnahme erwartet</li> <li>- Literaturangaben erfolgen in der Veranstaltung</li> </ul>					

## 7.16 Managementaspekte im Marketing

Managementaspekte im Marketing					
Marketing Management					
<b>Kürzel:</b>	MIM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Nach Bedarf
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Managementaspekte im Marketing				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Praktikum, Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden sind in der Lage, die wesentlichen Management-Techniken in marketingspezifischen Einsatzfeldern anzuwenden. Sie können Unternehmenszustände und insbesondere die marketingspezifischen Umfeldbedingungen analysieren, die Ergebnisse im Team bewerten und auf dieser Basis unternehmerische Entscheidungen im Team entwickeln. Sie können ihre in einer Unternehmenssimulation gemachten persönlichen Lernerfahrungen reflektieren und das Ergebnis präsentieren und schriftlich formulieren.					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reflektion der relevanten Managementtechniken mit besonderem Bezug auf Marketing</li> <li>- strategische Ansätze der marktbezogenen Produktentwicklung</li> <li>- Produktpositionierung und Umsatzplanung</li> <li>- Unternehmenserfolgsanalyse</li> <li>- Rahmenbedingungen einer Kommunikationsstrategie (Briefing, Rebriefing)</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik, Wahlpflichtkatalog Profilbildung					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<b>Prüfungsformen</b>					
mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Figura, Dipl.-Kffr. Stefanie Schwaak					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof Dr. Figura					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Literatur:					
Homburg, Christian: Marketingmanagement: Startegie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 6. Aufl. , Wiesbaden, 2017					
Meffert, Heribert: Marketing-Management: Analyse - Strategie - Implementierung, Wiesbaden, 1994					



## 7.17 Marketing-Unternehmenssimulation

Marketing-Unternehmenssimulation					
Marketing Business Simulation					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Marketing- Unternehmensplanspiel				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formulieren von Zielen und Strategien zur Erreichung der gesetzten Ziele</li> <li>- Umsetzen von Strategien in Maßnahmen</li> <li>- Früherkennung, Analyse und Beurteilung von kritischen Situationen</li> <li>- Bekannte betriebswirtschaftliche und marketingspezifische Methoden nutzbringend anwenden</li> <li>- Folgen von getroffenen Entscheidungen vorhersehbar und transparent machen</li> <li>- Erkennen gesamtunternehmerischer Zusammenhänge und Denken in betriebswirtschaftlichen Alternativen</li> <li>- Fördern des Verständnisses für die Auswirkung von Maßnahmen auf die Entscheidungsergebnisse</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Planung und Durchführung von Marketingstrategien bezüglich <ul style="list-style-type: none"> <li>- der Konkurrenz,</li> <li>- der Marktsegmente,</li> <li>- der Positionierung vorhandener Produkte und</li> <li>- der Positionierung neuer Produkte</li> </ul> unter Abstimmung von <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing-Mix-Instrumenten</li> <li>- F&amp;E-Projekten</li> <li>- Produktionsplanung</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Richelsen					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Richelsen					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Becker, Jochen: Marketing-Konzeption, 9. Aufl., München, 2009; Bruhn, Manfred: Marketing, 10. Aufl., Wiesbaden, 2010; Kotler, Philip; Armstrong, Gary; Saunders, John u.a.: Grundlagen des Marketing, 5. Aufl., München, 2010; Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred: Marketing - Grundlagen der marktorientierten Unternehmensführung, 10. Aufl., Wiesbaden, 2007.					

## 7.18 Nachhaltiger Tourismus

Nachhaltiger Tourismus					
Sustainable Tourism					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Nach Bedarf
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Nachhaltiger Tourismus				30 h	60 h
Tourismus und Freizeitgroßeinrichtungen				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
20 Studierende					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnisse über die Grundsätze und Ebenen der Raumordnung</li> <li>- Kenntnisse über Gebiete der Anthropogeografie und Physiogeografie und ihr touristischer Bezug</li> <li>- Kenntnis über kulturell geprägte Naturmodelle in Europa</li> <li>- Befähigung zur Analyse von Landschaftsbildern und ihre touristische Bedeutung</li> <li>- Fähigkeit zur Bestimmung von Vor- und Nachteilen von Freizeitgroßeinrichtungen und ihre Auswirkungen auf den Tourismus</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Freizeitgroßeinrichtungen und Tourismus - Von der Raumordnung bis zum Bebauungsplan - Planung von touristisch relevanten Freizeiteinrichtungen - Ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen von Ferienzentren - Übersicht und Struktur von Freizeitgroßeinrichtungen - Touristische Bedeutung von Gärten und Parks - Exkursion Nachhaltiger Tourismus - Prägende Naturmodelle in Europa, Landschaftsinterpretation - Phasen des Landschaftswandel - Ordnung der Begriffe: Nachhaltigkeit, Ökologie, Natur, Landschaft - Konzepte: Ethiccode des Tourismus, Viabono, forum anders reisen, stattreisen, tourism watch, Naturfreunde Internationale (NFI), "Öko"tourismus, Naturtourismus, community based tourism - Naturschutzgebiete + Nationalparke; Opferflächen oder Dispersionseffekt? - Ökologie: (Wasserverbrauch, Lebensraum Tiere, Flächenverbrauch, Anreise) - Ökonomie: (Sickerrate, Profiteure, Partizipation) - Soziales: (kulturelle Auswirkungen, Tourist-Einheimischen-Verhältnis, Tourismus in Kriegs-/Konfliktgebieten) - Exkursion					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Sonstige Informationen</b>					



Becker, Christoph et al. (Hrsg.): Geografie der Freizeit und des Tourismus, München 2007

Freericks, R. et al.: Freizeitwissenschaft, München 2010

Küster, Hansjörg: Schöne Aussichten. Kleine Geschichte der Landschaft, München 2009

Rein, Hartmut; Strasdas, Wolfgang: Nachhaltiger Tourismus: Einführung, München 2015

Steinecke, Albrecht: Tourismus. Eine geographische Einführung, Braunschweig 2006

Stand:06.08.2015 Druckdatum: 13.05.2019

## 7.19 Regionalplanung und Tourismus

Regionalplanung und Tourismus					
Regional Planning and Tourism					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Regionalplanung u. Tourismus			30 h	60 h	
Geographie u. Tourismus			30 h	60 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnisse über die Grundsätze und Ebenen der Raumordnung</li> <li>- Kenntnisse über Gebiete der Anthropogeografie und Physiogeografie und ihr touristischer Bezug</li> <li>- Kenntnis über kulturell geprägte Naturmodelle in Europa</li> <li>- Befähigung zur Analyse von Landschaftsbildern und ihre touristische Bedeutung</li> <li>- Fähigkeit zur Bestimmung von Vor- und Nachteilen von Freizeitgroßeinrichtungen und ihre Auswirkungen auf den Tourismus</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
Regionalplanung und Tourismus					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Von der Raumordnung bis zum Bebauungsplan</li> <li>- Entwicklungslinien städtebaulichen Wandels</li> <li>- Planung von touristisch relevanten Freizeiteinrichtungen</li> <li>- Ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen von Ferienzentren</li> <li>- Exkursion Innenhafen Duisburg</li> </ul>					
Geographie und Tourismus					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kategorien und Hilfen der Landschaftsinterpretation</li> <li>- Phasen des Landschaftswandels</li> <li>- Naturschutzgebiete</li> <li>- Exkursion Naturpark Hohe Mark</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung					
Die tatsächliche Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Küster, Hansjörg: Schöne Aussichten. Kleine Geschichte der Landschaft, München 2009; Steinecke, Albrecht: Tourismus. Eine geographische Einführung, Braunschweig 2006; Becker, Christoph et al. (Hrsg.): Geografie der Freizeit und des Tourismus, München 2007.					

## 7.20 Visualisierung von komplexen Zusammenhängen

Visualisierung von komplexen Zusammenhängen					
Visualization of Complex Relationships					
<b>Kürzel:</b>	VKZ	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3, 4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	
Vorlesung: Lehrvortrag			30 h	60 h	
Übung: Bearbeitung eines selbstgewählten Projekts. Präsentation der Zwischenstände (Gruppenarbeit).			30 h	60 h	
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Projekt					
<b>Gruppengröße</b>					
Vorlesung: max. 20 Personen Übung: 2-3 Personen je Gruppe					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden sind in der Lage, eine Gestaltungsaufgabe konzeptionell zu erfassen sowie den Umsetzungsaufwand abzuschätzen. Sie können die Aufgabe mit Gestaltungsmitteln in 2D oder 3D entwerfen und umsetzen. Sie beherrschen die Fähigkeit, die Arbeit zu dokumentieren sowie vor Publikum zu präsentieren. Sie entwickeln die Fähigkeit zur Beurteilung von grafischen Arbeiten sowie zum Erkennen und Einordnen von Trends.					
<b>Inhalte</b>					
Visualisierung von komplexen Zusammenhängen / Visualization of complex relationships - Wahrnehmungslehre / theory of perception - Farb- und Formenlehre / Color and morphology - Typographie / typography - Visuelle Entwicklung von Ideen / Visual development of ideas - Präsentationen in verschiedenen Umgebungen (Hörsaal, Seminarraum, Labor) / Presentations in different environments (auditorium, conference room, laboratory) - Einsatz von Greenscreen und modernen Animationsprogrammen für die Visualisierung von technischen Sachverhalten / Use of greenscreen and modern animation programs for the visualization of technical issues					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Individuelles Wahlfach Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik, Wahlpflichtkatalog Profilbildung Wahlpflichtmodul im Studiengang Informatik, Softwaresysteme, Wahlpflichtkatalog D Wahlpflichtmodul im Studiengang Angewandte Elektrotechnik					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Schulze					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Schulze					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Es wird eine regelmäßige Teilnahme bei der Projektarbeit erwartet.					