

Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften

Modulhandbuch

Betriebswirtschaftslehre

Bachelor of Science (B.Sc.)

Zur Prüfungsordnung (PO) 2025

Inhalt

1	Studiengangsbeschreibung	5
2	Absolvent*innenprofil	9
3	Handlungsfelder	11
4	Modulmatrix	13
5	Studienerlaufsplan	18
6	Alternativer Studienerlaufsplan	24
	Modulbeschreibungen	26
7	Module des ersten Semesters	27
	7.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	28
	7.2 Marketing	30
	7.3 Wirtschaftsprivatrecht	32
	7.4 Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens	34
	7.5 Quantitative Methoden I: Lineare Algebra und Analysis	36
	7.6 Soft Skills sowie überfachliche und außerfachliche Qualifikationen	38
8	Module des zweiten Semesters	40
	8.1 Mikroökonomik	41
	8.2 Supply-Chain- und Operations-Management	43
	8.3 Externes Rechnungswesen	45
	8.4 Personalmanagement und Arbeitsrecht	47
	8.5 Quantitative Methoden II: Finanzmathematik und deskriptive Statistik	50
9	Module des dritten Semesters	52
	9.2 Makroökonomik	53
	9.3 Finanz- und Investitionsmanagement	55
	9.4 Kosten- und Leistungsrechnung	57
	9.5 Gesellschaftsrecht und Steuern	59
	9.6 Quantitative Methoden III: Statistische Schätz- und Testtheorie	61
10	Module des vierten Semesters	63
	10.1 Unternehmensführung I: Organisation und Planung	64
	10.2 Unternehmensführung II: Führung und Ethik	66
	10.3 Steuern	68
	10.4 Consulting & Information Systems	70
11	Wahlpflichtmodule des vierten Semesters	73
	11.1 Wirtschaftspolitik und empirische Analyse	74
	11.1 Internationale Wirtschaftsbeziehungen	76
	11.2 Unternehmensentwicklung: Transformation des Managements	78
	11.3 International Money, Banking & Finance	82
	11.4 Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken	84
	11.5 New Work: Arbeiten 4.0	88

Schwerpunktmodule	91
12 Marketing	92
12.1 Marketingprojekt (Pflichtmodul)	93
12.2 Marketing Analytics (Pflichtmodul)	95
12.3 Marketing Analytics Projekt	98
12.4 Digitales Marketing	101
12.5 Hot Topics in Marketing	103
12.6 Services Marketing & Sustainability	106
13 Externes Rechnungswesen	109
13.1 Internationale Rechnungslegung (Pflichtmodul)	110
13.2 Konzernrechnungslegung (Pflichtmodul)	112
13.3 Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung	114
13.4 Spezialfragen externer Rechnungslegung	116
13.5 Corporate Finance	118
13.6 Nachhaltigkeitsberichterstattung	119
14 Management und Controlling	120
14.1 Operatives Controlling (Pflichtmodul)	121
14.2 Strategisches Controlling (Pflichtmodul)	123
14.3 Controlling für KMU	125
14.4 Entwicklung von Geschäftsszenarios bei Existenzgründung	127
14.5 Outsourcing	130
14.6 Controlling und Digitale Transformation	132
14.7 Data-driven company	134
14.8 Nachhaltigkeitsberichterstattung	136
14.9 Internationale Rechnungslegung	137
14.10 Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung	138
15 Unternehmensführung und Organisationsentwicklung	139
15.1 Innovationsmanagement (Pflichtmodul)	140
15.2 Strategische Organisationsentwicklung (Pflichtmodul)	142
15.3 Entrepreneurship	144
15.4 Unternehmensführung in Non-Profit Organisationen	146
15.5 Entrepreneurial (Design) Thinking	148
15.6 Digitalisierungsstrategien in dynamischen Märkten	150
15.7 Digitale Innovation	152
15.8 Unternehmensstrategie und Wettbewerb	154
16 Betriebliche Steuerlehre / Wirtschaftsprüfung	155
16.1 Besteuerung von Gesellschaften, AO und FGO (Pflichtmodul)	156
16.2 Wirtschafts- und Jahresabschlussprüfung (Pflichtmodul)	158
16.3 Bilanzsteuerrecht und IT in der Steuerberatung	160
16.4 Internationales Steuerrecht sowie steueroptimiertes Schenken und Vererben	161
16.5 Umwandlungssteuerrecht	163

17	Personal und Führung	165
	17.1 Personal und Führung I: Kern- und Führungsprozesse im Personalmanagement (Pflichtmodul)	166
	17.2 Personal und Führung II: Verhalten in Organisationen (Pflichtmodul)	168
	17.3 Digitale Arbeitswelt und Komplexität	170
	17.4 Arbeits- und Führungspsychologie	172
	17.5 HR Planspiel	174
	17.6 Management der Ausbildung und Personalentwicklung	176
18	Investition und Finanzierung	178
	18.1 Investitionsstrategien und Finanzcontrolling (Pflichtmodul)	179
	18.2 Finanzinstrumente des Kapitalmarktes (Pflichtmodul)	181
	18.3 Internationales Finanzmanagement	183
	18.4 Corporate Finance	185
	18.5 Green & Sustainable Finance	187
	18.6 Startup-Finanzierung	189
	18.7 Krypto-Assets	191
	18.8 Nachhaltigkeitsberichterstattung	193
19	Supply-Chain- und Operations-Management	194
	19.1 Transport und Mobilität (Pflichtmodul)	195
	19.2 Operations- und Prozessmanagement (Pflichtmodul)	198
	19.3 Supply Chain Analytics und Optimierung	200
	19.4 Supply-Chain- und Operations-Management-Projekt-Modul	202
	19.5 Services Marketing & Sustainability	208
	19.6 Outsourcing	210
	19.7 Nachhaltige urbane Logistik	212
20	Nachhaltige Unternehmenssteuerung	216
	20.1 Nachhaltige Entwicklung (Pflichtmodul)	217
	20.2 Nachhaltigkeitsberichterstattung (Pflichtmodul)	219
	20.3 Wirtschaftspolitik und Unternehmensverantwortung	221
	20.4 Nachhaltige urbane Logistik	223
	20.5 Services Marketing & Sustainability	227
	International Business	229
	20.6 Cross-Cultural Competence (Pflichtmodul)	230
	20.7 International Management and Ethics (Pflichtmodul)	232
	20.8 Integrated International Sustainability Management	234
	20.9 Economic Resilience and International Trade	236
	20.10 Simulation Game International Management	238
	20.11 Global Leadership	240
	20.12 Negotiating Across Cultures	242
	20.13 International Strategic Finance	244
	20.14 International Economics	246
	20.15 International Marketing	248
	20.16 Introduction to International Business Law	250
21	Bachelor-Thesis	252
	21.1 Bachelorarbeit mit Kolloquium (Pflichtmodul)	253

1 Studiengangsbeschreibung

Der Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre richtet sich an Studierende, die sich für wirtschaftswissenschaftliche Fach- und Führungsaufgaben qualifizieren möchten. Er verknüpft die Vorteile einer breiten wissenschaftlichen Ausbildung, die den Zugang zu weiterqualifizierenden wirtschaftswissenschaftlichen Master-Studiengängen öffnet, mit der für eine erfolgreiche berufliche Tätigkeit notwendigen praxisbezogenen Ausrichtung.

Der Studiengang ist modular aufgebaut und umfasst sowohl Pflicht- als auch Wahlpflichtmodule. In den ersten drei Semestern werden die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre vermittelt, während sich bereits im vierten Semester ein Wahlpflichtbereich für fächerübergreifende Module wie Planspiele, Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken, Wirtschaftspolitik oder Projektarbeitstechniken etc. öffnet. Angeleitet durch ein akademisches Mentorat werden Fragen der Unternehmensverantwortung und Ethik reflektiert und die Wahl der beiden Vertiefungen des fünften und sechsten Semesters vorbereitet.

Ein vertiefendes, breit angelegtes Angebot an Spezialisierungsrichtungen ermöglicht es den Studierenden, eigene Schwerpunkte zu setzen und ihre individuellen Fähigkeiten auszubauen (vgl. Abb. 1).

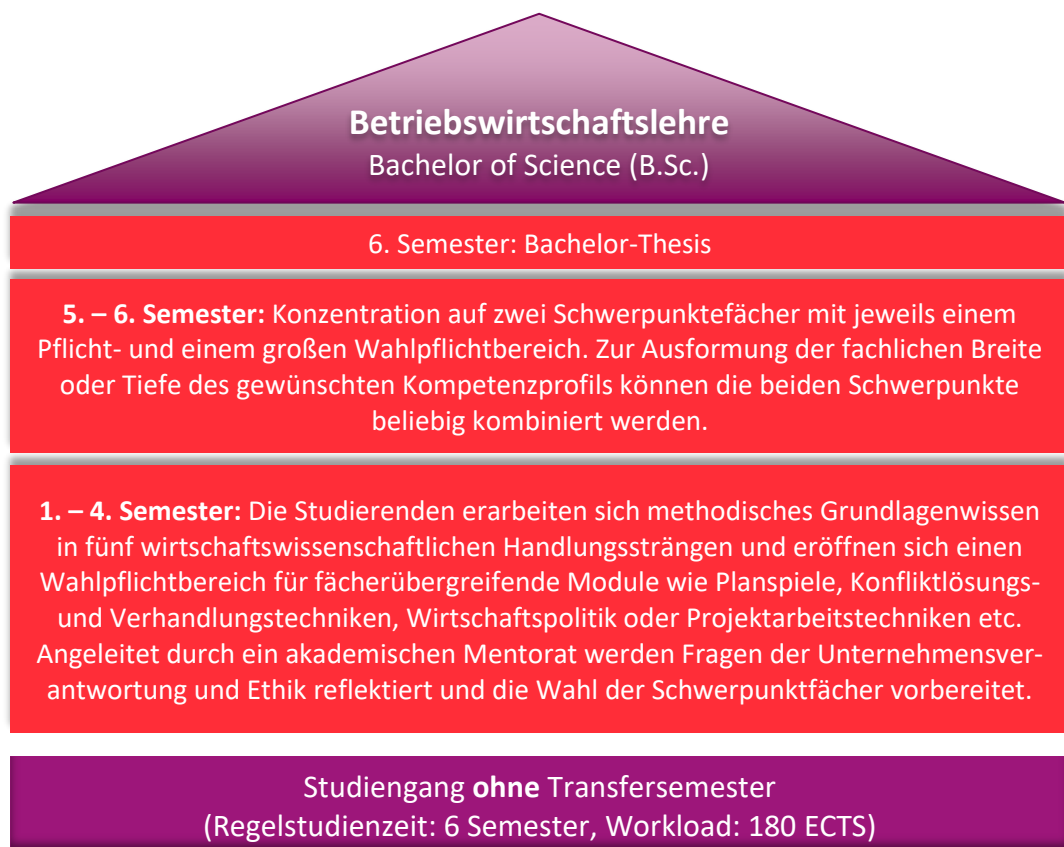


Abbildung 1: Struktur des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre (6 Semester)

Optional wird den Studierenden ein studienintegriertes Transfersemester angeboten, das den traditionellen Ansatz eines „Praxis-Semesters“ um die Möglichkeiten eines „Gründungs-Semesters“ oder eines fachübergreifenden kollaborativen Semesters an einer anderen Fakultät oder Hochschule im In- und Ausland ermöglicht (vgl. Abb. 2). Um auf Antrag in den BWL-Studiengang mit Transfersemester wechseln zu können, müssen mindestens Module mit einem zusammengefassten Workload von 60 ECTS erfolgreich absolviert werden. Der Einschub des Transfersemesters in den Studienverlauf ist individuell gestaltbar. Wird für das Transfersemester in der Ausgestaltung eines „Praxissemesters“ optiert, bietet sich typischerweise ein Einschub nach Abschluss der ersten vier Fachsemester an, um die Schwerpunktphase des Studiums vorzubereiten. Aber auch für die Vorbereitung der Bachelorarbeit dürfte ein „Praxissemester“ nach Abschluss der Schwerpunktfächer eine gute Option sein. Gleiches gilt für die Ausformung des Transfersemesters als fachübergreifendes kollaboratives Semester an einer anderen Fakultät der TH Köln oder an einer anderen Hochschule. Wird das Transfersemester in der Ausgestaltung als „Gründungssemester“ gewählt, bietet es sich an, erst die Bachelorarbeit zu schreiben, um auf dieser Basis einen Businessplan für ein mögliches Start-up zu erstellen. Grundsätzlich kann es aber auch sinnvoll sein, gerade in einem angespannten Arbeitsumfeld, das Transfersemester zu nutzen, um die Chancen für einen Berufseinstieg zu verbessern.

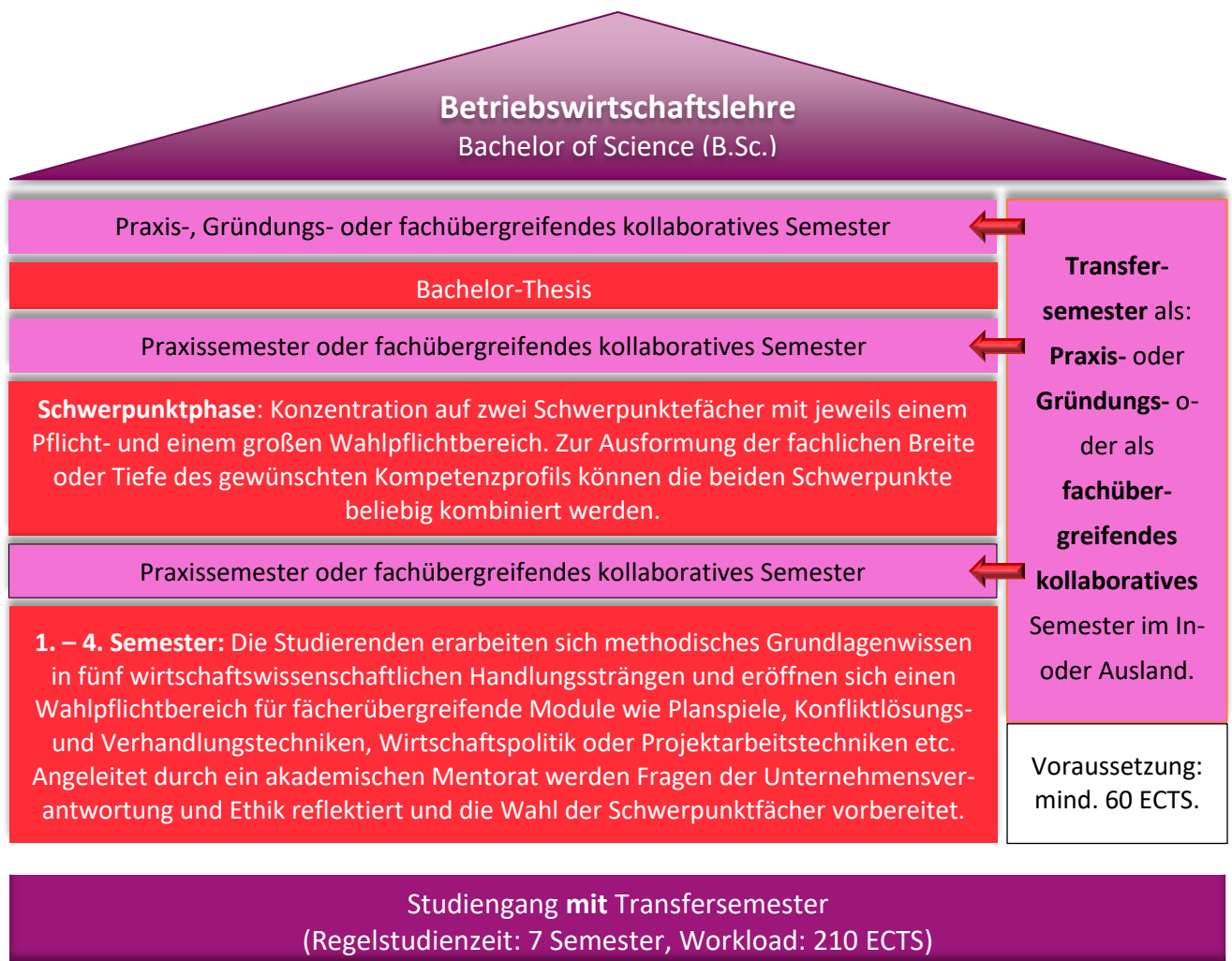


Abbildung 2: Struktur des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre (7 Semester)

Die ersten vier Semester des Studiengangs vermitteln grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten der Betriebswirtschaftslehre und bilden die Basis für das Verständnis wirtschaftswissenschaftlicher Zusammenhänge. Die angebotenen Module sind in fünf Handlungsstränge geordnet und beinhalten folgende Kernbereiche (vgl. Abb. 3).

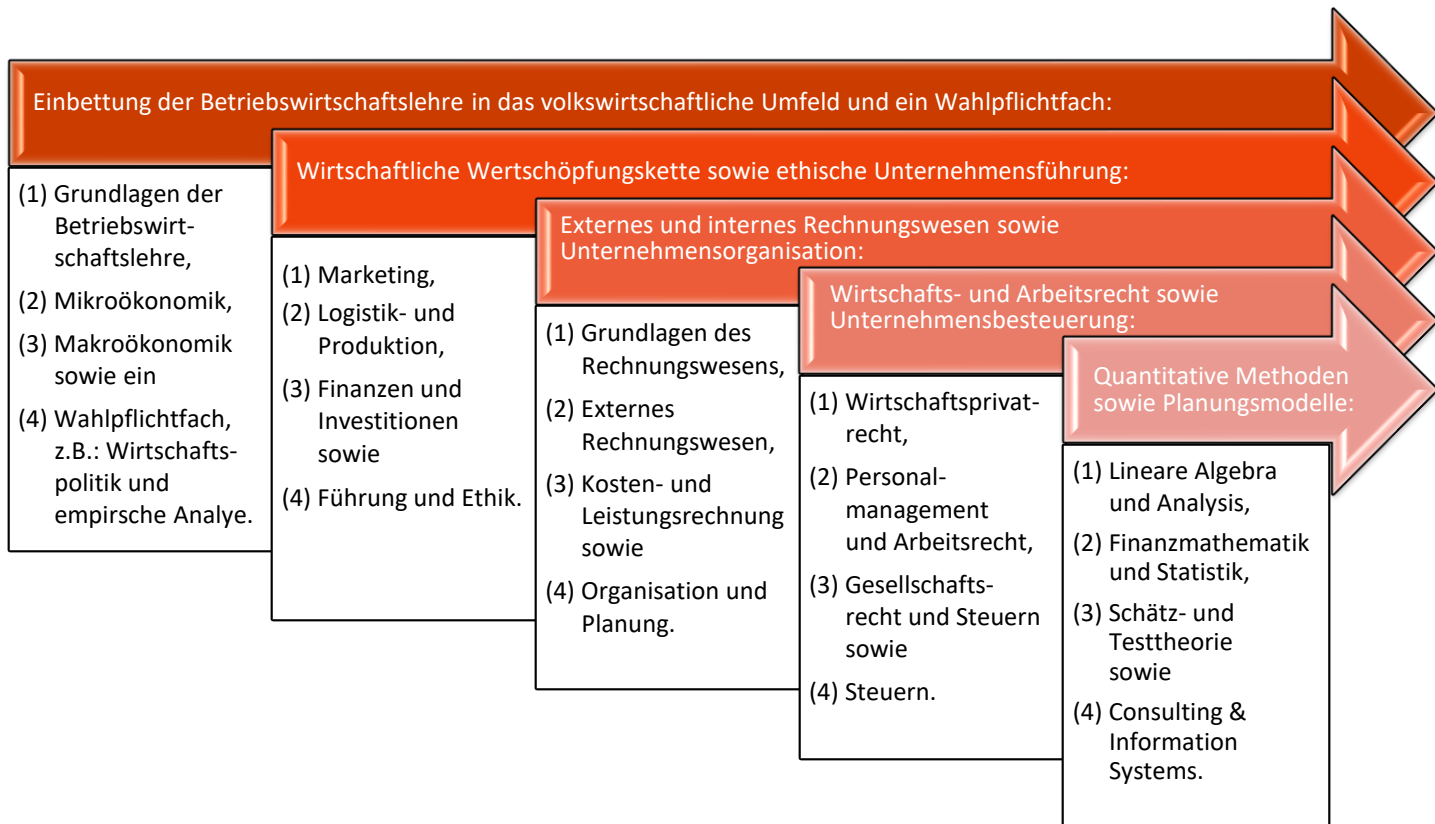


Abbildung 3: Handlungsstränge und Module der ersten vier Semester des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre

Das fünfte und sechste Semester ist den Schwerpunktfächern des Studiengangs vorbehalten. Sie ermöglicht es den Studierenden, ihre Kenntnisse und Kompetenzen in bestimmten betriebswirtschaftlichen Themengebieten zu vertiefen. Die Schwerpunkte greifen gezielte Handlungsfelder der Betriebswirtschaftslehre auf und bieten eine tiefere wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den gewählten Themengebieten über die allgemeinen Grundlagen hinaus. Zudem beinhalten die Schwerpunkte häufig praxisorientierte Projekte, Fallstudien und Exkursionen, um die theoretischen Kenntnisse in realen Unternehmenssituationen anzuwenden.

Jede(r) Studierende wählt zum Ende des vierten Semesters zwei Schwerpunkte aus dem Katalog der Schwerpunktfächer aus (vgl. Abb. 4). Die Wahl der beiden Schwerpunkte erlaubt beliebige Kombinationen, so dass jede(r) Studierende das Kompetenzprofil individuell gestalten und ausbauen kann. Ein Schwerpunkt umfasst zwei Pflicht- und zwei Wahlpflichtmodule aus einem weit gefassten Modulkatalog, der grundsätzlich auch disziplinübergreifend ausgestaltet werden kann. Für die Auswahl der Wahlpflichtmodule werden die Studierenden durch ein Beratungsangebot und ein Mentoring seitens der die Module betreuenden Fachgruppen intensiv unterstützt.



Abbildung 4: Angebot an Schwerpunktfächern

Optional wird den Studierenden ein studienintegriertes Transfersemester angeboten, das den traditionellen Ansatz eines „Praxissemesters“ um die Möglichkeiten eines „Gründungssemesters“ oder eines fachübergreifenden „kollaborativen Semester“ an einer anderen Fakultät oder Hochschule im In- und Ausland ermöglicht. Hierzu wechseln die Studierenden auf Antrag aus dem sechssemestrigen in den modulmäßig äquivalenten siebensemestrigen Studiengang Betriebswirtschaftslehre (vgl. Abb. 1 und 2).

Der Studiengang Betriebswirtschaftslehre startet jedes Semester und schließt nach einer Regelstudienzeit von sechs Semestern (180 ECTS) mit dem Bachelor of Science (B.Sc.) ab; wählen die Studierenden die Option des „Transfersemesters“, erhöht sich die Regelstudienzeit auf sieben Semester (210 ECTS). Alternativ zum Wechsel in die Unternehmenspraxis können die Absolvent*innen ihre wissenschaftliche Karriere durch die am Schmalenbach Institut angebotenen, konsekutiven Masterprogramme „Marktorientierte Unternehmensführung (M.Sc.)“, „International Business and Global Transformation (M.A.)“, „Medienrecht und Medienwirtschaft (LL.M.)“, „Wirtschaftsprüfung, Steuern, Recht und Finanzen (M.Sc. bzw. LL.M.)“, „Steuerrecht und Steuerlehre (LL.M.) und „Behavioral Ethics, Economics and Psychology (M.A.)“ fortsetzen oder ein Master-Programm an einer anderen in- oder ausländischen Hochschule/Universität wählen.

Die Absolvent*innen sind darauf vorbereitet, sich in einem dynamischen Berufsfeld stetig weiterzuentwickeln, neue Kommunikationsaufgaben eigenständig, reflektiert und konstruktiv zu lösen und sich an die fortlaufenden Veränderungen im Bereich der Wirtschaftswissenschaften anzupassen. Sie verfügen über kritisches Denken und analytische Fähigkeiten, um digitale Innovationen anzustoßen und zu managen.

2 Absolvent*innenprofil

Der Studiengang Betriebswirtschaftslehre ist konsequent an die Anforderungen der modernen Arbeitswelt angepasst und befähigt die Absolvent*innen, bereits erkennbare Herausforderungen der Zukunft in der sich schnell verändernden Arbeitswelt der Digitalisierung, Globalisierung und des technologischen Fortschritts zu meistern.

- Digitale Kompetenz: Erweiterte digitale Fähigkeiten, einschließlich Datenanalyse, Cybersecurity und Umgang mit neuen Technologien.
- Kreativität und Innovation: Innovationsfähigkeit und Anwendung von Design Thinking zur Entwicklung neuer Lösungen.
- Kritisches Denken und Problemlösung: Erweiterte Problemlösungsstrategien und kritisches Denken in komplexen, dynamischen Umgebungen.
- Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten: Interkulturelle Kompetenz, virtuelle Zusammenarbeit und Verhandlungsgeschick in globalen Teams.
- Anpassungsfähigkeit und Lernbereitschaft: Lebenslanges Lernen und schnelle Anpassung an sich verändernde Arbeitsbedingungen und Technologien.
- Führungskompetenz: Empathische Führung, Change Management und die Fähigkeit, in unsicheren und sich schnell verändernden Umgebungen zu führen.

Diese Future Skills sind entscheidend, um in der dynamischen und technologiegetriebenen Arbeitswelt der Zukunft erfolgreich zu sein. In der Betriebswirtschaftslehre fließen diese Kompetenzen beispielhaft in drei, sich zum Teil überlappende, Tätigkeitsschwerpunkte und Aufgabenkomplexe ein, die eng miteinander verzahnt sind (Abb. 5):

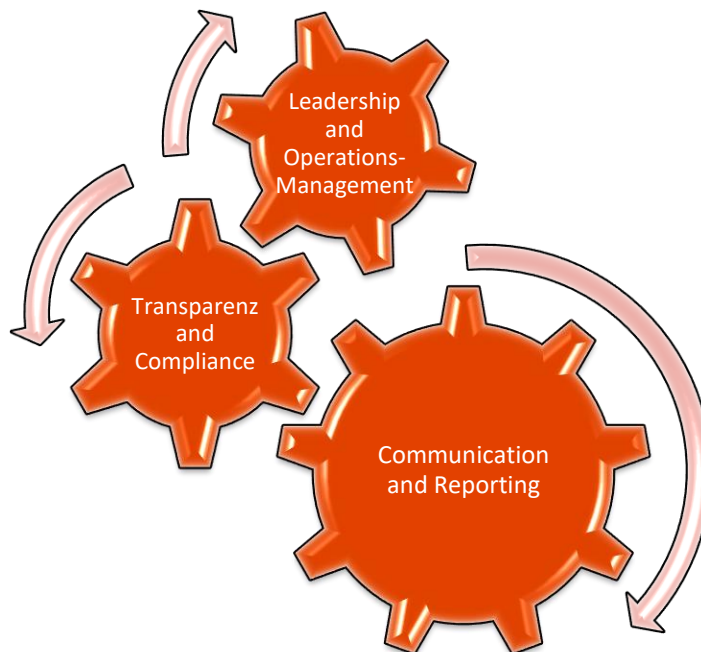


Abbildung 5: Betriebswirtschaftliche Kompetenzfelder

Transparenz und Compliance:

Finanzskandale und „Diesel-Gate“ haben zu einem Umdenken in der Unternehmensführung geführt. Es stellt sich die Frage nach dem ehrbaren Kaufmann ebenso wie nach Durchschaubarkeit und fairem Wettbewerb. Compliance wird nicht mehr nur als Geschäftsverhinderungs-, sondern als Wettbewerbsfaktor in einer freiheitlich-offenen, demokratischen Gesellschaft wahrgenommen. Die Absolvent*innen haben sich die Kompetenz erarbeitet, im unternehmerischen Spannungsfeld zwischen den Interessen des Unternehmens und den Interessen der Öffentlichkeit verantwortungsvoll abzuwägen und können bei divergierenden Interessenslagen eigenständig Entscheidungen treffen und deren Folgen kalkulieren.

Leadership and Operations-Management:

Führung (bzw. Leadership) kann auf verschiedenen Ebenen definiert werden als das Leiten und Verwalten eines Projekts, einer Gruppe von Personen oder einer Organisation. Die Absolvent*innen des Studiengangs wissen, dass Führung nicht nur in der Verantwortung derer liegt, die auf den höheren Hierarchieebenen eines Unternehmens tätig sind, sondern dass dies eine notwendige Kompetenz für alle ist, die am Erfolg eines Unternehmens mitwirken. Die Förderung der Führungskompetenz aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist ein wirksamer Weg, um den Erfolg eines Unternehmens nachhaltig zu stärken. Im Rahmen der Operativen Führung können die Absolvent*innen sicherstellen, dass organisatorische Prozesse effektiv ausgeführt werden und dass die ihnen zugeordneten Mitarbeiter*innen ihr Arbeitsumfeld beherrschen und über entsprechende Befugnisse, Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen. Im Rahmen der Strategischen Führung sind sie in der Lage, Strategien, Systeme und Strukturen zu entwickeln, um die Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen. Im Bereich des Operations-Managements können die Absolvent*innen Geschäftsprozesse gestalten, steuern und optimieren, um die Herstellung von Produkten oder die Erbringung von Dienstleistungen effizient und effektiv zu gestalten. Sie können hierzu kompetent mit Fachkräften aus der Mathematik, der Ingenieurwissenschaft, der Informatik oder aus anderen Nachbardisziplinen zusammenarbeiten.

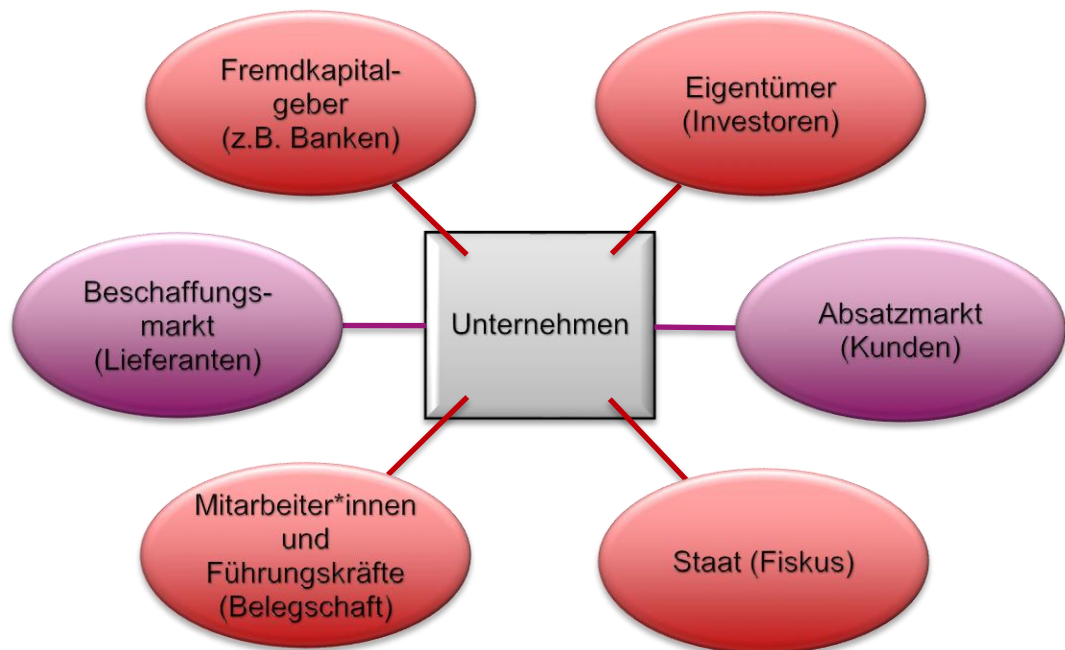
Communication and Reporting:

Kommunikation und Berichterstattung unterscheiden sich. Interne Kommunikation umfasst den Austausch von Informationen innerhalb des Unternehmens, beispielsweise zwischen Abteilungen, Teams und Mitarbeitern. Dies erfolgt durch Meetings, E-Mails, Intranet und andere Kommunikationsmittel. Externe Kommunikation hingegen betrifft den Austausch von Informationen mit externen Stakeholdern wie Kunden, Lieferanten, Investoren und der Öffentlichkeit. Dies wird durch Pressemitteilungen, Marketingmaterialien, Social Media und Kundenservice realisiert. Reporting hingegen bezieht sich auf die Erstellung und Veröffentlichung von Berichten. Es umfasst die Erstellung und Veröffentlichung von Jahresabschlüssen und Quartalsberichten, die die wirtschaftliche Lage des Unternehmens darstellen. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung dokumentiert die sozialen und ökologischen Auswirkungen des Unternehmens, oft im Rahmen von Corporate Social Responsibility (CSR) Initiativen. Das Management Reporting beinhaltet interne Berichte an Führungskräfte um fundierte Entscheidungen zu treffen, und umfasst Berichte über Verkaufs- und Produktionskennzahlen, Personalstatistiken und weitere betriebliche Daten. Die Absolvent*innen können Kommunikationsstrategien entwerfen, um die gewünschten Berichte zu erstellen. Bei der Umsetzung einer Kommunikationsstrategie können Absolvent*innen Prozesse definieren, um die Effektivität der Kommunikation zu messen und um sicherzustellen, dass sie den Anforderungen von Transparenz und Compliance gerecht werden. Die Absolvent*innen sind befähigt, die gesetzlich vorgeschriebenen Berichte aus dem Berichtswesen des Unternehmens abzuleiten, sachgerecht zu interpretieren und gesetzeskonform aufzubereiten.

3 Handlungsfelder

Der Studiengang ist systematisch auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes zugeschnitten. Dies betrifft sämtliche Berufsqualifikationen, die typischerweise von Unternehmen für ihre kaufmännischen Funktionsbereiche nachgefragt werden. Der Nachfrage des Arbeitsmarktes nach Absolvent*innen des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre ist sehr hoch, da die Unternehmen derzeit erhebliche Probleme haben, qualifizierte Nachwuchskräfte zu rekrutieren. Eine kleine (nicht repräsentative) Internet-Recherche, zeigt, dass in fast allen Stellenausschreibungen als erste Voraussetzung für die Besetzung der jeweiligen Stelle eine Spezialisierung auf ein betriebswirtschaftliches Fachgebiet erwartet wurde. Dieser Erwartungshaltung der zukünftigen Arbeitgeber folgt der Studiengang durch seine Differenzierung des Modulangebots in Studien-schwerpunkte für das 5. und 6. Fachsemester.

Der Terminus der „Handlungsfelder“ wird in den Wissenschaftsdisziplinen vielfach unterschiedlich definiert. Gemeinsam ist den Definitionen i.d.R., dass ein Handlungsfeld zusammengehörige Aufgabenkomplexe mit beruflichen sowie lebens- und gesellschaftsbedeutenden Handlungssituationen vereint. In den Wirtschaftswissenschaften wird unter einem Handlungsfeld eine Dimension zur Lösung eines Problems verstanden, für das spezifische Maßnahmen gefunden werden müssen, um eine bestimmte Zielsetzung zu erreichen. Nimmt man die betriebswirtschaftliche Wertschöpfungskette (value-added chain) als Ordnungsrahmen und ordnet ihnen die jeweilige Stakeholder-Perspektive zu, ergeben sich die betriebswirtschaftlich bedeutenden Handlungsfelder wie folgt (Abb. 6):



Legende: Stakeholder des Unternehmens Wertschöpfungskette

Abbildung 6: Stakeholder und Wertschöpfungsprozess eines Unternehmens

Die zehn Schwerpunkte/Vertiefungsrichtungen des Studiengangs lassen sich den Stakeholdern eines Unternehmens wie folgt exemplarisch zuordnen (Tab. 1):

Stakeholder des Unternehmens (berufliche Handlungsfelder)	Studienschwerpunkt(e) Exemplarische Zuordnung, alphabetisch geordnet
Eigenkapitalgeber	• Externes Rechnungswesen • Investition und Finanzierung • Management und Controlling • Unternehmensführung und Organisationsentwicklung
Fremdkapitalgeber	• Externes Rechnungswesen • International Business • Investition und Finanzierung • Nachhaltige Unternehmenssteuerung
Absatzmarkt	• International Business • Marketing • Nachhaltige Unternehmenssteuerung
Beschaffungsmarkt	• International Business • Nachhaltige Unternehmenssteuerung • Supply-Chain- und Operations-Management
Mitarbeiter*innen und Führungskräfte	• Management und Controlling • Nachhaltige Unternehmenssteuerung • Personal und Führung • Unternehmensführung und Organisationsentwicklung
Staat und Gesellschaft	• Betriebliche Steuerlehre/Wirtschaftsprüfung • Externes Rechnungswesen

Tabelle 1: Betriebswirtschaftliche Handlungsfelder und Studienschwerpunkte

Jede(r) Absolvent*in belegt für seinen Studienabschluss zwei Schwerpunktächer. Hierbei sind beliebige Kombinationen möglich, so dass jeder Studierende sein Kompetenzprofil individuell gestalten und ausbauen kann. Ein Schwerpunkt umfasst hierbei vier Module, hiervon müssen mindestens zwei Module als Pflichtmodule belegt werden. Das dritte Modul kann ein Pflichtmodul oder ein Wahlpflichtmodul aus einem eng vorgegebenen Katalog sein. Das vierte Modul können die Studierenden aus einem weiter gefassten Modulkatalog auswählen. Für die Auswahl der Wahlpflichtmodule werden die Studierenden durch ein Beratungsangebot und ein Mentoring seitens der die Module betreuenden Fachgruppen intensiv unterstützt.

Die Absolvent*innen des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre sind somit in der Lage:

- ökonomische und hier insbesondere betriebswirtschaftliche Sachverhalte zu modellieren, Daten zu analysieren sowie die zugehörigen Ergebnisse zu interpretieren,
- wirtschaftliche Entscheidungen und deren Auswirkungen zielgruppenorientiert aufzubereiten und unter ethischen Gesichtspunkten zu reflektieren und zu bewerten,
- effizient und zielgerichtet Instrumente der Digitalisierung und des technologischen Fortschritts einzusetzen,
- kompetent fachübergreifend mit anderen Disziplinen zusammenzuarbeiten und die wirtschaftswissenschaftliche Sichtweise in die Problemlösung einfließen zu lassen und
- verantwortlich in einer internationalen Arbeitswelt sozial und wertebasiert zu agieren.

4 Modulmatrix

Teil 1: Profil (1|3)

Modulmatrix Teil 1: Profil

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, B.Sc.

Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften

Letzte Aktualisierung: 16.06.2025

Module / Lehrveranstaltungen			ECTS - Punkte		Handlungsfelder						Zuordnung Kompetenzen Absolvent*innenprofil			Zuordnung Studiengangskriterien			
Semester	Modul	Teilmodul / Lehrveranstaltung (optional)	Teilmodul	Gesamt	Eigenkapital-geber	Fremdkapital-geber	Absatzmarkt	Beschaffungs-markt	Belegschaft	Staat und Gesellschaft	Transparenz and Compliance	Leadership and Operations Research	Communication and Reporting	Global Citizenship	Internatio-nalisierung	Interdis-ziplinarität	Transfer
1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre			6	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x	x
1	Marketing			6			x					x	x	x	x	x	x
1	Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens			4	x					x	x		x				x
1	Soft Skills sowie überfachliche und außerfachliche Qualifikationen			2					x	x		x	x	x		x	x
1	Wirtschaftsprivatrecht			6	x	x					x					x	
1	Quantitative Methoden I: Lineare Algebra und Analysis			6		x	x	x				x				x	x
2	Mikroökonomik			6						x		x		x	x		
2	Supply-Chain- und Operations-Management			6				x						x	x		
2	Externes Rechnungswesen			6	x	x				x	x		x	x			x
2	Personalmanagement und Arbeitsrecht			6					x		x	x	x	x		x	
2	Quantitative Methoden II: Finanzmathematik und deskriptive Statistik			6		x	x	x								x	
3	Makroökonomik			6						x		x		x	x		
3	Finanz- und Investitionsmanagement			6	x	x					x				x		x
3	Kosten- und Leistungsrechnung			6	x			x				x				x	x
3	Gesellschaftsrecht und Steuern			6	x					x	x		x			x	x
3	Quantitative Methoden III: Statistische Schätz- und Testtheorie			6		x	x	x				x				x	
4	Unternehmensführung I: Organisation und Planung			6	x		x	x	x		x	x	x			x	
4	Unternehmensführung II: Führung und Ethik			6	x				x	x	x	x	x	x		x	
4	Steuern			6	x				x		x		x			x	x
4	Consulting & Information Systems			6			x	x				x				x	x
4	Wirtschaftspolitik und empirische Analyse			6	x	x	x	x				x	x	x		x	
4	Internationale Wirtschaftsbeziehungen			6			x	x				x		x	x		
4	Unternehmensentwicklung: Transformation des Managements			6					x			x		x		x	
4	International Money, Banking & Finance			6		x							x		x		x
4	Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken			6					x		x		x	x		x	
4	New Work: Arbeiten 4.0			6	x				x		x		x			x	x

Modulmatrix Teil 1: Profil (2|3)

Module / Lehrveranstaltungen				ECTS - Punkte		Handlungsfelder						Zuordnung Kompetenzen Absolvent*innenprofil			Zuordnung Studiengangskriterien			
Semester	Modul	Teilmodul / Lehrveranstaltung (optional)		Teilmodul	Gesamt	Eigenkapital-geber	Fremdkapital-geber	Absatzmarkt	Beschaffungs-markt	Belegschaft	Staat und Gesellschaft	Transparenz and Compliance	Leadership and Operations Research	Communication and Reporting	Global Citizenship	Interntio-nalisierung	Interdis-ziplinarität	Transfer
	Schwerpunktmodule																	
6	Marketingprojekt				6			x					x	x	x		x	
5	Marketing Analytics				6			x					x	x			x	
6	Marketing Analytics Projekt				6			x					x	x			x	x
5/6	Digitales Marketing				6			x					x				x	
5/6	Hot Topics in Marketing				6			x					x	x	x		x	
5/6	Services Marketing & Sustainability				6			x					x		x			x
5	Internationale Rechnungslegung				6	x					x	x		x			x	x
6	Konzernrechnungslegung				6	x	x				x	x	x	x		x	x	x
5/6	Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung				6	x	x				x	x		x		x	x	
5/6	Spezialfragen externer Rechnungslegung				6	x	x				x	x		x		x	x	x
5	Operatives Controlling				6	x				x			x	x				x
6	Strategisches Controlling				6	x				x			x	x	x	x		
5/6	Controlling für KMU				6	x	x			x			x	x			x	
5/6	Entwicklung von Geschäftsszenarios bei Existenzgründung				6	x							x	x	x		x	
5/6	Outsourcing				6	x	x		x	x			x			x		x
5/6	Controlling und Digitale Transformation				6	x				x			x				x	x
5/6	Data-driven company				6			x	x				x					x
5	Innovationsmanagement				6	x		x	x				x	x	x	x		
6	Strategische Organisationsentwicklung				6	x				x	x	x	x	x	x		x	
5/6	Entrepreneurship				6	x					x			x	x	x		
5/6	Unternehmensführung in Non-Profit Organisationen				6	x	x	x	x		x	x	x	x	x		x	x
5/6	Entrepreneurial (Design) Thinking				6			x						x			x	
5/6	Digitalisierungsstrategien in dynamischen Märkten				6			x					x				x	
5/6	Digitale Innovation				6			x					x				x	x
5/6	Unternehmensstrategie und Wettbewerb				6	x		x		x				x	x	x		
5	Besteuerung von Gesellschaften, AO und FGO				6	x					x	x					x	x
6	Wirtschafts- und Jahresabschlussprüfung				6	x					x	x			x		x	x
5/6	Bilanzsteuerrecht und IT in der Steuerberatung				6	x					x	x					x	x
5/6	Internationales Steuerrecht sowie Steueroptimiertes Schenken und Vererben				6	x					x	x				x	x	
5/6	Umwandlungssteuerrecht				6	x					x	x					x	
5	Personal und Führung I: Kern- und Führungsprozesse im Personalmanagement				6	x				x				x	x			
6	Personal und Führung II: Verhalten in Organisationen				6	x				x				x	x			
5/6	Digitale Arbeitswelt und Komplexität				6					x			x					x
5/6	Arbeits- und Führungspsychologie				6					x				x			x	
5/6	HR Planspiel				6	x		x		x			x	x	x			x
5/6	Management der Ausbildung und Personalentwicklung				6					x			x				x	

Modulmatrix Teil 1: Profil (3|3)

Module / Lehrveranstaltungen				ECTS - Punkte		Handlungsfelder						Zuordnung Kompetenzen Absolvent*innenprofil			Zuordnung Studiengangskriterien			
Semester	Modul	Teilmodul / Lehrveranstaltung (optional)		Teilmodul	Gesamt	Eigenkapital-geber	Fremdkapital-geber	Absatzmarkt	Beschaffungs-markt	Belegschaft	Staat und Gesellschaft	Transparenz and Compliance	Leadership and Operations Research	Communication and Reporting	Global Citizenship	Interntio-nalisierung	Interdis-ziplinarität	Transfer
5	Investitionsstrategien und Finanzcontrolling				6	x	x	x	x				x	x		x		
6	Finanzinstrumente des Kapitalmarktes				6		x							x		x		
5/6	Internationales Finanzmanagement				6		x							x		x		
5/6	Corporate Finance				6											x		
5/6	Green & Sustainable Finance				6	x	x					x	x		x	x		
5/6	Startup-Finanzierung				6	x	x					x		x			x	
5/6	Krypto-Assets				6		x					x			x	x		
5	Transport und Mobilität				6			x	x								x	x
6	Operations- und Prozessmanagement				6			x	x	x			x				x	x
5/6	Supply Chain Analytics und Optimierung				6			x	x				x				x	
5/6	Supply-Chain- und Operations-Management-Projekt-Modul				6			x	x	x			x				x	x
5	Nachhaltige Entwicklung				6			x	x	x			x		x		x	
6	Nachhaltigkeitsberichterstattung				6	x	x				x	x	x	x	x			
5/6	Wirtschaftspolitik und Unternehmensverantwortung				6	x		x	x	x	x	x	x		x	x		
5/6	Nachhaltige urbane Logistik				6			x	x	x			x	x			x	x
5	Cross-Cultural Competence				6	x				x			x	x	x	x		
6	International Management and Ethics				6	x				x		x		x	x	x		
5/6	Integrated International Sustainability Management				6			x	x		x	x				x		x
5/6	Economic Resilience and International Trade				6			x	x		x		x	x	x	x	x	
5/6	Simulation Game International Management				6	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
5/6	Global Leadership				6	x				x			x		x	x		
5/6	Negotiating Across Cultures				6					x	x		x			x	x	
5/6	International Strategic Finance				6		x					x		x		x		
5/6	International Economics				6	x							x			x		
5/6	International Marketing				6			x				x				x		
5/6	Introduction to International Business Law				6	x	x	x	x	x		x	x	x		x		x
6	Bachelorarbeit mit Kolloquium				12	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Modulmatrix Teil 2: Studienverlaufsplan / Prüfungslast (1|2)

Modulmatrix Teil 2: Angaben Studienverlaufsplan / Prüfungslast

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre, B.Sc.

Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften

V3 0 | 24.08.2023

Letzte Aktualisierung: 10.06.2025

Module				Pflicht- / Wahlpflicht- module	ECTS - Punkte	Anwesenheitspflicht als Zulassungsvoraussetzung zur (Teil) Modulprüfung			Prüfungsvorleistung als Zulassungsvoraussetzung zur Modulprüfung			Prüfungsleistung		Anzahl	Summe
Semester	Modul	ggf. Modul- nummer	Teilmodule	Pflichtmodul (PF) Wahlpflichtmodul (WPF) Wahlmodul (WF)	Teilmodul	Gesamt	ja / nein?	wenn ja, Mindestpräsenzzeit angeben	wenn ja, bitte begründen	ja / nein?	wenn ja, weiche(s) (Teil)Modul(e)	wenn ja, bitte begründen	Prüfungsform / Gewichtung / Benotung	Prüfungs- leistungen pro (Teil)Modul	Prüfungen
															29
1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre			PF		6	nein			nein			Präsentation oder Hausarbeit mit Kolloquium oder mündliche Prüfung oder Klausur	1	1
1	Marketing			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
1	Wirtschaftsprivaterecht			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
1	Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens			PF		4	nein			nein			Klausur	1	1
1	Quantitative Methoden I: Lineare Algebra und Analysis			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
1	Soft Skills sowie überfachliche und außerfachliche Qualifikationen			PF		2	nein			nein			Bescheinigung oder Testat	-	-
2	Mikroökonomik			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
2	Supply-Chain- und Operations-Management			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
2	Externes Rechnungswesen			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
2	Personalmanagement und Arbeitsrecht			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
2	Quantitative Methoden II: Finanzmathematik und deskriptive Statistik			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
3	Makroökonomik			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
3	Finanz- und Investitionsmanagement			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
3	Kosten- und Leistungsrechnung			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
3	Gesellschaftsrecht und Steuern			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
3	Quantitative Methoden III: Statistische Schätz- und Testtheorie			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
4	Unternehmensführung I: Organisation und Planung			PF		6	nein			nein			Open-Book Ausarbeitung (ein Tag) oder Hausarbeit mit Kolloquium oder Klausur	1	1
4	Unternehmensführung II: Führung und Ethik			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
4	Steuern			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
4	Consulting & Information Systems			PF		6	nein			nein			Hausarbeit	1	1
4	Wahlpflichtfach (4. Semester)		Auflistung der wählbaren Module im Abschnitt "Wahlpflichtbereich"	WPF		6	nein			nein			Nähere Angaben im Abschnitt "Wahlpflichtfach"	s. u.	1
5/6	Schwerpunkt 1 (vier Module)	...	Auflistung der wählbaren Module im Abschnitt "Wahlpflichtbereich"	PF / WPF		24	nein			nein			Nähere Angaben im Abschnitt "Schwerpunkte"	s. u.	4
5/6	Schwerpunkt 2 (vier Module)	...	Auflistung der wählbaren Module im Abschnitt "Wahlpflichtbereich"	PF / WPF		24	nein			nein			Nähere Angaben im Abschnitt "Schwerpunkte"	s. u.	4
6	Bachelorarbeit mit Kolloquium					12							Bachelorarbeit mit Kolloquium	1	1
				Gesamt		180 ECTS									
Wahlpflichtfach (4. Semester, ein Wahlpflichtmodul)															
4	Wirtschaftspolitik und empirische Analyse			WPF		6	nein			nein			Hausarbeit (40%) und Präsentation (60%)	2	2
4	Internationale Wirtschaftsbeziehungen			WPF		6	nein			nein			Präsentation (20%) und Hausarbeit (50%) und Klausur (30%)	3	3
4	Unternehmensentwicklung: Transformation des Managements			WPF		6	nein			nein			Präsentation	2	2
4	International Money, Banking & Finance			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
4	Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken			WPF		6	nein			nein			Performanceprüfung	1	1
4	New Work: Arbeiten 4.0			WPF		6	nein			nein			Projektarbeit mit Kolloquium oder Hausarbeit oder mündliche Prüfung	1	1
Schwerpunkt: Marketing (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
6	Marketingprojekt			PF		6	nein			nein			Präsentation (30%) und Hausarbeit (70%)	2	2
5	Marketing Analytics			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
6	Marketing Analytics Projekt			WPF		6	nein			nein			Präsentation (30%) und Hausarbeit (70%)	2	2
5/6	Digitales Marketing			WPF		6	nein			nein			Präsentation (50%) und Klausur (50%)	2	2
5/6	Hot Topics in Marketing			WPF		6	nein			nein			Präsentation	1	1
5/6	Services Marketing & Sustainability			WPF		6	nein			nein			Präsentation (40%) und Klausur (60%)	2	2
Schwerpunkt: Externes Rechnungswesen (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
5	Internationale Rechnungslegung			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
6	Konzernrechnungslegung			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Spezialfragen externer Rechnungslegung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Corporate Finance			WPF		6	nein			nein			Klausur (75%) und Präsentation (25%)	2	2
6	Nachhaltigkeitsberichterstattung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
Schwerpunkt: Management und Controlling (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
5	Operatives Controlling			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
6	Strategisches Controlling			PF		6	nein			nein			Klausur (75%) und Präsentation (25%)	2	2
5/6	Controlling für KMU			WPF		6	nein			nein			Hausarbeit (60%) und Präsentation (40%)	2	2
5/6	Entwicklung von Geschäftszenarios bei Existenzgründung			WPF		6	nein			nein			Präsentation (50%) und Hausarbeit (50%)	2	2
5/6	Outsourcing			WPF		6	nein			nein			Klausur (75%) und Präsentation (25%)	2	2
5/6	Controlling und Digitale Transformation			WPF		6	nein			nein			Klausur (50%) und Präsentation (50%)	2	2
5/6	Data-driven company			WPF		6	nein			nein			Präsentation	2	2
6	Nachhaltigkeitsberichterstattung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5	Internationale Rechnungslegung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1

Modulmatrix Teil 2: Studienverlaufsplan / Prüfungslast (2|2)

Module				Pflicht- / Wahl(pflicht)- module	ECTS - Punkte		Anwesenheitspflicht als Zulassungsvoraussetzung zur (Teil) Modulprüfung			Prüfungsvorleistung als Zulassungsvoraussetzung zur Modulprüfung			Prüfungsleistung	Anzahl	Summe
Semester	Modul	ggf. Modul- nummer	Teilmodule	Pflichtmodul (PF) Wahlpflichtmodul (WPF) Wahlmodul (WF)	Teilmodul	Gesamt	ja / nein?	wenn ja, Mindestpräsenzzeit angeben	wenn ja, bitte begründen	ja / nein?	wenn ja, welche(s) (Teil)Modul(e)	wenn ja, bitte begründen	Prüfungsform / Gewichtung / Benotung	Prüfungs- leistungen pro (Teil)Modul	Prüfungen
Schwerpunkt: Unternehmensführung und Organisationsentwicklung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
5	Innovationsmanagement			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
6	Strategische Organisationsentwicklung			PF		6	nein			nein			Klausur (80%) und Präsentation (20%)	2	2
5/6	Entrepreneurship			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Unternehmensführung in Non-Profit Organisationen			WPF		6	nein			nein			Hausarbeit oder Hausarbeit mit Kolloquium	1	1
5/6	Entrepreneurial (Design) Thinking			WPF		6	nein			nein			Präsentation (50%) und Hausarbeit (50%)	2	2
5/6	Digitalisierungsstrategien in dynamischen Märkten			WPF		6	nein			nein			Hausarbeit oder Hausarbeit mit Kolloquium	1	1
5/6	Digitale Innovation			WPF		6	nein			nein			Präsentationen	2	2
5/6	Unternehmensstrategie und Wettbewerb			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
Schwerpunkt: Betriebliche Steuerlehre /Wirtschaftsprüfung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
5	Besteuerung von Gesellschaften, AO und FGO			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
6	Wirtschafts- und Jahresabschlussprüfung			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Bilanzsteuerrecht und IT in der Steuerberatung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Internationales Steuerrecht sowie steueroptimiertes Schenken und Vererben			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Umwandlungssteuerrecht			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
Schwerpunkt: Personal und Führung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
5	Personal und Führung I: Kern- und Führungsprozesse im Personalmanagement			PF		6	nein			nein			Projektarbeit (40%) und Präsentation (60%)	2	2
6	Personal und Führung II: Verhalten in Organisationen			PF		6	nein			nein			Hausarbeit (50%) und Klausur (50%)	2	2
5/6	Digitale Arbeitswelt und Komplexität			WPF		6	nein			nein			Präsentation (30%) und Portfolio (70%)	2	2
5/6	Arbeits- und Führungspsychologie			WPF		6	nein			nein			Präsentation (50%) und Rollenspiel (50%)	2	2
5/6	HR Planspiel			WPF		6	nein			nein			Hausarbeit (50%) und Präsentation (50%)	2	2
5/6	Management der Ausbildung und Personalentwicklung			WPF		6	nein			nein			Projektarbeit (50%) und Klausur (50%)	2	2
Schwerpunkt: Investition und Finanzierung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
5	Investitionsstrategien und Finanzcontrolling			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
6	Finanzinstrumente des Kapitalmarktes			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Internationales Finanzmanagement			WPF		6	nein			nein			Hausarbeit oder Hausarbeit mit Kolloquium	1	1
5/6	Corporate Finance			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Green & Sustainable Finance			WPF		6	nein			nein			Hausarbeit (50%) und Präsentation (50%)	1	1
5/6	Startup-Finanzierung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Krypto-Assets			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
6	Nachhaltigkeitsberichterstattung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
Schwerpunkt: Supply-Chain- und Operations-Management (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
5	Transport und Mobilität			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
6	Operations- und Prozessmanagement			PF		6	nein			nein			Klausur oder Hausarbeit oder Hausarbeit mit Kolloquium	1	1
5/6	Supply Chain Analytics und Optimierung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Supply-Chain- und Operations-Management-Projekt-Modul			WPF		6	nein			nein			Performanceprüfung	1	1
5/6	Services Marketing & Sustainability			WPF		6	nein			nein			Präsentation (40%) und Klausur (60%)	2	2
5/6	Outsourcing			WPF		6	nein			nein			Klausur (75%) und Präsentation (25%)	2	2
5/6	Nachhaltige urbane Logistik			WPF		6	nein			nein			Performanceprüfung	1	1
Schwerpunkt: Nachhaltige Unternehmenssteuerung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
5	Nachhaltige Entwicklung			PF		6	nein			nein			Portfolioprüfung	1	1
6	Nachhaltigkeitsberichterstattung			PF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Wirtschaftspolitik und Unternehmensverantwortung			WPF		6	nein			nein			Klausur	1	1
5/6	Nachhaltige urbane Logistik			WPF		6	nein			nein			Performanceprüfung	1	1
5/6	Services Marketing & Sustainability			WPF		6	nein			nein			Präsentation (40%) und Klausur (60%)	2	2
5/6	Green & Sustainable Finance			WPF		6	nein			nein			Hausarbeit (50%) und Präsentation (50%)	1	1
Schwerpunkt: International Business (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)															
5	Cross Cultural Competence			PF		6	nein			nein			Group assignment (Gruppenarbeit, 30%) and Written Exam (Klausur oder Hausarbeit, 70%)	2	2
6	International Management and Ethics			PF		6	nein			nein			Group Project with an oral presentation and written summary/assignment (Projektarbeit) (50%) and Written exam (Klausur) (50%)	2	2
5/6	Integrated International Sustainability Management			WPF		6	nein			nein			Group Project with an oral presentation and written summary/assignment (Projektarbeit) (50%) and Written exam (Klausur) (50%)	2	2
5/6	Economic Resilience and International Trade			WPF		6	nein			nein			Oral contribution (mündlicher Beitrag) (50%) and Open-book examination (OB-Klausur) (50%)	2	2
5/6	Simulation Game International Management			WPF		6	nein			nein			Learning Portfolio (Lernportfolio)	3	3
5/6	Global Leadership			WPF		6	nein			nein			Oral exam (mündliche Prüfung) (60%) and Scientific paper (Hausarbeit) (40%)	2	2
5/6	Negotiating Across Cultures			WPF		6	nein			nein			Learning Portfolio (Lernportfolio) (20%) and/or Oral Exam (mündliche Prüfung) (20%) and Written Exam (Klausur) (60%)	3	3
5/6	International Strategic Finance			WPF		6	nein			nein			Case analysis with write-ups (Fallstudie) (80%) and Final presentation with discussion/Q&A (Präsentation) (20%)	2	2
5/6	International Economics			WPF		6	nein			nein			Written Exam (Klausur)	1	1
5/6	International Marketing			WPF		6	nein			nein			Group Presentation (Präsentation) (35%) and Individual exam (Klausur) (65%)	2	2
5/6	Introduction to International Business Law			WPF		6	nein			nein			Written Exam (Klausur)	1	1

5 Studienverlaufsplan

Abschnitt: 1|6

Modulbezeichnung	P / W	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		5. Sem.		6. Sem.		Summe	
		SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP
Module des ersten Semesters:															
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	P	4	6												
Marketing	P	4	6												
Wirtschaftsprivatrecht	P	4	6												
Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens	P	4	4												
Quantitative Methoden I: Lineare Algebra und Analysis	P	4	6												
Soft Skills sowie überfachliche und außerfachliche Qualifikationen	P	-	2												
Module des zweiten Semesters:															
Mikroökonomik	P			4	6										
Supply-Chain- und Operations-Management	P			4	6										
Externes Rechnungswesen	P			4	6										
Personalmanagement und Arbeitsrecht	P			4	6										
Quantitative Methoden II: Finanzmathematik und deskriptive Statistik	P			4	6										
Module des dritten Semesters:															
Makroökonomik	P					4	6								
Finanz- und Investitionsmanagement	P					4	6								
Kosten- und Leistungsrechnung	P					4	6								
Gesellschaftsrecht und Steuern	P					4	6								
Quantitative Methoden III: Statistische Schätz- und Testtheorie	P					4	6								

P = Pflichtmodul; **W** = Wahlpflichtmodul; **SWS** = Semesterwochenstunden;
CP = Credit Points nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS).

Abschnitt: 2|6

Modulbezeichnung	P / W	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		5. Sem.		6. Sem.		Summe	
		SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP
Pflichtmodule des vierten Semesters:															
Unternehmensführung I: Organisation und Planung	P							4	6						
Unternehmensführung II: Führung und Ethik	P							4	6						
Steuern	P							4	6						
Consulting & Information Systems	P							4	6						
Wahlpflichtmodule des vierten Semesters: Es ist ein Angebot zu wählen. Das Angebot ist variabel und kann jederzeit erweitert oder gekürzt werden.															
Wirtschaftspolitik und empirische Wirtschafts-analyse	W							4	6						
Internationale Wirtschafts-beziehungen															
Unternehmensentwick-lung: Transformation des Managements															
International Money, Banking & Finance															
Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken															
New Work: Arbeiten 4.0															
Schwerpunkt 1	P/W									5*4	5*6	3*4	3*6		
Schwerpunkt 2															
Bachelor-Thesis															
Bachelorarbeit mit Kolloquium	P												12		
Summe SWS		20		20		20		20		20		12		112	
Summe CP (ohne Transfersemester)			30		30		30		30		30		30		180
Gemäß § 4 Abs. 2 PO kann das Studium um ein Transfersemester ergänzt werden. Das Transfersemester kann fakultativ nach Erreichen von 60 ECTS beantragt werden, für das anerkannte Transfersemester werden 30 ECTS vergeben.		30													
Summe CP (mit Transfersemester)			30		30		30		30		30		30		210

P = Pflichtmodul; **W** = Wahlpflichtmodul; **SWS** = Semesterwochenstunden;
CP = Credit Points nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS).

Abschnitt: 3|6

Modulbezeichnung	Semester	Marketing	Externes Rechnungswesen	Management und Controlling	Unternehmensführung und Organisationsentwicklung	Betriebliche Steuerlehre / Wirtschaftsprüfung	Personal und Führung	Investition und Finanzierung	Supply-Chain- and Operations-Management	Nachhaltige Unternehmenssteuerung	International Business
Marketing (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)											
Marketingprojekt	6	P									
Marketing Analytics	5	P									
Marketing Analytics Projekt	6	W									
Digitales Marketing	5/6	W									
Hot Topics in Marketing	5/6	W									
Services Marketing & Sustainability	5/6	W							W	W	
Externes Rechnungswesen (drei Pflichtmodule, ein Wahlpflichtmodul)											
Internationale Rechnungslegung	5		P	W							
Konzernrechnungslegung	6		P								
Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung	5/6		W	W							
Spezialfragen externer Rechnungslegung	5/6		W								
Corporate Finance	5/6		W					W			
Nachhaltigkeitsberichterstattung	6		W	W				W		P	
Management und Controlling (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)											
Operatives Controlling	5		W	P							
Strategisches Controlling	6		W	P							
Controlling für KMU	5/6			W							
Entwicklung von Geschäftsszenarios bei Existenzgründung	5/6			W	W						
Outsourcing	5/6			W					W		
Controlling und Digitale Transformation	5/6			W	W						
Data-driven company	5/6			W							
Nachhaltigkeitsberichterstattung	6		W	W				W		P	
Internationale Rechnungslegung	5		P	W							
Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung	5/6		W	W							

P = Pflichtmodul; **W** = Wahlpflichtmodul; **5/6** = Das Modul kann im 5. oder im 6. Semester belegt werden.

Abschnitt: 4|6

Modulbezeichnung	Semester	Marketing	Externes Rechnungswesen	Management und Controlling	Unternehmensführung und Organisationsentwicklung	Betriebliche Steuerlehre / Wirtschaftsprüfung	Personal und Führung	Investition und Finanzierung	Supply-Chain- and Operations-Management	Nachhaltige Unternehmenssteuerung	International Business
Unternehmensführung und Organisationsentwicklung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)											
Innovationsmanagement	5				P						
Strategische Organisationsentwicklung	6				P						
Entrepreneurship	5/6				W						
Unternehmensführung in Non-Profit Organisationen	5/6				W						
Entrepreneurial (Design) Thinking	5/6				W						
Digitalisierungsstrategien in dynamischen Märkten	5/6				W						
Digitale Innovation	5/6				W						
Unternehmensstrategie und Wettbewerb	5/6				W						
Betriebliche Steuerlehre / Wirtschaftsprüfung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)											
Besteuerung von Gesellschaften, AO und FGO	5					P					
Wirtschafts- und Jahresabschlussprüfung	6					P					
Bilanzsteuerrecht und IT in der Steuerberatung	5/6					W					
Internationales Steuerrecht sowie steuer-optimiertes Schenken und Vererben	5/6					W					
Umwandlungssteuerrecht	5/6					W					
Personal und Führung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)											
Personal und Führung I: Kern- und Führungsprozesse im Personalmanagement	5						P				
Personal und Führung II: Verhalten in Organisationen	6						P				
Digitale Arbeitswelt und Komplexität	5/6						W				
Arbeits- und Führungspsychologie	5/6						W				
HR-Planspiel	5/6						W				
Management der Ausbildung und Personalentwicklung	5/6						W				

P = Pflichtmodul; **W** = Wahlpflichtmodul; **5/6** = Das Modul kann im 5. oder im 6. Semester belegt werden.

Abschnitt: 5|6

Modulbezeichnung	Semester	Marketing	Externes Rechnungswesen	Management und Controlling	Unternehmensführung und Organisationsentwicklung	Betriebliche Steuerlehre / Wertschöpfungsprüfung	Personal und Führung	Investition und Finanzierung	Supply-Chain- and Operations-Management	Nachhaltige Unternehmenssteuerung	International Business
Investition und Finanzierung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)											
Investitionsstrategien und Finanzcontrolling	5							P			
Finanzinstrumente des Kapitalmarktes	6							P			
Internationales Finanzmanagement	5/6							W			
Corporate Finance	5/6							W			
Green & Sustainable Finance	5/6							W		W	
Startup-Finanzierung	5/6							W			
Krypto-Assets	5/6							W			
Nachhaltigkeitsberichterstattung	6		W	W				W		P	
Supply-Chain- und Operations-Management (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)											
Transport und Mobilität	5								P		
Operations- und Prozessmanagement	6								P		
Supply Chain Analytics und Optimierung	5/6								W		
Supply-Chain- und Operations-Management-Projekt-Modul	5/6								W		
Services Marketing & Sustainability	5/6	W							W	W	
Outsourcing	5/6			W					W		
Nachhaltige urbane Logistik	5/6								W	W	
Nachhaltige Unternehmenssteuerung (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)											
Nachhaltige Entwicklung	5			W						P	
Nachhaltigkeitsberichterstattung	6		W	W				W		P	
Wirtschaftspolitik und Unternehmensverantwortung	5/6									W	
Nachhaltige urbane Logistik	5/6								W	W	
Services Marketing & Sustainability	5/6									W	
Green & Sustainable Finance	5/6							W		W	

P = Pflichtmodul; **W** = Wahlpflichtmodul; **5/6** = Das Modul kann im 5. oder im 6. Semester belegt werden.

Abschnitt: 6|6

Modulbezeichnung	Semester	Marketing	Externes Rechnungswesen	Management und Controlling	Unternehmensführung und Organisationsentwicklung	Betriebliche Steuerlehre / Wirtschaftsprüfung	Personal und Führung	Investition und Finanzierung	Supply-Chain- and Operations-Management	Nachhaltige Unternehmenssteuerung	International Business
International Business (zwei Pflichtmodule, zwei Wahlpflichtmodule)											
Cross-Cultural Competence	5										P
International Management and Ethics	6										P
Integrated International Sustainability Management	5/6										W
Economic Resilience and International Trade	5/6										W
Simulation Game International Management	5/6										W
Global Leadership	5/6										W
Negotiating Across Cultures	5/6										W
International Strategic Finance	5/6										W
International Economics	5/6										W
International Marketing	5/6										W
Introduction to International Business Law	5/6										W

P = Pflichtmodul; **W** = Wahlpflichtmodul; **5/6** = Das Modul kann im 5. oder im 6. Semester belegt werden.

Hinweis und Empfehlung:

Das Angebot der Wahlpflichtmodule ist variabel und kann jederzeit erweitert oder gekürzt werden.

Die Pflichtmodule eines Schwerpunkts sollen mit Priorität im 5. Semester belegt und zeitlich vor den Wahlpflichtmodulen abgeschlossen werden.

6 Alternativer Studienverlaufsplan

Abschnitt: 1|2

Modulbezeichnung	P / W	SWS	CP
Module des ersten Semesters:			
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	P	4	6
Marketing	P	4	6
Quantitative Methoden I: Lineare Algebra und Analysis	P	4	6
Module des zweiten Semesters:			
Supply-Chain- und Operations-Management	P	4	6
Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens	P	4	4
Soft Skills sowie überfachliche und außerfachliche Qualifikationen	P		2
Quantitative Methoden II: Finanzmathematik und deskriptive Statistik	P	4	6
Module des dritten Semesters:			
Wirtschaftsprivatrecht	P	4	6
Externes Rechnungswesen	P	4	6
Quantitative Methoden III: Statistische Schätz- und Testtheorie	P	4	6
Module des vierten Semesters:			
Mikroökonomik	P	4	6
Personalmanagement und Arbeitsrecht	P	4	6
Kosten- und Leistungsrechnung	P	4	6
Module des fünften Semesters:			
Makroökonomik	P	4	6
Finanz- und Investitionsmanagement	P	4	6
Gesellschaftsrecht und Steuern	P	4	6
Module des sechsten Semesters:			
Consulting & Information Systems	P	4	6
Steuern	P	4	6
Unternehmensführung I: Organisation und Planung	P	4	6

P = Pflichtmodul; **W** = Wahlpflichtmodul; **SWS** = Semesterwochenstunden;
CP = Credit Points nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS).

Abschnitt: 2|2

Modulbezeichnung	P / W	SWS	CP
Module des siebten Semesters:			
Unternehmensführung II: Führung und Ethik	P	4	6
Wahlpflichtmodule des siebten Semesters. Es ist ein Angebot zu wählen. Das Angebot ist variabel und kann jederzeit ergänzt oder gekürzt werden:			
Wirtschaftspolitik und empirische Wirtschaftsanalyse	W	4	6
Internationale Wirtschaftsbeziehungen			
Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken			
International Money, Banking & Finance			
Unternehmensentwicklung: Transformation des Managements			
Nachhaltige Entwicklung			
New Work: Arbeiten 4.0			
Schwerpunkt 1	Ein Modul	4	6
Module des achten Semesters:			
Schwerpunkt 1	Drei Module	12	18
Module des neunten Semesters:			
Schwerpunkt 2	Drei Module	12	18
Module des zehnten Semesters:			
Schwerpunkt 2	Ein Modul	4	6
Bachelorarbeit mit Kolloquium	P		12
Summe SWS		112	
Summe CP (ohne Transfersemester)			180
Gemäß § 4 Abs. 2 PO kann das Studium um ein Transfersemester ergänzt werden. Das Transfersemester kann fakultativ nach Erreichen von 60 ECTS beantragt werden, für das anerkannte Transfersemester werden 30 ECTS vergeben.			30
Summe SP (mit Transfersemester)			210

P = Pflichtmodul; **W** = Wahlpflichtmodul; **SWS** = Semesterwochenstunden;
CP = Credit Points nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS).

Hinweis und Empfehlung:

Das Angebot der Wahlpflichtmodule ist variabel und kann jederzeit erweitert oder gekürzt werden.

Die Pflichtmodule eines Schwerpunkts sollen mit Priorität im 5. Semester belegt und zeitlich vor den Wahlpflichtmodulen abgeschlossen werden.

Modulbeschreibungen

7 Module des ersten Semesters

7.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Modulnummer:	1.01
Modulbezeichnung:	Grundlagen der BWL
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Klaus-Burkhard Bentler
Dozierende:	Prof. Dr. Klaus-Burkhard Bentler, Prof. Dr. Erich Hölter, Prof. Dr. Marc Prokop, Dr. Tobias Krippendorff (LB)
Learning Outcome:	WAS? Die Studierenden erarbeiten die betriebswirtschaftlichen Grundfunktionen, die notwendig sind, um ein Unternehmen funktionsfähig aufzubauen und ziel- und zukunftsorientiert zu führen. Die Studierenden erklären, wie ein Betrieb grundsätzlich funktioniert und analysieren die Bedeutung von Unternehmenszielen und die zugehörigen Planungen sowie Systematiken zur Durchsetzung und zur Kontrolle. WOMIT? Die Studierenden erstellen einen vereinfachten Businessplan für eine selbstgewählte Geschäftsidee. Sie folgen dabei im Wesentlichen dem funktionsorientierten Ansatz der Wertschöpfungskette (Value Chain nach M. Porter) mit unterstützenden Prozessen und Aktivitäten im Unternehmen. Im Rahmen des Businessplans erstellen sie einen vereinfachten Finanzplan (Cash flow-Plan) und ermitteln die Wirtschaftlichkeit ihrer Geschäftsidee auf der Grundlage eines vereinfachten Jahresabschlusses (GuV und Bilanz). Die Studierenden arbeiten hierzu in Gruppen zusammen, präsentieren ihre Teilplanungen im Plenum und reflektieren ihre Prozessschritte und Ergebnisse. WOZU? Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Problemstellungen zu analysieren und Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie erkennen die komplexen Zusammenhänge der betrieblichen Funktionsbereiche und deren Interaktion bei betrieblichen Entscheidungen. Sie stärken durch die Gruppenarbeit ihre Selbst-, Sozial- und Reflexionskompetenz sowie ihre Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten. Im Sinne der Entrepreneurship Education erwerben die Studierenden Fachwissen sowie fachübergreifende Kompetenzen, die für eine erfolgreiche Unternehmensgründung und -führung und für eine selbstständige, eigenverantwortliche Lebensführung erforderlich sind.
Modulinhalte:	Im Rahmen der Erstellung eines Businessplans für eine selbstgewählte Geschäftsidee werden schrittweise nachstehende betriebswirtschaftliche Grundfunktionen erarbeitet: • Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit • Absatz, Produktion und Beschaffung • Standort, Rechtsform und Organisation • Personal • Investition und Finanzierung • Internes und externes Rechnungswesen • Unternehmensplanung und -steuerung Weitere Inhalte sind: • Wissenschaftliche Arbeitstechniken • Selbst- und Teammanagement • Präsentationstechniken

Lehr- und Lernmethoden:	Projektorientierte und seminaristische Vorlesungen, zum Teil mit Unterstützung eines Lernskripts, Gruppenarbeiten
Prüfungsformen:	Präsentation, oder Hausarbeit mit Kolloquium, oder mündliche Prüfung, oder Klausur.
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Digital Hub Cologne (Hrsg.) (2021). Handbuch „NUK-Businessplan-Wettbewerb“ (24. Aufl.). Köln: NUK Neues Unternehmertum Rheinland. [https://digitalhubcologne.de/wp-content/uploads/2021/02/NUK-Handbuch.pdf] Hölter, E. (2018). Betriebswirtschaft für Schule, Studium und Beruf. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Hutzschenreuter, T. (2022). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (7. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. Schierenbeck, H., Wöhle, C. B. (2016). Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre (19. Aufl.). München: De Gruyter Oldenbourg. Schmalen, H., Pechtl, H. (2019). Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft (16. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Theisen, M. R. (2024). Wissenschaftliches Arbeiten (19. Aufl.). München Vahlen Thommen, J.P. et al. (2023). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (10. Aufl.). Wiesbaden: Gabler. Vahs, D., Schäfer-Kunz, J. (2021). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (8. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Weber, W., Kabst, R., Baum, M. (2018). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (10. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. Wöhe, G., Döring, U., Brösel, G. (2023). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (28. Aufl.). München: Vahlen.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	Angebot von Tutorien
Letzte Aktualisierung:	WS 2024_2025

7.2 Marketing

Modulnummer:	1.02
Modulbezeichnung:	Marketing
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Jörg Reblin
Dozierende:	Prof. Dr. Marco Motullo Prof. Dr. Jörg Reblin Prof. Dr. Linn Viktoria Zaglauer
Learning Outcome:	Was: Die Teilnehmer/-innen sind nach Abschluss des Moduls in der Lage grundlegende Inhalte des Marketings praxisorientiert anzuwenden. Womit: Die Studierenden lernen die aktuellen Methoden der Marktforschung kennen und setzen diese zur Datenanalyse ein. Auf der Grundlage dieser Inhalte können die Teilnehmer/-innen Modelle und Ansätze zur Festlegung der passenden Marketingstrategie ableiten und verschiedene Handlungsoptionen unter Berücksichtigung einer sich dynamisch wandelnden Unternehmensumwelt beurteilen. Zur Umsetzung der Strategien werden die Marketinginstrumente beschrieben und Kriterien für deren Auswahl und Gestaltung festgelegt. Wozu: Mit diesen Kenntnissen sind die Studierenden in der Lage die marktorientierte Ausrichtung eines Unternehmens zu verstehen und an deren Ausgestaltung mitzuwirken.
Modulinhalte:	1. Einführung und Grundbegriffe 2. Konsumentenverhalten 3. Marktforschung 4. Marketingstrategie 5. Marketingmix 6. Produktpolitik 7. Preispolitik 8. Distributionspolitik 9. Kommunikationspolitik
Lehr- und Lernmethode:	Vorlesung
Prüfungsform:	100% Klausur
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-

Empfohlene Literatur:	Homburg, C. (2020). <i>Marketingmanagement</i> (7. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. Scharf, A., Schubert, B. & Hehn, P. (2022). <i>Marketing</i> (7. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2024

7.3 Wirtschaftsprivatrecht

Modulnummer:	1.03.
Modulbezeichnung:	Wirtschaftsprivatrecht
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Stephan Arens
Dozierende:	Prof. Dr. Stephan Arens
Learning Outcome:	I. Fachkompetenzen Die Studierenden können am Ende der Veranstaltung - Grundkenntnisse des BGB, des HGB und des ProdHaftG, einschließlich des Verbraucherschutzes und der zunehmenden Digitalisierung wiedergeben, erklären sowie Anspruchsgrundlagen auf Sachverhalte anwenden, - indem sie rechtliche Tatbestandsmerkmale aus Gesetzestexten entnehmen und subsumieren, ob diese durch Sachverhalte erfüllt werden, - um in privaten oder unternehmerischen Zusammenhängen zu beurteilen, ob sie einen rechtlich relevanten Sachverhalt selbst lösen können oder ob rechtliche Beratung (inhouse oder extern) erforderlich ist II. Fächerübergreifende Kompetenzen Neben dem fundierten Wissen im Wirtschaftsprivatrecht entwickeln die Studierenden in diesem Modul wichtige fächerübergreifende Fachkompetenzen. Im Bereich des Digital Learning erwerben sie die Fähigkeit, digitale Informationen zu verstehen und einzuordnen sowie die Deutung digitaler Quellen zu beherrschen. Sie sind in der Lage, Wissen in spezifischen Themengebieten aufzubauen und Lern-Software effektiv zu nutzen, was in der modernen juristischen Praxis unerlässlich ist. Darüber hinaus entwickeln die Studierenden eine ausgeprägte Lösungsfähigkeit und Urteilsfähigkeit. Sie erwerben Grundkenntnisse des BGB, des HGB und des ProdHaftG, einschließlich des Verbraucherschutzes und der zunehmenden Digitalisierung, und lernen, diese auf Sachverhalte anzuwenden. Sie entnehmen rechtliche Informationen aus Gesetzestexten und prüfen, ob diese durch Sachverhalte erfüllt werden. Ein Beispiel hierfür ist die Überprüfung der Vereinbarkeit von AGB-Klauseln mit den Vorgaben des BGB, um zu beurteilen, ob eine rechtliche Beratung notwendig ist oder der Sachverhalt eigenständig gelöst werden kann.
Modulinhalte:	Grundlagen des BGB (AT, Schuldrecht AT und BT) sowie des HGB, insbesondere - Personen (natürliche, juristische, Verbraucher, Unternehmer, Kaufmann) - Vertragsschluss - Vertretung (gesetzliche, organschaftliche, rechtsgeschäftliche) - Allg. Geschäftsbedingungen (AGB) - Vertragsarten - Rechte und Pflichten aus Verträgen - Erfüllung von Verträgen

	- Leistungsstörungen - Ungerechtfertigte Bereicherung - Unerlaubte Handlungen und Gefährdungshaftung (mit Produkthaftung)
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristische Vorlesung
Prüfungsformen:	Klausur: 100% Dauer: 60 Minuten Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Zwingende Voraussetzungen:	Keine
Empfohlene Literatur:	Gesetzestexte (in der jeweils gültigen Fassung): - Nomos, Textsammlung (2022). <i>Zivilrecht: Wirtschaftsrecht</i> (31. Auflage). Baden-Baden: Nomos. - NWB (2024). <i>Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts</i> (25. Auflage). Herne: NWB Verlag. - Aktuelle Wirtschaftsgesetze 2024 (16. Auflage). München: Vahlen. Lehrbücher: - Müssig, H. (2024). <i>Wirtschaftsprivatrecht</i> (24. Auflage). Wiesbaden: C.F. Müller. - Führich, E. (2021). <i>Wirtschaftsprivatrecht</i> (12. Auflage). München: Vahlen. - Fischer, T. (2023). <i>Wirtschaftsprivatrecht</i> (2. Auflage). Stuttgart: Kohlhammer. - Mayer, V. & Oesterwinter, P. (2022). <i>Die BGB-Klausur – eine Schreibwerkstatt</i> (3. Auflage). Baden-Baden: Nomos.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	01.08.2024

7.4 Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens

Modulnummer:	1.04
Modulbezeichnung:	Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	4
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Sven Schäfer
Dozierende:	Prof. Dr. Jörg Meinen Prof. Dr. Lilia Pasch Prof. Dr. Sven Schäfer
Learning Outcome:	Die Studierenden können Bilanzierungsentscheidungen für grundlegende Geschäftsvorfälle im Rahmen der Erstellung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses treffen und diese Geschäftsvorfälle buchen.
Modulinhalte:	In dem Modul analysieren die Studierenden die zu bilanzierenden grundlegenden Geschäftsvorfälle im Industrie- und Handelsbetrieb. Sie bestimmen die dafür relevanten gesetzlichen Vorschriften und buchen die Geschäftsvorfälle. Sie überprüfen die Auswirkung der Bilanzierungsentscheidungen auf die Bilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung. Hierzu nutzen die Studierenden Excel zur Berechnung und Lösung von Bilanzierungsproblemen. Teil I Grundlagen des Rechnungswesens Teil 2 Buchführung • Grundlagen der Buchführung • Erfolgsneutrale Buchungsvorgänge • Erfolgswirksame Buchungsvorgänge • Ausgewählte Geschäftsvorfälle im Handelsbetrieb • Ausgewählte Geschäftsvorfälle im Industriebetrieb • Abschlussbuchungen für den Jahresabschluss Teil 3 Rechengrößen des Rechnungswesens Teil 4 Jahresabschluss • Grundlagen des Jahresabschlusses • Zwecke und Grundsätze der externen Rechnungslegung • Allgemeine Ansatzregelungen • Allgemeine Bewertungsregelungen • Allgemeine Ausweisregelungen Die Buchhaltung ist ein wesentlicher Bestandteil jedes Unternehmens und trägt dazu bei, die finanzielle und wirtschaftliche Stabilität des Unternehmens zu gewährleisten. Sie hilft Managern und Eigentümern dabei, die Auswirkung unternehmerischer Entscheidungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens einschätzen zu können, um fundierte Geschäftsentscheidungen zu treffen und die Rentabilität und das Wachstum des Unternehmens zu sichern. Die Beherrschung der Grundsätze der Buchhaltung ist Voraussetzung dafür, • um im Modul „Externes Rechnungswesen“ handelsrechtliche Jahresabschlüsse mit den Komponenten Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, den Anhang und Lagebericht zielorientiert zu erstellen und zu gestalten, • um im Modul „Internes Rechnungswesen“ Kostenstellen- und Kostenträgerrechnungen sowie Deckungsbeitragsrechnung zu erstellen und zu interpretieren und

	um im Modul „Steuern“ die steuerlichen Bemessungsgrundlagen zur ermitteln. Die Beherrschung der Buchhaltung fördert das analytisches Denken, die Entscheidungs- und Problemlösungskompetenz sowie das kritische Denken und die Urteilskompetenz für unternehmerische Entscheidungen. Die Nutzung von Excel-Tools stärkt die Fähigkeit, Informationen mittels digitaler Medien zu extrahieren, zu bewerten und zu kommunizieren (Digital Literacy).
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur 100% Dieses Modul hat eine Gewichtung von 2,24 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload: (1 ECTS Credit $\triangleq$ 30 Stunden)	120 Stunden
Präsenzzeit:	4 SWS, 60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	75 Stunden
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	- Baetge, J., Kirsch H. & Thiele, S. (2024). <i>Bilanzen</i> (17. Auflage). Düsseldorf: IDW Verlag GmbH. - Baetge, J., Kirsch H. & Thiele, S. (2024). <i>Übungsbuch Bilanzen</i> (17. Auflage). Düsseldorf: IDW Verlag GmbH. - Buchholz, R. (2024). <i>Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS</i> (11. Auflage). München: Franz Vahlen. - Coenenberg, A. G., Haller, A. & Schultze, W. (2018). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</i> (25. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - Coenenberg, A. G., Haller, A. & Schultze, W. (2018). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse – Aufgaben und Lösungen</i> (25. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - Doering, U. & Buchholz, R. (2021). <i>Buchhaltung und Jahresabschluss</i> (16. Auflage). Berlin: Erich Schmidt Verlag. - Grottel, B., Justenhoven, P., Kliem, B., Schubert, W. & Deubert, M. (2024). <i>Beck'scher Bilanz-Kommentar</i> (14. Auflage). München: C.H. Beck. - Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (2023). <i>WP Handbuch: Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung</i> (18. Auflage). Düsseldorf: IDW Verlag GmbH. - Schäfer, S. (2023). <i>Handelsrechtliche Rechnungslegung</i> (2. Auflage). Stuttgart: Kohlhammer Verlag. - Schmolke, S. & Deitermann, M. (2024). <i>Industrielles Rechnungswesen</i> (53. Auflage). Köln: Westermann. - Tanski, J. S. (2024). <i>Jahresabschluss</i> (8. Auflage). Freiburg: Haufe Lexware. - Quick, R. & Wolz, M. (2022). <i>Bilanzierung in Fällen: Grundlagen, Aufgaben und Lösungen nach HGB und IFRS</i> (7. Auflage). Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag. - Wöhe, G. & Kußmaul, H. (2022). <i>Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik</i> (11. Auflage). München: Verlag Franz Vahlen. Jeweils die aktuelle Ausgabe.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	Angebot von Tutorien
Letzte Aktualisierung:	Juli 2024

7.5 Quantitative Methoden I: Lineare Algebra und Analysis

Modulnummer:	1.05
Modulbezeichnung:	Quantitative Methoden I: Lineare Algebra und Analysis
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	1. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Ralf Knobloch
Dozierende:	Prof. Dr. Ralf Knobloch Silvia Kastenholz, Dipl.-Math
Learning Outcome:	Was? Die Studierenden kennen die grundlegenden Methoden der Wirtschaftsmathematik aus den Bereichen Lineare Algebra und Analysis und können diese anwenden, indem sie anhand der erlernten Methoden (Matrizenrechnung, Lösung linearer Gleichungssysteme, Ableitung von Funktionen mit einer und mehreren Variablen, Lösung von Optimierungsproblemen mit und ohne Nebenbedingungen anhand analytischer Methoden) komplexe ökonomische Fragestellungen modellieren und bearbeiten. Womit? Indem die Studierenden die Methoden der Wirtschaftsmathematik zunächst auf theoretische und anschließend auf ökonomische Fragestellungen angeleitet anwenden. Den Studierenden werden Übungsaufgaben zur Nachbereitung und Festigung der Inhalte zur Verfügung gestellt. Wozu? Die erlernten Kenntnisse werden sowohl in den weiteren Veranstaltungen der Studiengänge als auch in verschiedenen Bereichen eines Unternehmens (z.B. Controlling, Finance, ...) benötigt. Das Modul adressiert das Studiengangskriterium Interdisziplinarität, weil ökonomische Probleme durch Anwendung mathematischer Methoden gelöst werden.
Modulinhalte:	Lineare Algebra: Matrizenrechnung, lineare Gleichungssysteme Analysis: Folgen und Reihen, Funktionen mit einer Variablen, Differentialrechnung für Funktionen mit einer Variablen, Differentialrechnung für Funktionen mit mehreren Variablen, Optimierung von Funktionen mit einer oder mit mehreren Variablen mit und ohne Nebenbedingungen Bei den Themen werden sowohl die theoretischen Grundlagen als auch betriebswirtschaftliche Anwendungen behandelt.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Empfohlene Prüfungsformen:	Klausur: 100%
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit

Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Arrenberg, J. (2019). Wirtschaftsmathematik für Bachelor (5. Auflage). München: UVK Verlag. Mosler, K., Dyckerhoff, R. & Scheicher, C. (2018). Mathematische Methoden für Ökonomen (3. Auflage). Berlin: Springer-Verlag. Opitz, O., Etschberger, S., Burkart, W. R. & Klein, R. (2017). Mathematik, Lehrbuch für das Studium der Wirtschaftswissenschaften (12. Auflage). Berlin, München, Boston: Walter de Gruyter. Sydsaeter, K. & Hammond, P. (2018). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Basiswissen mit Praxisbezug (5. Auflage). München, Boston u.a.: Pearson Studium. Tietze, J. (2013). Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik (17. Auflage). Wiesbaden: Springer Fachmedien
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets
Besonderheiten:	Es werden wöchentlich Übungsaufgaben zur Nachbereitung und Festigung der Inhalte zur Verfügung gestellt. Das Modul deckt Teile des Bereichs Quantitative Methods des CFA® Program Candidate Body of Knowledge™ (CBOK) ab.
Letzte Aktualisierung:	30.11.2024

7.6 Soft Skills sowie überfachliche und außerfachliche Qualifikationen

Modulnummer:	1.06
Modulbezeichnung:	Soft Skills sowie überfachliche und außerfachliche Qualifikationen
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	2
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester bzw. eine Wahlperiode
Empfohlenes Studiensemester:	1. bis 4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Erich Hölter
Dozierende:	
Learning Outcome:	WAS Die Studierenden zeigen durch besonderes Engagement, dass sie in der Lage sind, ihre Kompetenzen zu reflektieren und ihre Stärken und Defizite zu erkennen. Sie belegen außerkurrikuläre Bildungsangebote, stärken die eigenständig organisierte interdisziplinäre Zusammenarbeit oder unterstützen aktiv die akademische Selbstverwaltung. WOMIT (1) Die Studierenden beheben schulische Defizite, in dem sie ihre mathematischen Grundkenntnisse stärken. Sie fördern damit das analytische Denken und die Fähigkeit, komplexe Probleme systematisch zu lösen. (2) Die Studierenden stärken ihre Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten, indem sie lernen, relevante Informationen zu finden und Literatur zu recherchieren. Sie üben, wissenschaftliche Texte zu lesen, zu verstehen und kritisch zu hinterfragen. (3) Die Studierenden stärken ihre sozialen Kompetenzen durch ihre Teilnahme an der akademischen Selbstverwaltung. Sie übernehmen Verantwortung in Gremien und Kommissionen und erleben den Umgang mit Meinungsverschiedenheiten und Konflikten innerhalb der Gremien. Sie treffen fundierte Entscheidungen im Interesse der Studierendenschaft und der Hochschule. (4) Die Studierenden stärken ihre Kompetenzen für eine erfolgreiche interdisziplinäre Zusammenarbeit, indem sie eine gemeinsam entwickelte interdisziplinäre Projektidee erfolgreich umsetzen. Sie entwickeln gemäß der Themenstellung wissenschaftsbasierte Lösungsansätze und bringen dabei ihre fachspezifische Perspektive ein. WOZU Der Ausgleich eigener Defizite und die Stärkung individueller Kompetenzen in Projekten und Gremien ermöglicht es den Studierenden, in zukünftigen beruflichen Kontexten in heterogenen Teams sicher zu agieren und Entscheidungen zu treffen. Das Modul stärkt das Verständnis der Studierenden für die Methoden und Denkweisen anderer Disziplinen und ermöglicht es ihnen, über die Grenzen der eigenen Disziplin hinaus konstruktiv zu kommunizieren sowie gemeinsam zu arbeiten.
Modulinhalte:	Das Modul „Soft Skills sowie überfachliche und außerfachliche Qualifikationen“ setzt sich aus einzelnen Veranstaltungen zusammen, die alternativ belegt werden können: (1) Qualifizierte Teilnahme [Testat] am Brückenkurs „Wirtschaftsmathematik“. (2) Qualifizierte Teilnahme [Testat] am Kurs „Wissenschaftliches Arbeiten“. (3) Mitgliedschaft in einer Berufungskommission, im Prüfungsausschuss oder im Fakultätsrat der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften [Bescheinigung]; (2 Credits für eine Wahlperiode). (4) Qualifizierte Teilnahme [Testat] an der hochschulweiten Interdisziplinären Projektwoche (HIP)

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht bzw. eigenständige und eigenverantwortliche Mitarbeit in Gremien / Kommissionen oder in interdisziplinären Teams in der HIP-Woche
Prüfungsformen:	Unbenotet Dieses Modul wird für die Berechnung der Gesamtnote nicht berücksichtigt.
Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	60 Stunden Arbeitsaufwand, abhängig von den gewählten Modulinhalten.
Präsenzzeit:	Abhängig von den gewählten Modulinhalten.
Selbststudium:	Abhängig von den gewählten Modulinhalten.
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Teilnahme an Gremien oder Kommissionen zur akademischen Selbstverwaltung setzt die entsprechende Wahl in das Gremium bzw. in die Kommission voraus.
Empfohlene Literatur:	Zu (1): Arrenberg, J., Kiy, M., Knobloch, R. (2021). <i>Vorkurs in Wirtschaftsmathematik</i> (6. Aufl.). Oldenbourg: De Gruyter. Online Mathematik Brückenkurs OMB+ (https://www.ombplus.de/ombplus/public/index.html?org=fhkl). Zu (2): Helfrich, H. (2024). <i>Wissenschaftstheorie für Betriebswirtschaftler</i> (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. Oehrich, M. (2022). <i>Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben</i> (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. Zu (4): Hochschulweite Interdisziplinäre Projektwoche (HIP) (https://www.th-koeln.de/studium/interdisziplinaere-projektwoche_48320.php).
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	Die Credit Points dieses Moduls können im Verlauf des ganzen Studiums gesammelt werden. Sie werden jeweils dem Semester zugerechnet, in dem der Kurs bzw. die Wahlperiode der Gremienarbeit endet.
Letzte Aktualisierung:	April 2025

8 Module des zweiten Semesters

8.1 Mikroökonomik

Modulnummer:	2.01
Modulbezeichnung:	Mikroökonomik
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Katharina Eckartz
Dozierende:	Prof. Dr. Katharina Eckartz Dr. Tobias Hentze
Learning Outcome:	Die Studierenden werden nach dem Kurs in der Lage sein: • das grundlegende Konzept von Angebot und Nachfrage auf ökonomische Fragestellungen anzuwenden, um Unternehmensentscheidungen besser verstehen und später selbst treffen zu können. • die fundamentalen Elemente der Branchenanalyse zu kennen und in der Unternehmenspraxis anzuwenden, • Konsumenten- und Unternehmensentscheidungen zu verstehen, zu analysieren und zu beeinflussen, um im Wettbewerb erfolgreich zu agieren. • Methoden der Entscheidungsfindung unter Berücksichtigung verhaltensökonomischer Aspekte anzuwenden, damit Fehlentscheidungen vermieden werden. • den Einfluss unterschiedlicher Marktformen u.a. auf die strategische Unternehmensführung zu erkennen und damit erfolgreiche Strategie situationsbezogen zu erarbeiten. • die Bedeutung externer Effekte zu erkennen und Methoden zu ihrer Internalisierung anzuwenden, um verantwortliche, nachhaltige Unternehmensführung zu unterstützen, die z.B. den Klimawandel verlangsamen hilft. • Grenzen und Chancen einer marktwirtschaftlichen Ordnung zu beschreiben und sich dadurch eine differenzierte eigene Meinung zum Wirtschaftssystem zu bilden. • die Rolle des Staates und internationaler Institutionen und ihr Handeln im Rahmen der Wettbewerbs-, der Umwelt- und Verteilungspolitik vor dem Hintergrund ordnungspolitischer und wirtschaftsethischer Aspekte zu verstehen und deren Notwendigkeit zu erkennen, so dass ein besseres Verständnis für die Stärken und Schwächen der Wirtschaftsordnung der Sozialen Marktwirtschaft entsteht. • Das Modul adressiert insbesondere die Future Skills Urteilsfähigkeit, Veränderungskompetenz sowie Problemlösekompetenzen.
Modulinhalte:	• Wirtschaftsethische und verhaltensökonomische Grundlagen wirtschaftlichen Handelns • Entscheidung unter Risiko und Unsicherheit • Haushaltstheorie und Nachfrage • Unternehmenstheorie und Angebot • Wettbewerb, Märkte und Marktformen – Branchenanalyse • Faktormärkte und Einkommensverteilung • Marktversagen und externe Effekte • Ordnungspolitik und staatliche Eingriffe
Lehr- und Lernmethoden:	Die mikroökonomischen Kernkonzepte werden in der Vorlesung behandelt und sind durch gezieltes, intensives Literaturstudium zu ergänzen. Die Vorlesungsinhalte werden durch Kontrollfragen zur Theorie sowie durch praxisbezogene Übungsaufgaben und Fallstudien vertieft.
Prüfungsformen:	100% Klausur; 60 min

	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Pindyck, R. S. & Rubinfeld, D. F. (2015). <i>Mikroökonomie</i> (8. Aufl.). Pearson Studium. Mankiw, G. N. & Taylor, M. P. (2018). <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i> (7. Aufl.). Schäffer-Pöschel. Weitere Materialien im ILU Portal
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets
Besonderheiten:	Arbeitsmaterialien (Folien, Übungen, Fallstudien) stehen im E-Learning-Portal zur Verfügung.
Letzte Aktualisierung:	Sommersemester 2024

8.2 Supply-Chain- und Operations-Management

Modulnummer:	2.02
Modulbezeichnung:	Supply-Chain- und Operations-Management
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	[Neue Professur Supply-Chain- und Operations-Management]
Dozierende:	[Neue Professur Supply-Chain- und Operations-Management]
Learning Outcome:	Die Studierenden können die grundlegenden Ziele und Aufgaben des Supply-Chain- und Operations-Managements sowie dessen Teilbereiche umfassend beschreiben und anwenden. Sie sind in der Lage, Methoden und Verfahren effektiv zu nutzen, um Prozesse innerhalb der Supply Chain zu optimieren. Durch die Anwendung von modernen Informationstechnologien und Data Analytics-Tools erwerben die Studierenden die Fähigkeit, komplexe logistische Prozesse zu analysieren und datenbasierte Entscheidungen zu treffen. Sie lernen digitales und agiles Arbeiten sowie unternehmerisches Handeln und Eigenverantwortung, indem sie praxisnahe Aufgaben und Projekte bearbeiten. Kreativität und Resilienz werden gefördert durch die Entwicklung und Bewertung innovativer Lösungen zur Effizienzsteigerung und Risikominimierung in der Lieferkette. Problemlösungs- und Urteilsfähigkeit sowie Entscheidungskompetenz werden durch Fallstudien und Szenarioanalysen vertieft. Zudem trainieren die Studierenden ihre Dialog- und Konfliktfähigkeit im Rahmen von Teamarbeit und Diskussionen über Nachhaltigkeit und ethische Aspekte im Supply Chain Management. Die Absolventen des Moduls sind bestens gerüstet, um verantwortungsvolle Positionen im Bereich Supply-Chain- und Operations-Management zu übernehmen. Sie können fundierte Entscheidungen treffen, innovative und nachhaltige Lösungen gestalten und effizient in interdisziplinären Teams arbeiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Risiken zu managen und Prozesse kontinuierlich zu verbessern. Mit ihrer umfassenden Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz tragen sie maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit und Wertschöpfung von Unternehmen bei und fördern somit nachhaltig den unternehmerischen Erfolg.
Modulinhalte:	1. Ziele und Aufgaben des Supply-Chain- und Operations-Managements 2. Design und Management von Lieferketten-Netzwerken 3. Beschaffungsmanagement 4. Produktionsplanung und -steuerung 5. Distribution, Lagerlogistik und Transportplanung 6. Bestandsmanagement in der Supply Chain 7. Informationstechnologie und Data Analytics 8. Risikomanagement in der Supply Chain 9. Nachhaltigkeit und Ethik im Supply Chain Management
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Empfohlene Prüfungsformen:	Klausur: 100% (60 Min.)
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit

Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
Empfohlene Literatur:	Chopra, Sunil und Meindl, Peter: Supply Chain Management. Strategie, Planung und Umsetzung, Hallbergmoos. Pearson, 5. Auflage, 2014. Christopher, Martin: Logistics and Supply Chain Management, London: Financial Times Prentice Hall, 6. Auflage, 2023. Günther, Hans-Otto und Tempelmeier, Horst: Supply Chain Analytics. Operations Management und Logistik, Norderstedt: BoD, 13. Auflage, 2020. Günther, Hans-Otto und Tempelmeier, Horst: Übungsbuch Supply Chain Analytics. Operations Management und Logistik, Norderstedt: BoD, 13. Auflage, 2020. Heizer, Jay, Render, Barry und Munson, Chuck: Operations Management. Sustainability and Supply Chain Management, Harlow: Pearson, 14. Auflage, 2023. Jacobs, F. Robert und Chase, Richard B.: Operations and Supply Chain Management. The Core, New York: McGraw-Hill, 17. Auflage, 2023. Schulte, Christof: Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain, München: Vahlen, 7. Auflage, 2017. Simchi-Levi, David, Kaminsky, Philip und Simchi-Levi, Edith: Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies, New York: McGraw-Hill, 4. Auflage, 2021. Thonemann, Ulrich: Operations Management. Konzepte, Methoden und Anwendungen, Hallbergmoos. Pearson, 3. Auflage, 2015
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	Keine
Letzte Aktualisierung:	26.07.2024

8.3 Externes Rechnungswesen

Modulnummer:	2.03.
Modulbezeichnung:	Externes Rechnungswesen
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Sven Schäfer
Dozierende:	Prof. Dr. Jörg Meinen Prof. Dr. Lilia Pasch Thorsten Engelhardt Philipp Gockel
Learning Outcome:	WAS? Die Studierenden können zielorientierte Bilanzierungsentscheidungen im Rahmen der Erstellung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses treffen. WOMIT? Indem die Studierenden • die zu bilanzierende Sachverhalte analysieren (analytisches Denken), • die dafür relevanten gesetzlichen Vorschriften bestimmen und anwenden und bei Bedarf finanzmathematische Formeln auswählen und nutzen (Entscheidungs- und Problemlösungskompetenz), • die Auswirkung der Bilanzierungsentscheidungen auf die Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, den Anhang und Lagebericht überprüfen (kritisches Denken und Urteilskompetenz), • Gesetzesänderungen analysieren und auf bilanzielle Sachverhalte anwenden (Veränderungskompetenz), • Berechnungen für die Lösung von Bilanzierungsproblemen mit Hilfe von Excel durchführen (Digital Literacy). WOZU? Um später • die Auswirkung unternehmerischer Entscheidungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens einschätzen zu können, • im Unternehmen handelsrechtliche Jahresabschlüsse zu erstellen und die Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, den Anhang und Lagebericht zielorientiert zu gestalten.
Modulinhalte:	• Grundlagen des externen Rechnungswesens • Allgemeine Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisregelungen • Anlagevermögen • Umlaufvermögen • Eigenkapital • Schulden • Rechnungsabgrenzungsposten • Latente Steuern • Gewinn- und Verlustrechnung • Anhang • Lagebericht
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 %, Dauer: 60 min Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.

Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul „Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens“
Empfohlene Literatur:	Baetge, J., Kirsch, H.-J., Thiele, S. (2024). <i>Bilanzen</i> (17. Aufl.). Düsseldorf: IDW. Baetge, J., Kirsch, H.-J., Thiele, S. (2022). <i>Übungsbuch Bilanzen</i> (7. Aufl.). Düsseldorf: IDW. Buchholz, R. (2024). <i>Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS</i> (11. Aufl.). München: Vahlen. Coenenberg, A. G., Haller, A., Schultze, W. (2024). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</i> (27. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Coenenberg, A. G., Haller, A., Schultze, W. (2024). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse – Aufgaben und Lösungen</i> (17. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Doering, U., Buchholz, R. (2021). <i>Buchhaltung und Jahresabschluss</i> (16. Aufl.). Berlin: Erich Schmidt. Grottel, B. et al. (Hrsg.) (2024). <i>Beck'scher Bilanz-Kommentar</i> (14. Aufl.). München: Beck. Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (Hrsg.) (2023). <i>WP Handbuch</i> <i>Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung</i> (18. Aufl.). Düsseldorf: IDW. Schäfer, S. (2023). <i>Handelsrechtliche Rechnungslegung</i> (2. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer. Deitermann, M. (et al.) (2024). <i>Industrielles Rechnungswesen – IKR</i> (53. Aufl.). Köln: Westermann Berufliche Bildung. Tanski, J. (2024). <i>Jahresabschluss</i> (8. Aufl.). Freiburg im Breisgau: Haufe. Quick, R., Wolz, M. (2022). <i>Bilanzierung in Fällen</i> (7. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Wöhe, G.; Kußmaul, H. (2022). <i>Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik</i> (11. Aufl.). München: Vahlen.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	Angebot von Tutorien
Letzte Aktualisierung:	2024

8.4 Personalmanagement und Arbeitsrecht

Modulnummer:	2.04
Modulbezeichnung:	Personalmanagement und Arbeitsrecht
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Carsten Knaut Prof. Dr. Ricarda Rolf
Dozierende:	Prof. Dr. Carsten Knaut Thomas Neumann LL.M., Ivo Costantini LL.B.
Learning Outcome:	Teil: Personalmanagement Die Studierenden können den betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Wert des Human Resources Managements (HRM) unter Berücksichtigung arbeitsrechtlicher Aspekte sowohl für Arbeitnehmer*innen als auch Arbeitgeber differenziert beurteilen, Inhalte des Arbeitsrechts von der Einstellung neuer Mitarbeiter bis zur Kündigung des Arbeitsverhältnisses erklären, analysieren und Praxisfälle eigenständig lösen, indem sie • Sachverhalte aus der Perspektive der Mitarbeitenden, Führungskräfte und Personalabteilung differenziert betrachten, • arbeitsrechtliche Fragestellungen und Fälle diskutieren, sie den Lebenssachverhalt auf die Gesetzesgrundlage sowie die Rechtsprechung beziehen und subsumieren, die gefundenen Lösungen bezogen auf die Interessen von Arbeitnehmern und Arbeitgebern kritisch hinterfragen und analysieren, • die wechselseitigen Zusammenhänge des Arbeitsrechts und HRM verstehen und auf etwaige Interessenkollisionen untersuchen sowie praktikable Lösungen entwickeln, • Einzelfälle des operativen HRM in einen ganzheitlichen wissenschaftstheoretischen Kontext einordnen, • eigenständig und in Kleingruppen Lösungen entwickeln, visualisieren und gegenseitig im Plenum vorstellen sowie ausgewählte, aktuelle arbeitsrechtliche Fragestellungen unter Erforschung und Analyse der einschlägigen Rechtsprechung diskutieren und auf ihre Handhabung in der Praxis kritisch würdigen. um HRM-Prozesse aktiv und konstruktiv mitgehalten zu können und dabei arbeitsrechtliche Fragestellungen zutreffend lösen zu können. Zudem können diese Lernergebnisse und Lernziele hilfreich für die eigene Gestaltung und Verhandlung von Arbeitsverträgen während des bzw. nach dem Studium(s) sein. Teil: Arbeitsrecht Die Studierenden können nach aktiver Teilnahme an diesem Modul die Grundlagen, wesentlichen Inhalte, Schutzzweck und Ziele des Arbeitsrechts von der Einstellung neuer Mitarbeiter bis zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses verstehen, erklären, analysieren und Praxisfälle eigenständig lösen, indem sie • arbeitsrechtliche Fragestellungen und Fälle diskutieren, sie den Lebenssachverhalt auf die Gesetzesgrundlage sowie die Rechtsprechung beziehen und subsumieren, die gefundenen Lösungen bezogen auf die Interessen von Arbeitnehmern und Arbeitgebern kritisch hinterfragen und analysieren, • die wechselseitigen Zusammenhänge der vielfältigen arbeitsrechtlichen Gesetze und Rechtsquellen erkennen und auf etwaige Interessenkollisionen untersuchen sowie praktikable Lösungen entwickeln, • eigenständig und in Kleingruppen Lösungen entwickeln, visualisieren und gegenseitig im Plenum vorstellen sowie ausgewählte, aktuelle arbeitsrechtliche Fragestellungen unter Erforschung und Analyse der einschlägigen Rechtsprechung diskutieren und auf ihre Handhabung in der Praxis kritisch würdigen.

	um im beruflichen und auch privaten Kontext arbeitsrechtliche Fragestellungen und Fälle eigenständig untersuchen, kritisch analysieren und zutreffend lösen zu können sowie in der Lage sind, mit Mitarbeiter/innen rechtlich korrekt und persönlich angemessen und wertschätzend umzugehen, sei es als Führungskraft, in einer Position in der Rechtsabteilung, Rechtsberatung oder auch im HR-Management. Zudem können diese Lernergebnisse und Lernziele hilfreich für die eigene Gestaltung und Verhandlung von Arbeitsverträgen während des bzw. nach dem Studium(s) sein.
Modulinhalte:	Teil: Personalmanagement a) HRM und Grundlagen der Organizational Behaviour: Wertbeitrag einer menschlichkeitszentrierten Organisation auf Basis der AMO-Faktoren des Bath People and Performance Models: • Dürfen: Organisation (formale vs. Informelle Organisation) • Können: Arbeitsleistung (komplizierte vs. komplexe Aufgaben, Formen der Arbeitsleistung sowie Kompetenz) • Wollen: Motivation (3-K Modell und Selbstbestimmungstheorie) b) Darauf aufbauende strategische Instrumente des HRM: Compensation & Benefits, Personalentwicklung & Talentmanagement, Rekrutierung & Employer Branding, Gesundheit & Prävention Teil: Arbeitsrecht • Grundlagen des Arbeitsrechts (z.B. Rechtsquellen Gleichbehandlung, AGG) • Abschluss, Vertragsgestaltung, AGB und typische Regelungen im Arbeitsvertrag sowie Befristungsrecht und die Rolle des Betriebsrats • Ausgestaltung, Inhalt, Rechte und Pflichten von Arbeitnehmer und Arbeitgeber im Arbeitsverhältnis • „Schöne neue flexible Arbeitswelt?“ Auswirkungen der Digitalisierung auf das Arbeitsrecht und das Arbeiten in der Zukunft, sowie auf die Rolle von Führungskräften und den Umgang mit Mitarbeitern • Die Besonderheiten der Haftung im Arbeitsrecht • Beendigung von Arbeitsverhältnissen: z.B. Abmahnung, Abgrenzung verhaltens-, personen- und betriebsbedingte Kündigung, Abfindung, Verhandlung und Gestaltung von Aufhebungsverträgen • Lösung von Praxisfällen sowie Erörterung, Diskussion und kritische Würdigung der Rechtsprechung zu aktuellen rechtspolitischen Fragestellungen rund um das individuelle Arbeitsrecht
Lehr- und Lernmethoden:	Flipped-Classroom, seminaristische Lehr-Veranstaltungen, Fallstudien- und Analysen, digitale Kooperation, Gruppenarbeiten und Peer-Review
Prüfungsformen:	Klausur 100%. Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 % im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (1 ECTS $\triangleq$ 30 Zeit-Stunden):	4 SWS, 180 Stunden
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Teil: Personalmanagement: Nerdinger, F. W.; Blickle, G.; Schaper, N. (2019). <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i>. Heidelberg: Springer. Scholz, C.; Scholz, T. M. (2019). <i>Grundzüge des Personalmanagements</i>. München: Vahlen. Teil: Arbeitsrecht:

	Dütz, W., Thüsing, G. (2024). <i>Arbeitsrecht</i> (29. Aufl.). München: Beck. Hemmer, K., Wüst, A. (2023). <i>Die 39 wichtigsten Fälle Arbeitsrecht</i> (10. Aufl.). Würzburg: Hemmer/Wüst. Junker, Abbo (2024): <i>Grundkurs Arbeitsrecht</i> (23. Aufl.). München: Beck. Müller-Glöge, R., Schaub, G., Preis, U., Schmidt, I., Dieterich, T., Hanau, P. (2023). <i>Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht</i> (24. Aufl.). München: Beck. o.V. Arbeitsgesetze (2024). <i>ArbG</i> (105. Aufl.). München: Beck-Texte im dtv. o.V. <i>Wichtige Arbeitsgesetze (2023/2024): mit Vorschriften der Sozialgesetzbücher, des Steuer- und des Europarechts</i> (31. Aufl.). Herne: nwb. Rolfs, C. (2024). <i>Arbeitsrecht: Studienkommentar</i>. (5. Aufl.). München: Beck. Rolf, R. (o.J.) <i>Fallsammlung zum Modul Arbeitsrecht</i> (wird im Rahmen der Vorlesung zur Verfügung gestellt) Schade, G. F., Pfaff, S., Feldmann, E. (2023). <i>Fälle zum Arbeitsrecht</i> (4. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer. Schwabe, Winfried (2023): <i>Arbeitsrecht Grundkurs: materielles Recht und Klausurenlehre</i> (12. Aufl.). Stuttgart: Borrborg. Wörten, R., Kokemoor A. (2023). <i>Arbeitsrecht</i> (14. Aufl.). München: Vahlen.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	Juli 2024

8.5 Quantitative Methoden II: Finanzmathematik und deskriptive Statistik

Modulnummer:	2.05
Modulbezeichnung:	Quantitative Methoden II: Finanzmathematik und deskriptive Statistik
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	2. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Tobias Schlüter
Dozierende:	Prof. Dr. Marc Kastner, Prof. Dr. Felix Miebs
Learning Outcome:	Was? Die Studierenden können Zahlungsströme (bspw. Vermögen, Schulden, Renten, etc.) aggregieren und deren Entwicklung sowie deren heutigen Wert berechnen. Sie sind dabei in der Lage mit dem erlernten Wissen neuartige Zahlungsströme eigenständig zu analysieren und zu bewerten. Des Weiteren sind die Studierenden in der Lage (uni- und multivariate) Datensätze tabellarisch und grafisch darzustellen, deskriptiv zu analysieren und im Falle multivariater Datensätze Zusammenhänge zwischen den Daten festzustellen und zu quantifizieren. Womit? Zur Erreichung der Ziele können Studierende mathematische Methoden und Konzepte (bspw. Folgen und Reihen, (partielle) Ableitungen sowie die Methode der kleinsten Quadrate) sowie finanzwirtschaftliche Bewertungsmethoden (bspw. Barwert, Kapitalwert und Äquivalenzprinzip) auf unbekannte Sachverhalte anwenden. Wozu? Die erworbenen Kenntnisse werden in der betrieblichen Praxis (bspw. in Finanzabteilungen von Industrieunternehmen, Banken und Versicherungen) bei Investitionsentscheidungen in Sach- und einfache Kapitalgüter benötigt und bilden die Grundlage für weitere finanzmathematische Module. Die Fähigkeit Daten zu beschreiben und zu analysieren wird zur Quantifizierung ökonomischer Zusammenhänge benötigt und bildet die Grundlage für erste eigenständige empirische Analysen sowie weitere Statistik-Module. Das Modul adressiert die Studiengangskriterien • Global Citizenship, weil Fragen des Gender-Pay Gaps quantitativ analysiert werden. • Interdisziplinarität, weil ökonomische Probleme durch Anwendung mathematischer Methoden gelöst werden. • Internationalisierung, weil das Modul (wahlweise) auf Englisch angeboten wird.
Modulinhalte:	• Finanzmathematik • Zinsrechnung • Rentenrechnung • Tilgungsrechnung • Investitionsrechnung • Deskriptive Statistik • Deskriptive Statistik eindimensionaler Datensätzen • Zusammenhangsmaße - o Deskriptive lineare Regression
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur (100%), bestehend aus zwei separaten Prüfungsteilen zu je 50%. Die Bewertung der Prüfungsteile erfolgt mit Punkten, die anschließend zu einer Gesamtpunktzahl addiert werden, aus der sich die Note ergibt.

	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Sichere Kenntnis elementarer Rechenregeln, Lösung von (Un-)Gleichungen mit einer Variablen und linearen Gleichungssystemen, Kenntnis elementarer Funktionen, optimalerweise sicheres Bilden von Ableitungen von Funktionen mit einer oder mehreren Veränderlichen. Alle empfohlenen Voraussetzungen werden im Brückenkurs Wirtschaftsmathematik und in dem Modul Quantitative Methoden I vermittelt.
Empfohlene Literatur:	• Arrenberg, J. (2015). Finanzmathematik: Lehrbuch mit Übungen. 3. Aufl. Berlin, München, Boston: De Gruyter Oldenbourg. • Arrenberg, J. (2020). Wirtschaftsstatistik für Bachelor. 4. Aufl. München: UVK. • Bosch, K. (2007). Finanzmathematik. 7. Aufl. München, Wien: Oldenbourg. • Kahle, E. und Lohse, D. (1998). Grundkurs Finanzmathematik. 4. Aufl. München, Wien: Oldenbourg. • Kastner, M. (2024). Deskriptive Statistik: Eine Einführung in Methoden und Anwendungen. Norderstedt: Books on Demand. • Kruschwitz, L. (2018). Finanzmathematik: Lehrbuch der Zins-, Renten-, Tilgungs-, Kurs- und Renditerechnung. 6. Aufl. Berlin, München, Boston: De Gruyter Oldenbourg. • Mosler, K.C. und Schmid, F. (2009). Beschreibende Statistik und Wirtschaftsstatistik. 4. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer. • Schlittgen, R. (2012). Einführung in die Statistik: Analyse und Modellierung von Daten. 12. Aufl. München: Oldenbourg. • Tietze, J. (2015). Einführung in die Finanzmathematik. 12. Aufl. Wiesbaden: Springer Spektrum. • Tietze, J. (2015). Übungsbuch zur Finanzmathematik: Aufgaben, Testklausuren und ausführliche Lösungen. 8. Aufl. Wiesbaden: Springer Spektrum. • Toutenburg, H. und Heumann, C. (2009). Deskriptive Statistik: Eine Einführung in Methoden und Anwendungen mit R und SPSS. 7. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer. • Toutenburg, H., Schomaker, M., Wißmann, M. und Heumann, C. (2009). Arbeitsbuch zur deskriptiven und induktiven Statistik. 2. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets, Wirtschaftsrecht, International Business
Besonderheiten:	In der ersten Veranstaltung findet ein unbenoteter Einstufungstest hinsichtlich des für das Modul benötigten Vorwissens (Schulmathematik, Brückenkurs) statt. Elektronische Hilfsmittel (bspw. Taschenrechner) sind im Rahmen dieses Tests nicht zugelassen.
Letzte Aktualisierung:	28.02.2025

9 Module des dritten Semesters

9.2 Makroökonomik

Modulnummer:	3.01
Modulbezeichnung:	Makroökonomik
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Galina Kolev-Schaefer
Dozierende:	Prof. Dr. Galina Kolev-Schaefer Dr. Pablo Duarte
Learning Outcome:	WAS? Die Studierenden werden nach dem erfolgreichen Abschluss der Veranstaltung in der Lage sein: • gesamtwirtschaftliche Phänomene wie z.B. Wirtschaftswachstum, Konjunktur, Arbeitslosigkeit, Staatsverschuldung und Inflation zu beschreiben, zu erklären und zu beurteilen (Urteilskompetenz), • aktuelle makroökonomische Entwicklungen in die jüngere Wirtschaftsgeschichte einzuordnen und zu diskutieren (Argumentationskompetenz), • makroökonomische Entwicklungen empirisch zu beschreiben, zu analysieren und in den Grundzügen eigenständig zu bewerten (Urteilskompetenz), • Ziele, Aufgaben und Instrumente wirtschaftspolitischer Akteure und ihre Rolle im Entscheidungsprozess zu beschreiben und wirtschaftspolitische Maßnahmen in den Grundzügen eigenständig zu beurteilen (Urteilskompetenz, Argumentationskompetenz), • internationale makroökonomische Zusammenhänge zu beschreiben und die Kenntnisse auf die Analyse aktueller Probleme anzuwenden (Urteilskompetenz), • wesentliche Elemente der Länderrisikoanalyse anzuwenden, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft zu analysieren und zu evaluieren (Unternehmerisches Handeln, Argumentationskompetenz, Urteilskompetenz), WOMIT? ...indem sie • auf geeignete makroökonomische Theorien, Begriffe und empirische Daten zurückgreifen und • ihr Wissen in einen geschichtlichen Kontext übertragen, WOZU? um später in der Lage zu sein, • makroökonomische Entwicklungen und wirtschaftspolitische Ziele und Maßnahmen in den Kontext gesellschaftlicher und unternehmerischer Ziele einzuordnen (Urteilskompetenz) und • fundierte Unternehmensanalysen durchzuführen und strategische Unternehmensentscheidungen zu treffen (Unternehmerisches Handeln).
Modulinhalte:	• Makroökonomische Grundlagen zu Güter-, Finanz-, Arbeits- und Währungsmärkten und den Interdependenzen der Märkte • Grundzüge der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung • Grundzüge der Finanzpolitik, Arbeitsmarktpolitik, Geld- und Währungspolitik • Länderrisikoanalyse als Basis für strategische Unternehmensanalysen und -entscheidungen
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht

	• grundlegende Lektüre eines Lehrbuchs und Bearbeitung der Kontrollfragen und Übungsaufgaben • selbständige Bearbeitung von Fallstudien zu volkswirtschaftlichen Problemstellungen mit anschließender Diskussion • forschendes Lernen im Rahmen kleiner Anwendungsbeispiele zur Diskussion gesamtwirtschaftlicher Phänomene und wirtschaftspolitischer Maßnahmen
Prüfungsformen:	Klausur (60 Min.) 100%
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Clement, Reiner / Terlau, Wiltrud / Kiy, Manfred / Gehringer, Agnieszka (2023): <i>Angewandte Makroökonomie</i>, 6. Auflage, München: Vahlen. Mankiw, Nicholas Gregory (2024): <i>Makroökonomik</i>, 8. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets
Besonderheiten:	Arbeitsmaterialien inkl. Kontrollfragen, Übungen, Fallstudien werden über das E-Learning-Portal ILU bereit gestellt
Letzte Aktualisierung:	Wintersemester 2024/25

9.3 Finanz- und Investitionsmanagement

Modulnummer:	3.02
Modulbezeichnung:	Finanz- und Investitionsmanagement
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Marc Mehlhorn
Dozierende:	Prof. Dr. Marc Mehlhorn Prof. Dr. Georg Brüker
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden analysieren verschiedene Finanzierungs- und Investitionsmöglichkeiten anhand von spezifischen Kriterien. Sie verstehen die Auswirkungen unterschiedlicher Finanzierungsformen auf das Unternehmen und zeigen in Abhängigkeit der jeweiligen Situation die Vor- und Nachteile von Finanzierungsformen auf. Darüber hinaus beherrschen sie die Methoden der Investitionsrechnung und sind in der Lage, diese auf konkrete Sachverhalte anzuwenden, um fundierte Investitions- und Finanzierungsentscheidungen zu treffen. WOMIT: Die Lehrveranstaltung kombiniert den seminaristischen Vorlesungsstil mit interaktiven Elementen. In den vorlesungsbegleitenden Übungen werden die theoretischen Inhalte durch Fallstudien, praxisbezogene Aufgaben und Diskussionen vertieft. Durch die Anwendung von erarbeiteten Methoden auf reale Beispiele aus der Unternehmenspraxis wird ein problemorientierter und praxisnaher Lern-/Lernansatz verfolgt. Hierdurch werden eigenständiges Denken und die Fähigkeit zur Lösung komplexer finanzieller Fragestellungen gefördert. WOZU: Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, selbstständig Finanzierungs- und Investitionsentscheidungen zu analysieren und können unter Berücksichtigung von Risiko- und Renditeaspekten vorteilhafte Entscheidungen treffen. Sie werden befähigt, ihr Wissen in verschiedenen beruflichen Kontexten, insbesondere im Finanzwesen, anzuwenden und weiterzuentwickeln.
Modulinhalte:	• Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft • Finanzierungsformen: Eigen- und Fremdfinanzierung • Finanzierungsmärkte und ihre Funktionsweise • Investitionstheorie und Zinsrechnung • Statische und dynamische Investitionsrechnungsverfahren (z.B. Kapitalwert, interner Zinsfuß) • Entscheidungshilfen bei Investitionsprojekten (z.B. Nutzungsdauer, Risikoanalyse) • Kapitalkosten und Leverage-Effekt • Fallstudien zu Investitions- und Finanzierungsentscheidungen in der Praxis
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur (60 Min.): 100 %
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit

Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Becker, H. P., Peppmeier, A. (2021). Investition und Finanzierung (9. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. Franke, G., Hax, H. (2009). Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt (6. Aufl.). Heidelberg: Springer. Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A. W. (2022). Finanzwirtschaft der Unternehmung (18. Aufl.). München: Vahlen. Tebroke, H., Laurer, T. (2005). Betriebliches Finanzmanagement. Stuttgart: Kohlhammer Zantow, R., Dinauer, J., Schäffler, C. (2016). Finanzwirtschaft des Unternehmens (4. Aufl.). München: Pearson.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	WiSe 2024_2025

9.4 Kosten- und Leistungsrechnung

Modulnummer:	3.03
Modulbezeichnung:	Kosten- und Leistungsrechnung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS (Credits):	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche:	Prof. Dr. Ursula Binder
Dozierende:	Prof. Dr. Ursula Binder Prof. Dr. Daniela Schmitt
Learning Outcome:	WAS? - Die Studierenden beherrschen die Abgrenzung des internen zum externen Rechnungswesen und können kalkulatorischen Kosten sowie Ressourcenverbräuche erfassen und bewerten. - Sie beherrschen die Methoden der Kostenstellenrechnung bzw. der Innerbetrieblichen Leistungsverrechnung, der Kostenträgerstückrechnung (Kalkulation) und der Kurzfristigen Erfolgsrechnung nach dem Gesamtkosten- und dem Umsatzkostenverfahren. - Sie können Deckungsbeitrags- sowie Prozesskostenrechnungen erstellen und Plankostenrechnungen mit den zugehörigen Abweichungsanalysen auswerten und interpretieren. WOMIT? Indem die Studierenden - zwischen den verschiedenen Systemen des Rechnungswesens sicher differenzieren zu können (analytisches Denken), - die dafür relevanten kosten- und leistungswirtschaftlichen Methoden bestimmen und anwenden und bei Bedarf finanzmathematische Formeln auswählen und nutzen (Entscheidungs- und Problemlösungskompetenz), - die Auswirkung von wirtschaftlichen Entscheidungen zum Ressourcenverbrauch entscheidungsorientiert überprüfen können (kritisches Denken und Urteilskompetenz), - die Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung analysieren und auf betriebliche Sachverhalte anwenden (Veränderungskompetenz) und - Berechnungen des internen Rechnungswesens mit Hilfe von Excel durchführen (Digital Literacy). WOZU? Um später - die Auswirkung unternehmerischer Entscheidungen auf die wirtschaftliche Lage von Unternehmen einschätzen zu können und - mögliche Zielkonflikte durch Optimierungsansätze aufzulösen und Entscheidungsvorlagen für die Unternehmensführung präsentieren zu können.
Modulinhalte:	Die Studierenden lernen die spezifischen Aufgaben und Unterschiede des internen und externen Rechnungswesens kennen, indem die verschiedenen betrieblichen Rechenwerke vorgestellt und deren Unterschiede herausgestellt werden, um diese in konkreten Unternehmenssituationen korrekt anwenden zu können. Dabei wird die Urteilsfähigkeit der Studierenden gestärkt, zwischen den verschiedenen Systemen des Rechnungswesens sicher differenzieren zu können. Die Studierenden lernen die Methodik zur Erfassung kalkulatorischer Kosten, einschließlich kalkulatorischer Abschreibungen, Zinsen und Wagnisse, um eine realistische Abbildung der tatsächlichen Kosten und die Möglichkeit der Wirtschaftlichkeitskontrolle herzustellen. Dies fördert ihre Lösungsfähigkeit im Umgang mit komplexen Kostenstrukturen.

Die systematische Erfassung und Bewertung des Materialverbrauchs wird von den Studierenden anhand von Verbrauchsdatenerhebungen und Bewertungsverfahren wie z. B. LIFO und FIFO gelernt, um eine transparente und genaue Dokumentation und Bewertung des Ressourcenverbrauchs zu gewährleisten. Hierbei stärken sie ihre Urteilsfähigkeit im Umgang mit verschiedenen Bewertungsmethoden.

Die Studierenden erarbeiten sich die Verfahren zur verursachungsgerechten Belastung von Kostenstellen im Rahmen der innerbetrieblichen Leistungsverrechnung sowie der Ermittlung von Gemeinkostenzuschlagsätzen zur Weiterverrechnung von Gemeinkosten auf Kostenträger, um eine effiziente und nachvollziehbare Verrechnung von Leistungen zwischen Kostenstellen zu ermöglichen und eine Überleitung zu den Kalkulationsverfahren herzustellen.

Die Studierenden lernen Verfahren zur Zuordnung der Kosten zu den Kostenträgern zur Ermittlung der Stückkosten kennen, indem Kalkulationsmethoden wie die Divisions- und die Zuschlagskalkulation angewendet werden, um eine Grundlage für die Preisgestaltung und Wirtschaftlichkeitskontrolle zu schaffen. Dadurch verbessern sie auch ihre Fähigkeit, Produktergebnisse zu beurteilen.

Die kurzfristige Erfolgsrechnung wird von den Studierenden mit Hilfe des Gesamtkostenverfahrens und des Umsatzkostenverfahrens auf Vollkosten- und auf Teilkostenbasis durchgeführt. Außerdem werden Deckungsbeitragsrechnungen und Break-Even-Analysen durchgeführt, um eine zeitnahe Überwachung der Wirtschaftlichkeit und Unterstützung bei der Preisgestaltung und Sortimentsplanung zu gewährleisten. Dies stärkt die Veränderungskompetenz der Studierenden, um flexibel auf Veränderungen des wirtschaftlichen Umfelds ihres Unternehmens reagieren zu können.

Die Studierenden lernen die Grundlagen der Prozesskostenrechnung zur genaueren Zuordnung von indirekten Kosten basierend auf Aktivitäten/Teilprozessen kennen, um die Effizienz in Unternehmen zu steigern und die Kosten präziser zuzuordnen. Sie erstellen und analysieren Planungsrechnungen und führen Abweichungsanalysen durch, um zeitnahe Anpassungen an veränderte Unternehmenssituationen veranlassen zu können. Die Studierenden trainieren hierdurch ihre Veränderungskompetenzen und ihre Lösungsfähigkeiten.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur 100% Dauer: 60 Minuten
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (1 ECTS $\triangleq$ 30 Zeit-Stunden):	180 Stunden
Präsenzzeit:	4 SWS (4 Vorlesungs-Stunden à 45 Minuten $\triangleq$ 45 Zeit-Stunden)
Selbststudium:	135 Stunden
Empfohlene Voraussetzungen:	Learning Outcome des Moduls „Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesen“
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	- Schmidt, A. (2022). <i>Kostenrechnung</i> (9. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer. - Wöltje, J. (2022). <i>Kosten- und Leistungsrechnung</i> (3. Aufl.). Freiburg im Breisgau: Haufe.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	Angebot von Tutorien
Letzte Aktualisierung:	Oktober 2024

9.5 Gesellschaftsrecht und Steuern

Modulnummer:	3.04
Modulbezeichnung:	Unternehmensrecht und Steuern
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Albrecht Drobnig, Prof. Dr. Martin Heinrich
Dozierende:	Prof. Dr. Albrecht Drobnig, Prof. Dr. Bernd Eckardt, Prof. Dr. Martin Heinrich, Rechtsanwalt Michael Hoffmann Dustin Bohrer, LL.M.
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden können im Teil „Gesellschaftsrecht“: • Rechtsformen und hier insb. Personen- und Kapitalgesellschaften unterscheiden und vergleichen (K4), sowie einfache Fälle des Gesellschaftsrechts lösen, • indem sie die rechtlichen Regelungen zu den einzelnen Gesellschaftsformen kennenlernen, • um in der betrieblichen Praxis Fragen der Gründung, der Haftung oder des laufenden Betriebs der Rechtsform beantworten zu können und zu wissen, welche Gesellschaftsform im Einzelfall gewählt werden sollte. Die Studierenden können im Teil „Steuern“: • die Tatbestandsmerkmale steuerbarer Umsätze, die mit in- und ausländischen Geschäftspartnern getätigt werden, erläutern, • evtl. umsatzsteuerliche Steuerbefreiungen erkennen, • die umsatzsteuerliche Belastungsidee charakterisieren, • die Grundlagen des Gewerbesteuerrechts wiedergeben, • einfache Fälle des Umsatzsteuer- und Gewerbesteuerrechts lösen. WOMIT: Die Studierenden erarbeiten sich die rechtlichen Regelungen des Umsatz- und Gewerbesteuergesetzes und stärken ihre Urteilsfähigkeit, indem sie in Abhängigkeit von der Situation entsprechende Vor- und Nachteile wirtschaftlichen Handelns im Hinblick auf die Besteuerung aufzeigen und kritisch diskutieren. WOZU: Die Studierenden sind in der Lage, in der späteren Praxis die steuerlichen Folgen verschiedener Handlungsalternativen aufzuzeigen und Strategien zur Umsetzung zu entwickeln (Ergebniskompetenz).
Modulinhalte:	<u>A. Unternehmensrecht</u> – Einzelunternehmen, – Personen- und – Kapitalgesellschaften <u>B. Steuern</u> – Steuerbare Umsätze – Steuerbefreiungen – Bemessungsgrundlagen – Steuersätze – Gewerbeertrag

	– Tarif – Gewerbesteuererlegung
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung
Prüfungsformen:	Klausur (60 Min.). Fragestellungen Unternehmensrecht: Gewichtung 50%, Fragestellungen Steuern: Gewichtung 50%. Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	<u>Gesetzestexte:</u> NWB Gesetzesredaktion (2024). <i>Wichtige Steuergesetze</i> (75. Aufl.). Herne: nbw. NWB Gesetzesredaktion (2024). <i>Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts</i> (25. Aufl.). Herne: nbw. o.V. (2023). <i>Aktuelle Wirtschaftsgesetze 2024</i> (16. Aufl.). München: Vahlen. Sodan, H. (2024). <i>Öffentliches, privates und europäisches Wirtschaftsrecht: Textsammlung</i> (24. Aufl.). Baden-Baden: Nomos. <u>Lernbücher:</u> Alber, M., Szczesny, M. (2021). <i>Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer</i> (19. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Führich, E. (2022). <i>WirtschaftsPrivatrecht</i> (14. Aufl.). München: Vahlen. Klunzinger, E. (2012). <i>Grundzüge des Gesellschaftsrechts</i> (16. Aufl.). München: Vahlen. Klunzinger, E. (2011). <i>Grundzüge des Handelsrechts</i> (14. Aufl.). München: Vahlen. Meissner, G., Neeser, A. (2023). <i>Umsatzsteuer</i> (27. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Müssig, P. (2024). <i>WirtschaftsPrivatrecht</i> (24. Aufl.). Heidelberg: Müller. Schäfer, H., 2023, <i>Gesellschaftsrecht</i> (6. Aufl.). München: C.H. Beck.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

9.6 Quantitative Methoden III: Statistische Schätz- und Testtheorie

Modulnummer:	3.05
Modulbezeichnung:	Quantitative Methoden III: Statistische Schätz- und Testtheorie
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	3. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Ralf Knobloch
Dozierende:	Prof. Dr. Tobias Schlüter Dr. Thorsten Heck Dr. Christian Müller-Hammerstein
Learning Outcome:	Was? Nach Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage, betriebswirtschaftliche Fragestellungen durch die Anwendung von Inferenzstatistik, Wahrscheinlichkeitstheorie sowie statistischen Tests kritisch zu bewerten. Womit? Dies wird durch eine Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie, Schätz- und Testtheorie erreicht. Wozu? Das erworbene Wissen befähigt die Studierenden, statistische Fragestellungen im betriebswirtschaftlichen Kontext zu beantworten und auf Basis von Datenanalysen fundierte Managemententscheidungen zu treffen. Niveaustufen • Wissen: Studierende können die Hauptmerkmale und Aspekte der Wahrscheinlichkeiten, Verteilungen sowie der Inferenz- und Teststatistik beschreiben. • Verständnis: Studierende können die unterschiedlichen Anwendungskontexte der Wahrscheinlichkeitstheorie, Zufallsvariablen und Verteilungen sowie der Inferenzstatistik mit Schätzung und Testung erkennen und erklären sowie deren Anwendung motivieren. • Anwendung: Studierende können notwendige Methoden (z. B. zentraler Grenzwertsatz, Schätzung von Parametern der Binomial- und Normalverteilung mittels Punkt- und Intervallschätzung sowie Berechnung von Wahrscheinlichkeiten, Formulierung von Nullhypothesen und Berechnung der zugehörigen p-Werte) zielgerichtet auswählen und anwenden. • Analyse: Studierende werden darin geschult, reale Situationen, in denen datengetriebene wirtschaftliche Entscheidungen getroffen werden müssen, selbstständig zu untersuchen und zu bewerten. • Synthese: Studierende können auf Basis von Datenanalysen geeignete Implikationen für betriebswirtschaftliche Entscheidungen formulieren. • Bewertung: Studierende können die Angemessenheit der zur Vorbereitung von Geschäftsentscheidungen verwendeten Modelle beurteilen. Das Modul adressiert die Studiengangskriterien • Internationalisierung, weil das Modul (wahlweise) auf Englisch angeboten wird. • Interdisziplinarität, da das Modul Studierende befähigt allgemeine unternehmerische Probleme mittels quantitativer Datenanalyse zu beantworten. • Transfer, da das Modul stets quantitative Analysen für unterschiedliche Anwendungsmöglichkeiten aufzeigt und Praktiker unter anderem durch Gastvorträge in das Modul eingebunden werden.

Modulinhalte:	• Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie Wahrscheinlichkeiten Zufallsvariablen Verteilungen • Induktive Schätz- und Testtheorie Punkt- und Intervallschätzer Statistische Tests Hypothesen p-Werte Treffen von Testentscheidungen
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Empfohlene Prüfungsformen:	Klausur: 100% 60 Min Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	• Brückenkurs Wirtschaftsmathematik • Quantitative Methoden I-II
Empfohlene Literatur:	- Arrenberg, J. (2019). Wirtschaftsstatistik für Bachelor. 3. Aufl. München: UVK Verlag. - Bamberg, G., Baur, F. and Krapp, M. (2017). Statistik. 18. Aufl. München: Oldenbourg-Verlag. - Miller, M. (2013). Mathematics and Statistics for Financial Risk Management. 2. Aufl. Hoboken, NJ: Wiley Finance Series
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Finance and Capital Markets, International Business
Besonderheiten:	Das Modul deckt Teile des Bereichs Quantitative Methods des CFA® Program Candidate Body of Knowledge™ (CBOK) ab.
Letzte Aktualisierung:	30.11.2024

10 Module des vierten Semesters

10.1 Unternehmensführung I: Organisation und Planung

Modulnummer:	4.01
Modulbezeichnung:	Unternehmensführung I: Organisation und Planung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Christian Zabel
Dozierende:	Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Christian Zabel, Dr. Falk Kunadt, Dr. Tobias Krippendorff
Learning Outcome:	Die Studierenden können ein Unternehmen planen und organisieren, so dass es im Wettbewerb erfolgreich bestehen kann. Sie wissen, dass Management bedeutet, Entscheidungen zu treffen und dafür die Verantwortung zu tragen. Die Studierenden erkennen die enge Verbindung zwischen Strategie und Organisation und können Wechselwirkungen bewerten. Sie können die Komponenten, die hinter einem Business Plan stehen, nennen und in Zusammenhang setzen. Ebenso erkennen sie Wechselwirkungen von formeller und informeller Organisation und können diese beurteilen. Die Studierenden wissen um die enge Verbindung zum Fach Führung und Ethik, erkennen aber auch weitere Verbindungen zu Fächern wie internes und externes Rechnungswesen, Marketing, Investition, Personal, Change-Management und Controlling. Die Studierenden verfügen über grundlegendes Fachwissen zur Unternehmensführung was die Grundlage für relevante Handlungskompetenzen für Führungskräfte in unterschiedlichen Organisationsformen bildet. Mit Blick auf die „Future Skills“ vermittelt das Modul den Studierenden insbesondere klassische Kompetenzen (Lösungsfähigkeit, Kreativität, Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative, Interkulturelle Kommunikation, Resilienz), transformationale Kompetenzen (Urteilsfähigkeit, Innovationskompetenz, Missionsorientierung, Veränderungskompetenz, Dialog- und Konfliktfähigkeit) und, in geringerem Maße, digitale Kompetenzen (Digital Literacy, Ethics und Learning). Im Ergebnis verfügen die Studierenden somit über: • methodisches Fachwissen ihrer Disziplin im Bereich Unternehmensführung, Organisation und Planung, • die Fähigkeit zu betriebswirtschaftlichem wissenschaftlich-methodischem Arbeiten, • Präsentations-, Argumentations- und Diskussionsfähigkeit, Lese-, Sprach- und Schreibkompetenz in Deutsch sowie • Entscheidungs- und Handlungskompetenzen für angehende Führungskräfte.
Modulinhalte:	Die Inhalte des Moduls werden literaturbasiert erarbeitet. Das Buch Hungenberg/Wulf (2021): Grundlagen der Unternehmensführung, 6. Auflage inkl. der enthaltenen Fallstudie „QualityRent AG“ und Fragen sowie der Transfer der behandelten Fragestellungen auf von den Studierenden selbstgewählte Unternehmen sind die Basis für die Veranstaltung und prüfungsrelevant. • Was ist Management? • Unternehmen und Unternehmensführung im Überblick • Der normative Rahmen der Unternehmensführung • Strategie und Strategiegestaltung

	• Organisation und Organisationsgestaltung • Personal und Führung • Wie plane und organisiere ich ein Unternehmen so, dass es im Wettbewerb erfolgreich bestehen kann?
Lehr- und Lernmethoden:	Literaturbasierte Veranstaltung
Prüfungsformen:	Open Book Ausarbeitung (1 Tag) oder Hausarbeit mit Kolloquium oder Klausur (90 Min.)
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: Grundlagen der BWL, internes und externes Rechnungswesen, Grundlagen des Marketings
Empfohlene Literatur:	Pflichtliteratur: Hungenberg, H. & Wulf, T. (2021). Grundlagen der Unternehmensführung (6. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. Ergänzende Literatur: Hungenberg, H. (2014). Strategisches Management in Unternehmen (8. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. Schreyögg, G. & Koch, J. (2020). Management (8. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. Schreyögg, G. & Geiger, D. (2024). Organisation (7. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. Theisen, M. (2024). Wissenschaftliches Arbeiten (19. Auflage). München: Verlag Franz Vahlen. Wöhe, G. (2023). Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre (28. Auflage). München: Verlag Franz Vahlen.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	WS 2024_2025

10.2 Unternehmensführung II: Führung und Ethik

Modulnummer:	4.02
Modulbezeichnung:	Unternehmensführung II: Führung und Ethik
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Rennert
Dozierende:	Prof. Dr. Christian Rennert, Prof. Dr. Kai Thürbach
Learning Outcome:	Ziel des Moduls ist die Vermittlung grundlegender Managementkompetenzen. Die Studierenden verstehen wesentliche Bestimmungsgrößen des Verhaltens von Individuen in Unternehmen. So können sie das Verhalten von Führungskräften und Geführten in der Praxis erklären, Gestaltungsvorschläge für die Führung ableiten und vor allem ihre eigene Handlungskompetenz erweitern. Darüber hinaus erwerben sie Argumentationskompetenz in moralischen Fragen. Sie verfügen über Kriterien zur moralischen Bewertung des Verhaltens von Managern, und zwar insbesondere im Hinblick auf Konsequenzen dieses Verhaltens unter den besonderen Bedingungen von Marktwirtschaft und Wettbewerb. Mit Blick auf die „Future Skills“ vermittelt das Modul den Studierenden insbesondere klassische Kompetenzen (Lösungsfähigkeit, Kreativität, Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative, Interkulturelle Kommunikation, Resilienz), transformationale Kompetenzen (Urteilsfähigkeit, Innovationskompetenz, Missionsorientierung, Veränderungskompetenz, Dialog- und Konfliktfähigkeit) und, in geringerem Maße, digitale Kompetenzen (Digital Literacy, Ethics und Learning). Die Studierenden werden mit Hilfe dieses Moduls • Entwicklungslinien in Managementtheorie und -praxis beschreiben und Vor- und Nachteile der behandelten Ansätze kritisch würdigen können. • Verhalten von Individuen in Unternehmen anhand der vorgestellten Modelle des Menschen (psychologisches, soziologisches, ökonomisches Modell) analysieren sowie damit Entscheidungstatbestände der Managementpraxis kritisch erörtern und Gestaltungsvorschläge ableiten können. • Verhalten von Unternehmen in der modernen Gesellschaft aus einem ethischen Blickwinkel analysieren sowie damit Entscheidungstatbestände der Managementpraxis kritisch erörtern und bewerten können.
Modulinhalte:	Folgende Lernräume werden behandelt: • Unternehmensführung als Teilbereich der BWL und Entwicklungslinien in Managementtheorie und -praxis • Verhalten von Individuen und deren Motivation • Verhalten von Individuen in der Gruppe • Verhalten von Individuen als Vorgesetzte • Orientierungen für moralische Urteile über Unternehmensstrategien und Verhalten von Managern auf wettbewerblich verfassten Märkten
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur: 90 Min.
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.

Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Skript mit Literaturhinweisen wird veranstaltungsbegleitend in ILU eingestellt. Homann, K. & Lütge, C. (2013). Einführung in die Wirtschaftsethik (3. Auflage). Münster: LIT. Hungenberg, H. & Wulf, T. (2021). Grundlagen der Unternehmensführung (6. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. Schreyögg, G. & Koch, J. (2020): Management (8. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	WS 2024_2025

10.3 Steuern

Modulnummer:	4.03
Modulbezeichnung:	Steuern
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Martin Heinrich
Dozierende:	Prof. Dr. Martin Heinrich, Prof. Dr. Daniela Hess Prof. Dr. Hendrik Jacobsen.
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden können unbeschränkte und beschränkte Steuerpflicht unterscheiden, die Einkunftsarten des Einkommensteuerrechts wiedergeben und vergleichen, verschiedene Abzugsmöglichkeiten von der Steuerbemessungsgrundlage erkennen und im Hinblick auf die steuerliche Vorteilhaftigkeit diskutieren, die Zusammensetzung des zu versteuernden Einkommens erklären und den Tarif der Einkommenssteuer und Körperschaftsteuer anwenden und handhaben, WOMIT: indem sie sich die einkommensteuerlichen und körperschaftsteuerlichen Regelungen, die durch unterschiedliche Lebenssachverhalten ausgelöst werden, erarbeitet und den damit verbundenen gesetzgeberischen Willen hinterfragt und reflektiert haben, WOZU: um die steuerlichen Folgen verschiedener Aktivitäten von Privatpersonen und unternehmerischen Betätigungen zu unterscheiden und eine konkrete steuerliche Belastungsrechnung durchzuführen. Damit erlangen die Studierenden Lösungs- und Urteilsfähigkeit sowie Veränderungskompetenz in Hinblick auf alternative Szenarien steuerlicher Veranlagung.
Modulinhalte:	• Steuerpflicht, • Ermittlung des Einkommens, • Tarifvorschriften
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Empfohlene Prüfungsformen:	Klausur (60 min.): 100%
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Alber, M., Szczesny, M. (2021). <i>Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer</i> (19. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Hottmann, J., Beckers, M., Schustek, H. (2023). <i>Einkommensteuer</i> (25. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Stobbe, T. (2022). <i>Steuern Kompakt 2022/2023</i> (17. Aufl.). München: SteuernRep.

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht
--	--

Besonderheiten:	
-----------------	--

Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25
------------------------	------------

10.4 Consulting & Information Systems

Modulnummer:	4.04
Modulbezeichnung:	Consulting & Information Systems
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch und Englisch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Studiensemester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Hans-Günter Lindner
Dozierende:	Prof. Dr. Hans-Günter Lindner
Learning Outcome:	WAS: Studierende nutzen das interdisziplinäre Wissen aus Managementberatung und Wirtschaftsinformatik, um zentrale Begriffe und Methoden im wirtschaftlichen Kontext zu identifizieren und zu erklären. Sie erhalten Schulungen in grundlegenden Techniken des agilen Projektmanagements unter Verwendung von SCRUM, ergänzt durch essenzielle Kommunikationsfähigkeiten sowie Daten- und Prozessmodellierung. Um ihr Lernen zu unterstützen, werden multiple iterative Lernzyklen implementiert, die ihr Wissen und ihre Anwendungskompetenzen in strukturierter Weise schrittweise erweitern. WOMIT: Studierende definieren, basierend auf Geschäftsfällen und ihren eigenen Visionen, Anforderungen und setzen systemisch Konzepte in Teamprojekten um. Sie entwickeln hierzu eine eigene funktionale No-Code-App pro Studierendenteam. Dieser Prozess beginnt mit der Analyse von Geschäftsfällen und schreitet iterativ durch die Erstellung von Customer Journeys, BPMN-Prozessmodellen, UML-Klassendiagrammen oder Entity-Relationship-Diagrammen (ERD) sowie Testmethoden voran, um diese Modelle in der App-Entwicklung anzuwenden. Im Verlauf des Kurses werden theoretische Definitionen und Methoden interaktiv durch Fallstudien untersucht, um das Verständnis und die Anwendung des Materials zu vertiefen. Um "Data Literacy" zu verbessern, erarbeiten sich die Studierenden den Umgang mit Google Workspace, Microsoft 365, Etherpad, Miro oder Uxpressia. Zur Gewährung der Nachhaltigkeit des Wissens und der praktischen Erfahrung, werden Projekte, die auf individuellen Geschäftsideen basieren, als Teil der Prüfungsanforderungen in einer Hausarbeit dokumentiert. Der erste Abschnitt der Arbeit ist eine gemeinsame Leistung, in der das Team die App, das Gesamtprojekt und den Entwicklungsprozess beschreibt. In den nachfolgenden individuellen Abschnitten stellt jedes Teammitglied die persönlichen Ergebnisse der selbst definierten Geschäftsanwendung vor, wobei die oben genannten Methoden und Modelle einbezogen werden. Die Arbeit endet mit einer Reflexion über den Lernprozess und die Arbeitserfahrungen. Durch die Nutzung einer grundlegenden ERP- und CRM-Softwareplattform zur Erstellung der No-Code-App erwerben die Studierenden Kenntnisse in den wichtigsten Funktionen betrieblicher Standardsoftware. Dies beinhaltet die Fähigkeit, die resultierenden Daten zu analysieren und im Kontext ihrer Projekte zu bewerten. Zusätzlich verbessern die Studierenden ihre analytischen und gestalterischen Fähigkeiten durch Übungen in Business Intelligence, künstliche Intelligenz und Simulationen. WOZU:

Die Studierenden sind befähigt, Daten in nachfolgenden Kursen und in der beruflichen Praxis exakt zu analysieren und zu bewerten sowie Geschäftsprozesse, Arbeitsabläufe und Datenmodelle zu verbessern. Sie können die Ergebnisse von Projektpartnern in Beratungsprojekten zur digitalen Transformation gemäß ethischen, rechtlichen und sozialen Implikationen (ELSI) effektiv interpretieren und verbessern. Sie können Informationen, die von professionellen Diskussionspartnern in zukünftigen Projekten und Fachgesprächen auf Junior-Berater-Niveau präsentiert werden, genau interpretieren und klassifizieren.

Die Studierenden sind in der Lage, Beratungsprojekte und die anschließende Entwicklung eigenständig durchzuführen und zu managen, wobei sie Domänenwissen, analytische und empathische Fähigkeiten sowie selbst definierte Modelle nach wissenschaftlichen Standardmethoden und Fallstudien nutzen. Der Entwicklungsprozess erfolgt in diversen Umgebungen, einschließlich Präsenz-, Hybrid-, Nomadischer und Home-Office-Formaten, sodass die Studierenden praktische Erfahrungen mit verschiedenen Arbeitsformen sammeln können. Dies schließt ein, die Chancen und Risiken unterschiedlicher Arbeitsumfelder in der Praxis zu erleben und zu bewerten.

Modulinhalte:	Einführung in die Unternehmensberatung und die Wirtschaftsinformatik Unternehmensberatung: - Markt der Unternehmensberatung - Kommunikation - Vertrieb & CRM - Methoden und Werkzeuge der Unternehmensanalyse - Projektmanagement und Entwicklung - Fallstudien Wirtschaftsinformatik: - Modellbasierte Entwicklung und Einführung von integrierten Anwendungssystemen inklusive Projektmanagement, Requirements Engineering, Daten- und Prozessmodellierung, und Test Management) - Business Intelligence in Theorie und Praxis (z.B. MS Excel Pivottabellen, Tableau) - Künstliche Intelligenz in Theorie und Praxis (z.B. ChatGPT, Google Gemini) - Nutzung betrieblicher Anwendungssysteme (z.B. Salesforce Trailhead) - Nutzung von Software zur Unternehmenssimulation (z.B. AnyLogic) - Nutzung einer Low- bzw. No-Coding-Plattform, z.B. Salesforce Trailhead - Fortgeschrittene Nutzung von online Anwendungen wie z.B. Google Workspace, Microsoft 365, Etherpad, Miro und Uxpressia
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Agiles Projektmanagement, Veranstaltungen im Plenum in Präsenz, hybrider Form, aber auch online im Home-Office
Prüfungsformen:	100 % Hausarbeit Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Zwingende Voraussetzungen:	Keine

Empfohlene Literatur:	Hartenstein, M., Billing, F., Schawel, C. & Grein, M. (2016). <i>Der Weg in die Unternehmensberatung – Consulting Case Studies erfolgreich bearbeiten</i> (12. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. Kaufmann, J. & Müller, W. (2023). <i>Grundkurs Wirtschaftsinformatik – Eine kompakte und praxisorientierte Einführung</i> (10. Auflage). Wiesbaden: Springer Vieweg. Kipping, M. (2013). <i>The Oxford Handbook of Management Consulting</i>. Oxford University Press. Laudon, K. C. & Laudon, J. P. (2019). <i>Management Information Systems: Managing the Digital Firm</i> (16. Auflage). Pearson. Pohl, K. & Rupp, C. (2015). <i>Basiswissen Requirements Engineering: Aus- und Weiterbildung nach IREB-Standard zum Certified Professional for Requirements Engineering Foundation Level</i> (3. Auflage). Heidelberg: dpunkt.verlag GmbH. Spillner, A. & Linz, T. (2012). <i>Basiswissen Softwaretest – Aus- und Weiterbildung zum Certified Tester - Foundation Level nach ISTQB-Standard</i> (5. Auflage). Heidelberg: dpunkt.verlag GmbH.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, International Business
Besonderheiten:	Fallstudien, No-Coding, Praktisches Arbeiten an browserfähigen Endgeräten, in Präsenz, online und hybrid in Vorlesungsräumen und im Home-Office; Skript in englischer Sprache
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2024

11 Wahlpflichtmodule des vierten Semesters

11.1 Wirtschaftspolitik und empirische Analyse

Modulnummer:	QW.01
Modulbezeichnung:	Wirtschaftspolitik und empirische Analyse
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal im Studienjahr (nur im Wintersemester)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Katharina Eckartz
Dozierende:	-
Learning Outcome:	Studierende können die Auswirkungen verschiedener wirtschaftspolitischer Maßnahmen auf ökonomische Entwicklungen theoretisch beschreiben. Sie kennen Ergebnisse empirischer Studien und können die konzeptionellen Vor- und Nachteile empirischer Studien kritisch diskutieren. • Womit Indem die Studierenden • das ökonomische und politische Umfeld von Unternehmen und Organisationen beschreiben, • wirtschaftspolitische Instrumente analysieren, • die Komplexität der Wirtschaftspolitik vor dem Hintergrund volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und den Erfordernissen der Nachhaltigkeit einordnen (Urteilsfähigkeit), • die Komplexität der empirischen Analyse von wirtschaftspolitischen Instrumenten erkennen und Lösungsansätze einordnen (Urteilsfähigkeit), • gesellschaftliche und gesamtwirtschaftliche Ziele formulieren und verteidigen, • effiziente Strategien zur Zielerreichung entwickeln (Lösungsfähigkeit, Kreativität) Wozu • um das wirtschaftliche Umfeld von Unternehmen und anderen Organisationen (national und international) evaluieren zu können, • um die Wirkung von wirtschaftspolitischen Instrumenten nachvollziehen zu können und ihre Auswirkungen auf die gesellschaftliche Wohlfahrt sowie die Bedeutung von politischen Institutionen zu analysieren, • um einen wissenschaftlich fundierten und gesellschaftspolitisch erforderlichen ganzheitlichen Ansatz bei der Problemlösung zu aktuellen wirtschaftspolitischen Fragen verfolgen zu können, • um im Berufsleben mit Fachleuten aus verschiedenen Sektoren sowie mit Kunden und anderen Stakeholdern über volkswirtschaftliche Aspekte betriebswirtschaftlichen Handelns – inklusive Aspekte der Nachhaltigkeit – wissenschaftlich fundiert und kompetent diskutieren zu können.
Modulinhalte:	1) Wirtschaftspolitische Konzepte 2) Ansätze der Politischen Ökonomie 3) Empirische Wirtschaftsforschung
Lehr- und Lernmethoden:	Anwendung von Methoden zur gesellschafts- und wirtschaftspolitischen Analyse, Anwendung der Empirischen Wirtschaftsanalyse, Methoden des Rollenspiels mit Schulung von Verhandlungs- und Präsentationsfähigkeiten
Prüfungsformen:	Hausarbeit 40% Aufgaben / Präsentation 60% Dieses Modul hat ein Gewicht von 3,37 Prozent in Bezug auf die Endnote.

Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	vorheriger Besuch der Module Mikroökonomik und Makroökonomik, Grundlagen der BWL
Empfohlene Literatur:	Wir werden hauptsächlich mit aktuellen wissenschaftlichen Veröffentlichungen arbeiten (über ILU bereitgestellt). Asteriou, D. & Hall, S. G. (2011). <i>Applied Econometrics</i>. Palgrave MacMillan. Clement, R., Gogoll, F., Kiy, M., Terlau, W. & Veit, W. (2017). <i>Wirtschaftspolitik</i>. Berliner WissenschaftsVerlag. Clement, R., Gogoll, F., Kiy, M., Terlau, W. & Veit, W. (2001). <i>Praxis der Wirtschaftspolitik</i>. München: Vahlen. Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Jahresgutachten 2024/2025. weitere Literatur im Seminar
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

11.1 Internationale Wirtschaftsbeziehungen

Modulnummer:	QW.02						
Modulbezeichnung:	Internationale Wirtschaftsbeziehungen						
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul						
ECTS credits:	6						
Sprache:	Englisch						
Dauer:	Ein Semester						
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester						
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr						
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Harald Sander						
Dozierende:	Prof. Dr. Harald Sander						
Learning Outcome:	Knowledge: Students will be familiar with the determinants and effects of trade and capital movements as well as the major exchange rate systems. Understanding: Students understand the structure and dynamics of international trade and financial relations and the related economic policy issues. Application: Students can apply the tools of international economic analysis to real word problems of different countries and regions. Analysis: Students can analyse current issues in international trade and finance by employing scientific methods and using relevant data bases. Synthesis: Students can incorporate the acquired knowledge and skills into corporate decision making. Evaluation: Knowledge will be assessed by tests on assigned readings (30%). The higher-level assessment criteria are based on the quality of the seminar paper (50%) and a presentation/defense (20%).						
Modulinhalte:	Blockveranstaltung As part of the Summer School for students of the University of North Florida and other international universities. The course analyses international economic integration with a special focus on the European economy. Core topics are: 1. Introduction to Global and European Economic Integration 2. Understanding Economic Integration a. International Trade b. Foreign Direct Investment c. International Money and Finance 3. European Economic Integration a. The European Single Market b. The European Single Currency c. EU Enlargement 4. Advanced Seminar Topics in European Integration						
Lehr- und Lernmethoden:	Flipped classroom course design: Preassigned readings, classroom debates, role plays, presentation and discussion of seminar research topics.						
Prüfungsformen:	<table> <tr> <td>1. Multiple Choice Tests</td><td>30%</td></tr> <tr> <td>2. Präsentations</td><td>20%</td></tr> <tr> <td>3. Seminar Paper</td><td>50%</td></tr> </table> Submission of Seminar Papers: tba. Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.	1. Multiple Choice Tests	30%	2. Präsentations	20%	3. Seminar Paper	50%
1. Multiple Choice Tests	30%						
2. Präsentations	20%						
3. Seminar Paper	50%						

Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Registration necessary because of a limited number of participants for organizational reasons. Students should have at least B2 language skills in English.
Empfohlene Literatur:	Sander, H. (2022), Understanding the New Global Economy. A European Perspective. Routledge 2022. (Required Reading) Krugman, P., Obstfeld, M. und M. Melitz, International Economics. Theory and Policy, Addison-Wesley, latest edition Handouts in ILIAS
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, International Business
Besonderheiten:	Important Note: We want to encourage a joint learning environment for TH Köln and international students. We are aware that the „Block“ structure of the program can lead to conflicts with other lectures. However, we will do everything to enable a successful participation, especially by using pre-lecture assigned readings and research project work. For more detailed information it is mandatory to participate in the Information & Allocation of Seminar Papers Session: Tuesday, tba..
Letzte Aktualisierung:	24.02.2023

11.2 Unternehmensentwicklung: Transformation des Managements

Modulnummer:	QW.03
Modulbezeichnung:	Unternehmensentwicklung: Transformation des Managements
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Anja Susanne Büschgen
Dozierende:	Christof Coninx
Learning Outcome:	> Unternehmenskommunikation (UK) betrifft und erfasst theoretisch alle Bereiche eines Unternehmens. Sie dient sowohl zur Informationsbeschaffung und ist Gegenstand der Informationsvermittlung. UK ist ein strategisches Führungsinstrument nach innen und Instrument der Vermittlung von Philosophie, Kultur als auch aktuellen Botschaften für Anspruchs- und Zielgruppen gegenüber Shareholder, Stakeholder als auch allgemein in die Gesellschaft hinein. Sie verschafft einem Unternehmen den Nachweis seiner Integration in relevante Märkte und die Gesellschaft. Am Ende dieses Moduls haben die Teilnehmer verschiedene und weitreichende Elemente der Unternehmensentwicklung und der UK betrachtet und sind in der Lage ... - ... Kommunikationsstrategien zu bestimmten Anlässen und gegenüber Anspruchs- /Zielgruppen zu bewerten und auf sie bezogen jeweils zu entwickeln (Bezugsgruppen-Analyse) - ... den Einsatz kommunikativer Instrumente strategisch zu planen und ihre Abhängigkeit von Eigenschaften der Bezugsgruppen, Situationen und Personen zu reflektieren > ... Personalführung als kommunikatives Element der Unternehmensentwicklung im Interessensausgleich zwischen Unternehmen und Mitarbeitern und damit die spezifischen Anforderungen an die Führungskräfte (Qualifikationen, Soft Skills) zu verstehen. Die Annäherung an neurologische Erkenntnisse als Grundlagen der individuellen oder transformationalen Personalführung (Neuroleadership) macht transparent, welchen Anforderungen Führung und eine Führungskultur in Zukunft genügen muss. Die Teilnehmer erkennen, dass ihr Einsatz durch die Möglichkeiten der Produktivitätssteigerung am Arbeitsplatz, durch die nachhaltige Herstellung von Arbeitszufriedenheit als auch durch die Vermeidung von Krankmeldungen gerechtfertigt ist (Förderung von individueller und unternehmensbezogener Resilienz) > ... Veränderungs- bzw. Change-Management als permanente Herausforderung der Unternehmen und die UK als Grundlage und integrierten Bestandteil zur Bewältigung der Herausforderungen des Wandels zu verstehen. Beispiele und Recherchen tragen dazu bei, Ansprüche an die strategische Kommunikation und die Führungskultur der Unternehmen transparent zu machen. Statistisch scheitern über 60 Prozent ursprünglich geplanter Change-Projekte. Die Teilnehmer recherchieren und analysieren Barrieren und Vermeidungsmöglichkeiten in der Unternehmensentwicklung an detaillierten Fragestellungen. Dadurch lernen sie die Erfolgsfaktoren eines Change-Managements kennen und können sie später zu Handlungsleitfäden entwickeln. > ... die Digitalisierung im industriellen und wirtschaftlichen Bereich auch als tiefgreifende Herausforderung für Führung und Kommunikation zu erfassen. Recherchen, Stoffsammlungen und ein Meinungsaustausch befähigen die Teilnehmer, ansatzweise Dimensionen und Problemstellungen für das Management zu erkennen. Die Teilnehmer erkennen so auch die Notwendigkeit zur Reform der UK z.B. durch die Erneuerung des Kommunikationsplans, der Unternehmenskultur oder der Führungskultur.

> ... die erfolgreiche Bewältigung von Ereignissen und Krisen durch ein Krisenmanagement in Abhängigkeit von Systemen zu begreifen.

Der Erfolg eines professionellen Krisenmanagements hängt von präventiven systematischen Maßnahmen ab, Notfallmanagement und Krisenkommunikation gleichermaßen betreffen. In Gruppen erarbeiten die Studierenden entlang Szenarien und hinführender Aufgabenstellungen Strategien und Inhalte für eine situative Krisenkommunikation und bewerten die Defizite der in den Szenarien handelnden Unternehmen. Dadurch wird ihnen die Notwendigkeit und Struktur eines Krisenmanagements vermittelt, das im Ernstfall von großem zeitlichen und gesellschaftspolitischen Druck gekennzeichnet ist.

> ... die strategischen und organisatorischen Ansprüche der Medien als Multiplikatoren an die UK und insbesondere in Krisensituationen zu erfassen.

An mehreren Praxisbeispielen werden die Strukturen der Medienbranche, Funktion und Arbeitsweisen von Journalisten sowie die strategischen Grundlagen der Medienkommunikation erläutert. In einer Simulation einer Pressekonferenz erleben die Teilnehmer die Problematik der direkten Kommunikation mit Medienvertretern als eine Konfrontation eigener Botschaften mit einem kritischen, nach Verfehlungen und Skandalen suchende Anspruchsgruppe.

> ... zu verstehen, dass im Dschungel schier unendlicher juristischer Rahmenbedingungen und Unternehmensregeln sichergestellt werden muss, dass Zuwiderhandlungen und Verstöße und damit Krisen durch ein Compliance-Management vermieden werden.

Compliance-Management als System ist existenziell abhängig von einer kontinuierlichen strategischen UK: Sein Erfolg hängt wesentlich von seiner Transparenz, seiner Akzeptanz bei Führungskräften und Mitarbeitern und der Vermittlung seiner Vorteile an die Stakeholder ab. Seine Entwicklung und Implementierung kann nur unter Mitwirkung aller Führungskräfte -organisatorisch, inhaltlich und kommunikativ- gelingen. Durch das Referat von Beispielen aus der Praxis erkennen die Teilnehmer Lösungsansätze zur Gestaltung der Projektkommunikation und für die Qualifikation der Führungskräfte.

Modulinhalte:

> Kommunikation – Grundlagen

- menschliche und intentionale Kommunikation (Definitionen, Theorien und Qualifikationen)
- Ableitung von grundsätzlichen Kommunikationsregeln für die weiteren Betrachtungen

> Grundlagen der Unternehmenskommunikation (UK)

- Umwelten eines Unternehmens - Ziel- und Anspruchsgruppen der UK
- Planung der UK, Strategie und Kommunikationsplan,
- Integrierte Unternehmenskommunikation (IK)
- Struktur und Inhaltsbereiche der UK: Unternehmenskultur, Corporate Governance (CG) und Corporate Social Responsibility (CSR)

> Kommunikation und Führung:

- Führungskultur und Führungskräfte
- Kommunikation = Führung und umgekehrt: Anforderungen an Management und Führungskräfte von Unternehmen und Mitarbeitern
 - > Steigerung von Produktivität durch Mitarbeiter-Zufriedenheit
- Erzeugung von Resilienz und Vermeidung von Krankheiten am Arbeitsplatz durch Führungsstile und -maßnahmen
- Transformationale Führung mit einem Exkurs: Neuroleadership
- Ableitung von Kernelementen einer Führungspraxis

> Veränderungsmanagement (Change)

- Veränderungen und Change-Prozesse sind Alltag. Von ihnen gehen wegen zunehmender fachlicher und organisatorischer Anforderungen und zeitlichem Druck steigend Gefahren und Bedrohungen aus
- Grundlagen und Definitionen
 - UK als integrierter Bestandteil der Planung und Umsetzung des Change
 - Ziele und Intentionen für die Initiierung und Argumentation eines Change
 - Barrieren bei der Implementierung
 - Erfolgsfaktoren des Change-Prozesses

> Krisenmanagement und UK

Krisen und belastende Ereignisse sind tagesaktuelle Themen und befassen die Medien permanent

- Definitionen und Auslöser von Krisen mit Beispielen
- Krisenformen und Symptome, mögliche Auswirkungen
- kulturelle und kommunikative Anforderungen an das Management und die Protagonisten beim Krisenmanagement
- Faktoren der Belastung des Unternehmens bei Krisen
- Krisenmanagement und System: Wege präventiver Maßnahmen und organisatorischer Vorkehrungen zur professionellen Krisenkommunikation
- Umsetzung von Medien-, Shareholder- und interne Kommunikation

> Exkurs: Digitalisierung und Einflüsse auf Veränderungs-, Risiko- und Krisenmanagement sowie besondere Herausforderungen an Organisation, Führung und Kommunikation.

Digitalisierung bedeutet auf Dauer umfassende und tiefgreifende Veränderungen von Unternehmen in kurzen Zeiträumen, in globalen Entwicklungen und engen Zyklen. Alle entsprechenden Maßnahmen entwickeln Bezüge zur Unternehmenskultur, Identifikation der Mitarbeiter und Stakeholder und setzen Qualifikationen bei der Unternehmensleitung und Führungskräften voraus, die Personalführung und UK betreffen.

> Compliance Management

bedeutet Sicherstellen von legalem, regelgerechten und wertorientiertem Handeln durch ein System

- Definitionen und Inhalte des Compliance mit einer Replik zu grundsätzlichen Definitionen zu Management und Unternehmensentwicklung
- Rechtsgrundlagen und Absicherung in juristischen Rahmenbedingungen
- kommunikative Aspekte eines Compliance – Managements
- gesellschaftliche Werte als wesentlicher Orientierungsrahmen
- mögliche Konflikte zwischen wertorientierten und juristischen Aspekten
- Compliance – Managementsystem (CMS) – Elemente, Ausrichtung und Barrieren bei der Implementierung

Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung, Recherchen, Gruppenarbeiten, Szenarioarbeit, Simulation
Prüfungsformen:	Mündliche Prüfung (30 %) Mündlicher Beitrag; Gruppenpräsentation (bis max.3 Teilnehmer) (70 %)
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Eine ausführliche Liste wird den Studentinnen und Studenten bereitgestellt. Beispiele: Bruhn, Manfred; Schmidt, Siegfried J.; Tropp, Jörg: Integrierte Kommunikation in Theorie und Praxis - Betriebswirtschaftliche und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven, 2. Auflage, Wiesbaden: Gabler, 2000. Herbst, Dieter: Krisen meistern durch PR - Ein Leitfaden für Kommunikationspraktiker. Neuwied, Kriftel: Luchterhand, 1999. Klöfer, Franz; Nies, Ulrich: Erfolgreich durch interne Kommunikation - Mitarbeiter besser informieren, motivieren und aktivieren, 3. Auflage, Neuwied; Kriftel. Luchterhand, 2003. Konken, Michael: Pressearbeit, Mit den Medien in die Öffentlichkeit, 2. Auflage, Limburgerhof: FBV-Medien-Verlag-GmbH, 2000.

	Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weichsenberg, Siegfried: Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1994. Töpfer, Armin: Plötzliche Unternehmenskrisen- Gefahr oder Chance? - Grundlagen des Krisenmanagements, Praxisfälle, Grundsätze der Krisenvorsorge, Neuwied, Kriftel: Luchterhand, 1999. Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D: Menschliche Kommunikation - Formen, Störungen, Paradoxien, 12. Auflage, Bern, Stuttgart, Toronto: Huber, 2011.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WiSe 2023/24

11.3 International Money, Banking & Finance

Modulnummer:	QW.04
Modulbezeichnung:	International Money, Banking & Finance
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Anja Büschgen
Dozierende:	Prof. Dr. Helmut Bujard
Learning Outcome:	Die Studierenden können, aktuelle geld- und währungspolitische Diskussionen nachvollziehen und sind in der Lage diese verfolgen und kritisch zu bewerten. Dies wird ermöglicht, indem die Studierenden unter anderem Informationen zusammensuchen (z. B. Internetrecherche), Informationen aus Texten in arbeitsteiligen Gruppen erfassen & aufbereiten, Informationen aus dem Lernumfeld ins Themengebiet einordnen und die Ergebnisse der Gruppe präsentieren. Die Studierenden erhalten dadurch die notwendigen Kenntnisse, um später mit Wechselkursen rechnen zu können, die Vor- und Nachteile von Systemen mit freien & festen Wechselkursen aufzuzeigen und aktuelle geld- und währungspolitische Diskussionen zu verfolgen und kritisch zu bewerten.
Modulinhalte:	• Kredit- und Geldangebot, Geldnachfrage, Transmission monetärer Impulse, • Geldpolitik als Stabilisierungspolitik, geldpolitische Konzepte, geldpolitische Praxis, Stabilität und Regulierung des Finanzsektors, Internationale Aspekte der Geldpolitik, Internationale Wechselkurspolitik
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 %, 90 Min
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: Mikroökonomie, Makroökonomie
Empfohlene Literatur:	Cecchetti, Stephen G.; Schoenholz, Kemit L. Money, Banking, and Financial Markets, Fourth Edition, NY 2015, McGraw. Donges, Juergen B. Die unkonventionelle Geldpolitik der EZB, Paderborn 2018, Ferdinand Schöningh. Issing, Otmar: Einführung in die Geldtheorie, 15. Auflage, München 2011, Vahlen. Gischer, Horst; Herz, Bernhard; Menkhoff, Lukas: Geld, Kredit und Banken, 3. Auflage, Berlin u.a. 2011, Springer. Görgens, Egon; Ruckriegel, Karlheinz; Seitz, Franz: Europäische Geldpolitik, Stuttgart 2018, Uni Taschenbücher Verlag. Mishkin, Frederic S.: The Economics of Money, Banking and Financial Markets, Second edition, New York 2009, Pearson Longman.

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	Gastvorträge
Letzte Aktualisierung:	SS 2019

11.4 Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken

Modulnummer:	QW.05
Modulbezeichnung:	Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal pro Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Michael Lorth
Dozierende:	Prof. Dr. Michael Lorth, Prof. Dr. Ricarda Rolf
Learning Outcome:	Nach aktiver Teilnahme an diesem Modul/Seminar können die Studierenden Konfliktfälle und -situationen eigenständig, angemessen und sicher handhaben und Verhandlungen zielorientiert, souverän und kreativ führen, indem sie auf der Grundlage eines aktiven und klar strukturierten kognitiven Prozesses • die jeweilige Konflikt- und/oder Verhandlungssituation in ihren Handlungskontext bzw. -rahmen einordnen, • die Bedürfnisse, Interessen und Zielsetzungen der Konflikt- bzw. Verhandlungsparteien sorgfältig analysieren und hieraus ein wirksames Ziel-Mittel-Konstrukt ableiten, • ein für das Ziel-Mittel-Konstrukt passendes/geeignetes Konfliktlösungs- bzw. Verhandlungsstrategie- und taktikkonzept entwickeln und innerhalb des jeweiligen Handlungsrahmens mittels eines geeigneten analogen oder digitalen Kommunikations- bzw. Interaktionsprozesses umsetzen sowie • aus der kritischen Distanz heraus sowohl den gewählten Handlungsrahmen als auch das entwickelte Ziel-Mittel-Konstrukt überprüfen und gegebenenfalls in geeigneter Weise anpassen, um im privaten oder im beruflichen Umfeld auftretende (Interessen-)Konflikte steuern und lösen sowie eigene Interessen oder auch die Interessen Dritter in Verhandlungen ziel- bzw. ergebnisorientiert verfolgen zu können. [Taxonomiestufen (K1) bis (K6)]
Modulinhalte:	1. Das Wesen und die unterschiedlichen Grundprägungen von Konflikten 1.1. Typen, Anlässe und Gegenstände von Konflikten 1.2. Konflikte erkennen und verstehen 1.3. Eskalationsdynamik 2. Konfliktlösung und -bewältigung (mit Übungen) 2.1. Zielsetzung und Methodenwahl 2.2. Typische Verhaltensmuster in Konfliktsituationen 2.3. Moderation und Coaching 2.4. Konfliktklärungsgespräch 2.5. Gerichts-, Schlichtungs- und Schiedsverfahren 2.6. Mediation 2.7. Verhandlung 2.8. Persönlichkeitsstile/Konflikttypen und „Entäugerungs“-Strategien 2.9. Kommunikationsmodelle und Gesprächstechniken in Konfliktsituationen

	3. Erweiterte Praxisübungen in Konfliktlösungs- und -bewältigungstechniken 4. Konfliktlösung mittels Verhandlungen: Grundlagen der Verhandlungstechniken (mit Übungen) 4.1. Welche Merkmale eine Verhandlung(-ssituation) ausmachen: Das Wesen von Verhandlungen 4.2. Rolle und Bedeutung der Interdependenz 4.3. Aufteilungs-/Verteilungskonflikte als (distributives) Verhandlungsproblem: Distributive vs. Integrative Verhandlungen 4.4. Der Verhandlungsprozess 4.4.1. Vorbereitungsphase 4.4.2. Begrüßungs- und Kennenlernphase 4.4.3. Kernphase 4.4.4. Einigungs- und Abschlussphase 4.4.5. Umsetzungsphase 4.5. Strategiewahl und taktische Aufgaben der Verhandlungsführung 4.5.1. Definition von Verhandlungszielen 4.5.2. Festlegung der Verhandlungsstrategie 4.5.3. Taktische Aufgabenstellungen für die distributive Verhandlungsführung 4.5.4. Taktische Aufgabenstellungen für die integrative Verhandlungsführung 5. Erweiterte Praxisübungen in Verhandlungsvorbereitung und -führung Hinweis: Die Modulinhalte können teilweise oder vollständig in die Bearbeitung bzw. Durchführung von Fallsimulationen/-analysen/-studien integriert sein.
Lehr- und Lernmethoden:	Kombination aus seminaristischem Unterricht, analogen und digitalen Lehr-/Lerninhalten, analoger und/oder virtuell-digitaler Zusammenarbeit in Teams mit Workshopelementen, Fallanalysen/ studien und zahlreichen simulierten Konflikt-/Verhandlungssituationen und Rollenspielen unter konsequenter Anwendung des Prinzips des forschenden Lernens sowie der problemorientierten Vorgehensweise (Problemlösungszyklus).
Prüfungsformen:	Performanzprüfung gemäß § 22 Abs. 1 PO des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre B.Sc. i.V.m. § 22 Abs. 8 RPO Die Performanzprüfung umfasst in diesem Modul neben der Entwicklung und Umsetzung einer systematischen und problemorientierten Vorgehensweise (Problemlösungszyklus) sowie eines klar strukturierten analogen und/oder digitalen Fall- und Teammanagements unter anderem auch • mündliche Prüfungselemente (Fallbeschreibungen/-analysen, Rollenspiele, aktive analoge und digitale Kommunikation und Zusammenarbeit in Teams, Ad-hoc-Präsentation von (Gruppen)Arbeitsergebnissen) und • schriftliche Prüfungselemente (Fallbeschreibungen/-analysen, Recherchen, Konzept-entwicklung für Vorgehensweisen in simulierten Konflikt- und Verhandlungssituationen, Falldokumentationen, Portfolio; Einreichung in digitaler Form). Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	keine

Empfohlene Literatur:

Basisliteratur:

Bühring-Uhle, C.; Eidenmüller, H.; Nelle, A. (2017): Verhandlungsmanagement: Analyse, Werkzeuge, Strategien, München: Beck im dtv (dtv Verlagsgesellschaft).

Fisher, R.; Ury, W.; Patton, B. (1991/2012): Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In, 3. Auflage, London: Random House Business.

Glasl, F. (2024): Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führung, Beratung und Mediation, 13. Auflage, Stuttgart: Verlag Freies Geistesleben.

Lewicki, R. J.; Saunders, D.M., Barry, B. (2024): Negotiation, International Student Edition, 9. Auflage, New York: McGraw-Hill.

Ergänzende und weiterführende Literatur:

Budjac Corvette, B. A. (2014): Conflict Management: A Practical Guide to Developing Negotiation Strategies, Pearson New International Edition, Harlow: Pearson Education.

De Brabandt, C. A. (2020): Verhandeln für Jedermann, Wiesbaden: Springer Gabler.

DeMarr, B. J.; de Janasz, S. C. (2019): Negotiation and Dispute Resolution, 2. Auflage, Chicago: Chicago Business Press.

Erbacher, C. E. (2018): Grundzüge der Verhandlungsführung, 4. Auflage, Zürich: vdf Hochschulverlag.

Haft, F.; Schlieffen, K. Gräfin von (Hrsg.) (2015): Handbuch Mediation: Methoden und Technik, Rechtsgrundlagen, Einsatzgebiete, 3. Auflage, München: C.H. Beck.

Hocker, J. L.; Berry, K.; Wilmot, W. W.: (2022): Interpersonal Conflict, 11. Aufl., New York: McGraw-Hill.

Raiffa, H. (2002): Negotiation Analysis: The Science and Art of Collaborative Decision Making, Cambridge, London.

Saner, R. (2008): Verhandlungstechnik: Strategie, Taktik, Motivation, Verhalten, Delegationsführung, 2. Auflage, Bern et al.: Haupt Verlag.

Schulz von Thun, F. (2023): Miteinander reden, Band 1-4; 1. Auflage, Sonderausgabe, Reinbek: Rowohlt Taschenbuch.

Band 1: Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation;

Band 2: Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung;

Band 3: Das "Innere Team" und situationsgerechte Kommunikation.

Band 4: Fragen und Antworten.

Thompson, L. L. (2013): The Truth About Negotiations, 2. Auflage, Upper Saddle River: Pearson Education.

Thompson, L. L. (2022): The Mind and Heart of the Negotiator, Global Edition, 7. Auflage, Harlow: Pearson Education.

Zu Veranstaltungsbeginn werden weitere Quellenhinweise gegeben.

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:

Wirtschaftsrecht LL.B., Logistik B.Sc., Öffnung für alle Fakultäten bzw. Studiengänge im Rahmen der Kompetenzwerkstatt

Besonderheiten:

Das Lehrkonzept im Modul „Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken“ zielt – unabhängig von Präsenzlehre oder digitalen Lehrformaten – auf die Erarbeitung und konsequente Umsetzung hochgradig eigenständiger, kreativer, flexibler und zugleich strukturiert-systematischer Vorgehensweisen zur Handhabung komplexer, nicht oder nur wenig vorstrukturierter, praxisorientierter Frage- bzw. Problemstellungen in Form von mehr oder weniger komplexen Konflikt- und Verhandlungssituationen innerhalb eines spezifischen Interaktionsrahmens ab und stellt im Hinblick auf das persönliche Engagement der Studierenden und die Interaktion mit anderen Personen (Studierenden, Lehrenden, Dritten) mitunter ungewöhnlich hohe Anforderungen.

Die Veranstaltungen in diesem Modul sind als seminaristischer Unterricht mit analogen und digitalen Lehr-/Lerninhalten, analoger und virtuell-digitaler Zusammenarbeit in Teams sowie mit Workshopelementen, Fallanalysen/-studien und zahlreichen simulierten Konflikt-/Verhandlungssituationen und Rollenspielen konzipiert.

Das Basiswissen wird den Studierenden entweder von dem/-r Dozenten/-in im interaktiven Vortragsstil vermittelt oder anhand von simulierten Konflikt-/Verhandlungssituationen/-fällen und Rollenspielen gemeinsam erarbeitet und diskutiert.

In den Übungseinheiten werden u.a. einzelne oder Gruppen von Studierenden mit konkreten Konflikt- und/oder Verhandlungssituationen konfrontiert, die sie mittels der erlernten Methoden selbständig analysieren und einordnen sowie im Rahmen eines eigenständig zu gestaltenden Konfliktlösungs- bzw. Verhandlungsprozesses bewältigen müssen (erweiterte Rollenspiele). Hierbei können zugleich verschiedene Konfliktlösungsmethoden und/oder Verhandlungsstrategien im Interaktionsprozess ausprobiert und unterschiedliche Kommunikationsstile sowie ausgewählte Verhandlungstaktiken in Anwendung und Wirkung getestet und gegebenenfalls variiert werden.

Von jedem/r Modul-/Seminarteilnehmer/in muss zur Semesterhälfte sowie zum Semesterende jeweils eine individuelle Selbstreflexion verfasst und eingereicht werden, in welcher der eigene Lernprozess und die aus dem eigenen Engagement während des Seminars individuell erzielten Lernergebnisse reflektiert werden.

Die Bewertung der Prüfungsleistungen in diesem Modul richtet sich nach dem Ausmaß des Erfüllens spezifischer kompetenzorientierter Leistungsstandards (Anforderungen), die auf der Grundlage der Niveau- und-Prozessstufen-Matrix nach Anderson/Krathwohl (2001) festgelegt werden.

Bitte beachten:

Sowohl die durchgehend interaktive Lehrkonzeption mit simulierten Konflikt-/Verhandlungssituationen/-fällen und Rollenspielen als auch die vollständig gestreckte Prüfungsform (Performanzprüfung) erfordern die – bis auf begründete Ausnahmen - durchgängige Teilnahme/Anwesenheit sowie die aktive Mitarbeit und Mitwirkung sowohl in den Lehrveranstaltungen als auch in zusätzlichen (Projekt-)Teamsitzungen und -terminen (vor Ort oder digital).

Letzte Aktualisierung:

WiSe 2023/24

11.5 New Work: Arbeiten 4.0

Modulnummer:	QW.06
Modulbezeichnung:	New Work: Arbeiten 4.0.
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	4. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal pro Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Ricarda Rolf
Dozierende:	Prof. Dr. Ricarda Rolf Kristina Radtschenko, M.A.
Learning Outcome:	Nach aktiver Teilnahme an diesem Modul / Seminar können die Studierenden Methoden und Praktiken der Arbeitswelt 4.0 eigenständig anwenden sowie Herausforderungen im Rahmen der Transformation zur Digitalisierung erfolgreich bewältigen, indem sie auf der Grundlage eines aktiven kognitiven und kreativen Prozesses • die Veränderung von Organisationsstrukturen und Rollen im Unternehmen erfassen und selbst erproben, • neue Arbeitsmethoden selbständig anwenden und reflektieren, • die einhergehenden kulturellen Veränderungen analysieren, • Change Management-Prozesse für eine Transformation diskutieren und selbständig Elemente für einen gelungenen Veränderungsprozess entwickeln, • die potentiellen Konfliktfelder der neuen Arbeitswelt und der Transformation dorthin identifizieren sowie effektive Konfliktlösungs- und Kommunikationsstrategien ableiten und trainieren, um den Veränderungen der digitalisierten Arbeitswelt im Spannungsfeld zwischen Anspruch und Wirklichkeit sowie Theorie und Praxis souverän begegnen, die neuen Anforderungen an die eigene Person, an Führungsrollen, die Zusammenarbeit sowie an das Unternehmen und seine Kultur einordnen, die Industriebranchen, den Status Quo und das Entwicklungspotenzial von Unternehmen sicher einstufen und die Transformation zukünftig aktiv mitgestalten zu können.
Modulinhalte:	New Way of Working – Schöne neue agile (Arbeits-)Welt? - Veränderungen und Herausforderungen der Digitalisierung entdecken und aktiv gestalten 1. Organisatorische Neuausrichtung durch die Digitalisierung 1.1. Organisationsdesigns und Transformationsmodelle 1.2. Neue Formen der Zusammenarbeit (Arbeitsplatzgestaltung, virtuelle Kollaboration...) 1.3. Kreative Gestaltung von Veränderungsprozessen der Transformation 2. Veränderung von Rollen – Wie gelingt gute Führung? 2.1. Von der transaktionalen Führung hin zur transformationalen Führung 2.2. Verteilung von Führung in agilen Organisationsstrukturen 2.3. Herausforderungen der Selbststeuerung und Teamverantwortung 2.4. Persönliche Arbeits- und Verhaltenspräferenzen 2.5. Umgang mit den Anforderungen der neuen Arbeitswelt (z.B. Achtsamkeit, Resilienz) mit Praxisübungen 3. Wie funktioniert das Arbeiten der Zukunft? Neue Arbeitsmethoden und Kommunikationswege 3.1. Scrum, Kanban, Design Thinking, Working out Loud 3.2. Veränderung der Informationswege und Aufbau von kollektivem Wissen 3.3. Andere begeistern und überzeugen ohne hierarchische Machtstrukturen 3.4. Simulation und Trainieren der Methoden sowie der Kommunikations- und Kooperationsmodelle 4. Kulturelle Herausforderungen

	4.1. Kulturelle Anforderungen in einer Transformation und an die neue Arbeitswelt: Wie nehmen wir die MitarbeiterInnen mit? 4.2. Spezifische Konfliktpotentiale in neuen Organisationsformen und Arbeitsmethoden / Anforderungen an Mitarbeiter, Führungskräfte, Scrum Master etc. 4.3. Wesensmerkmale von Konflikten und Konfliktlösungsverfahren (z.B. Wahrnehmung, Eskalationsdynamik, Konfliktklärungsgespräche, Harvard-Konzept) 4.4. Praxisübungen und Rollenspiele zur Anwendung von Konfliktlösungsstrategien 5. Ausgewählte Themenfelder... und was ist Ihnen noch wichtig? 5.1. Gendergerechte Digitalisierung 5.2. Generationenkonflikte in der Transformation 5.3. Eigene Praxisfälle der Kursteilnehmer und Unternehmensbeispiele 5.4. Fallsimulationen, Fallstudien und empirische Befragungen
Lehr- und Lernmethoden:	Kombination aus seminaristischem Unterricht, Fallanalysen/-studien, empirischen Befragungen / Umfragen zu New Work, Übungen und Rollenspielen sowie der Simulation von Konflikt- und Gesprächssituationen
Prüfungsformen:	Projektarbeit mit Kolloquium oder Hausarbeit oder mündliche Prüfung Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (30 h $\pm$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	Frederic Laloux - Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit, 1. Aufl. 2016, Jutta Rump / Norbert Walter (Hrsg.) - Arbeitswelt 2030: Trends, Prognosen, Gestaltungsmöglichkeiten, 1. Aufl. 2013, Jutta Rump / Silke Eilers (Hrsg.) - Die vierte Dimension der Digitalisierung: Spannungsfelder in der Arbeit von morgen, 1. Aufl. 2019, Oleg Cernavin / Welf Schröter / Sascha Showasse (Hrsg.) - Prävention 4.0: Analysen und Handlungsempfehlungen für eine produktive und gesunde Arbeit 4.0, 1. Aufl. 2018, Ulf Brandes / Pascal Gemmer / Holger Koschek / Lydia Schlücken (Hrsg.) - Management Y: Agile, Scrum, Design Thinking & Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation, 1. Aufl. 2014, André Häusling (Hrsg.) - Agile Organisationen: Transformation erfolgreich gestalten, 1. Aufl. 2018, Sven Röpstorff / Robert Wiechmann - Scrum in der Praxis: Erfahrungen, Problemfelder und Erfolgsfaktoren, 1. Aufl. 2012, Jörg Felfe (Hrsg.) - Trends der psychologischen Führungsforschung 1. Aufl. 2015, Frithjof Bergmann - New Work - New Culture: Work we want and culture that strengthens us, 1. Aufl. 2019 Weitere Literatur- und Quellenhinweise werden während der Veranstaltung bekannt gegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht (jedoch auch offen für andere Studiengänge)
Besonderheiten:	Die Veranstaltung ist als interaktives Seminar mit Fallstudien, Praxisübungen und Rollenspielen konzipiert. Das Seminar ist daher zum vertieften praxisnahen Einstieg als interaktives Blockseminar gestaltet, in dem agile Arbeitsmethoden direkt angewandt werden. Weitere Termine und Arbeitstreffen werden in diesem Blockseminar zu Semesterbeginn individuell mit den Kursteilnehmern überschneidungsfrei zu anderen Lehrveranstaltungen des Semesters abgestimmt. Das Basiswissen wird den Studierenden von den Lehrenden im interaktiven Vortragsstil vermittelt und gemeinsam diskutiert.

In den Übungseinheiten werden die Studierenden mit konkreten Modellen, Konzepten und Fallbeispielen der digitalisierten Arbeitswelt konfrontiert, die sie mittels der erlernten Methoden selbständig experimentell erproben, analysieren und einordnen sowie im Rahmen von eigenständig sowie in Kleingruppen zu erarbeitenden Ergebnissen umsetzen. Hierbei können zugleich verschiedene Methoden und Rollen ausprobiert sowie die eigene Handlungs-, Kommunikations-, Konfliktlösungs- und Gestaltungskompetenz getestet und erweitert werden.

Letzte Aktualisierung: 04/2025

Schwerpunktmodule

12 Marketing

12.1 Marketingprojekt (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S01.01
Modulbezeichnung:	Marketingprojekt
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. oder 6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Jörg Reblin
Dozierende:	Prof. Dr. Zelal Ates Prof. Dr. Jörg Reblin
Learning Outcome:	Was: Die Teilnehmer/-innen sind nach Abschluss des Moduls in der Lage aufbauend auf den generellen Inhalten des Marketing, praxisorientiert eine umfassende Marketingkonzeption für ein konkretes Unternehmen zu erstellen. Womit: Die Studierenden organisieren sich in Kleingruppen und analysieren die Ausgangssituation des Unternehmens in einem dynamischen Umfeld. Sie erkennen Probleme und Besonderheiten für die Umsetzung der Marketingkonzeption und entwerfen Vorschläge für deren Ausgestaltung. Dafür nutzen sie die Modelle und Instrumente des Marketing und des Projektmanagements, beurteilen diese im Hinblick auf die Aufgabenstellung und entwickeln eine passende Marketingstrategie. Für die Umsetzung der Strategie wählen die Teilnehmer/-innen die konkreten Marketinginstrumente und bewerten diese. Wozu: Der mit dem Modul verbundene Transfer der Marketingtheorie auf die Wirtschaftspraxis und die damit verbundenen Lernfortschritte und Erkenntnisse ermöglichen es den Studierenden später in der Wirtschaftspraxis konkrete Lösungsvorschläge zu entwickeln und das Marketing zukunftsorientiert zu gestalten.
Modulinhalte:	Erstellung einer Marketingkonzeption: 1. Analyse der Ausgangssituation / Abgrenzung des relevanten Marktes 2. Festlegung der Ziele und Handlungsfelder 3. Bestimmung der strategischen Ausrichtung 4. Gestaltung des Marketing-Mix 4.1. Handlungsempfehlungen zur Produktpolitik 4.2. Handlungsempfehlungen zur Preispolitik 4.3. Handlungsempfehlungen zur Kommunikationspolitik 4.4. Handlungsempfehlungen zur Distributionspolitik 5. Termin und Budgetplanung mit Priorisierung der Maßnahmen
Lehr- und Lernmethoden:	• Gruppenarbeit • Projektseminar
Prüfungsformen:	30% Präsentation / mündliche Prüfung und 70% Hausarbeit / Bericht Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)

Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul Marketing
Empfohlene Literatur:	Backhaus, K. & Schneider, H. (2020). <i>Strategisches Marketing</i> (3. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Becker, J. (2019). <i>Marketing-Konzeption</i> (11. Auflage). München: Vahlen. Homburg, C. (2020). <i>Marketingmanagement</i> (7. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. Scharf, A., Schubert, B. & Hehn, P. (2022). <i>Marketing</i> (7. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	Maximale Teilnehmerzahl 20
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2024

12.2 Marketing Analytics (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S01.02
Modulbezeichnung:	Marketing Analytics
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Marco Motullo
Dozierende:	Prof. Dr. Marco Motullo

Learning Outcome:

WAS:

Die Studierenden sind in der Lage, die Eignung unterschiedlicher Methoden der Datenerhebung und -auswertung zur Beantwortung praktischer Marketingfragestellungen zu analysieren. Sie können zudem ausgewählte Datenauswertungen durchführen, die Qualität von Datenerhebungen und -analysen bewerten, die Ergebnisse interpretieren und darauf basierend fundierte Handlungsempfehlungen ableiten,...

WOMIT:

... indem sie

die Charakteristika explorativer, deskriptiver und kausaler Untersuchungsdesigns erläutern und deren Eignung kontextspezifisch einschätzen,

zentrale Gütekriterien im Bereich Marketing Analytics benennen und erläutern,

die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Datenerhebungsmethoden im Bereich deskriptiver Untersuchungen benennen,

deskriptive Datenauswertungen durchführen und die Ergebnisse interpretieren,

standardisierte Fragebögen als Messinstrumente konzipieren,

die Funktionsweise und Einsatzmöglichkeiten von Regressionsanalyseverfahren im Marketing erläutern,

Regressionsmodelle anhand von Fallstudien und Übungsaufgaben spezifizieren, mithilfe von Analysesoftware schätzen, die Güte beurteilen und die Ergebnisse interpretieren,

die Funktionsweise ausgewählter Clusteranalyseverfahren als Methoden des unüberwachten Lernens sowie deren Einsatzmöglichkeiten im Marketing erläutern,

Clusteranalysen mithilfe von Analysesoftware anhand von Fallstudien und Übungsaufgaben durchführen und deren Ergebnisse interpretieren,

die Funktionsweise und Einsatzmöglichkeiten unterschiedlicher Arten von Experimenten im Marketing erläutern,

Experimentaldesigns hinsichtlich ihrer Güte bewerten,

WOZU:

... um in der beruflichen Praxis fundierte Empfehlungen für die Durchführung von Marketing Analytics Projekten zu geben und die Qualität der Ergebnisse zu beurteilen.

Handlungsfelder der TH Köln:

Das Modul zählt insbesondere auf die folgenden Handlungsfelder der TH Köln ein:

Transfer:

Die Studierenden wenden wissenschaftliche Methoden auf praxisnahe Fälle an.

	Employability: Die Studierenden erwerben Fähigkeiten in der Datenerhebung, -analyse und -interpretation sowie im Einsatz analytischer Werkzeuge. Diese Kompetenzen sind in der modernen Marketingpraxis gefragt und verbessern die Beschäftigungsaussichten der Studierenden. Wissenschaftlichkeit: Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Marketingfragestellungen durch eine systematische und wissenschaftliche Vorgehensweise zu beantworten, wodurch ihre wissenschaftlichen Kompetenzen gestärkt werden. Digitalisierung: Die Studierenden arbeiten mit digitalen Werkzeugen und Techniken (z.B. Analysesoftware), was zum Ausbau ihrer digitalen Kompetenzen beiträgt.
Future Skills:	Das Modul zählt insbesondere auf die folgenden Future Skills ein: Data Analytics & KI (Technologische Kompetenzen): Die Studierenden lernen, Daten mithilfe geeigneter Analysemethoden und -software zu analysieren, um datenbasierte Marketingempfehlungen zu entwickeln. Digital Literacy (Digitale Schlüsselkompetenzen): Die Studierenden erlernen den Umgang mit digitalen Werkzeugen zur effizienten und effektiven Datenanalyse. Lösungsfähigkeit (Klassische Kompetenzen): Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeit, komplexe und praxisrelevante Fragestellungen durch einen strukturierten und wissenschaftlichen Ansatz zu lösen. Urteilsfähigkeit (Transformative Kompetenzen): Die Studierenden lernen, Daten, Informationsquellen und Ergebnisse kritisch zu bewerten.
Modulinhalte:	• Grundlagen • Explorative Untersuchungen • Deskriptive Untersuchungen • Kausale Untersuchungen
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung in seminaristischem Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Dauer: 60 Min. Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: Marketing, Quantitative Methoden III
Empfohlene Literatur:	Backhaus, K., Erichson, B., Gensler, S., Weiber, R., & Weiber, T. (2021). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung (16. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden. Chapman, C., & Feit, E. M. (2019). R For Marketing Research and Analytics (2. Aufl.). Springer International Publishing. Eisend, M., & Kuß, A. (2021). Grundlagen empirischer Forschung: Zur Methodologie in der Betriebswirtschaftslehre (2. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden.

Homburg, C. (2020). Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung (7. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden.

Koch, J., & Riedmüller, F. (2021). Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen (8. Aufl.). De Gruyter Oldenbourg.

Kreis, H., Wildner, R., & Kuß, A. (2021). Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse (7. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden.

Magerhans, A. (2016). Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung. Springer Fachmedien Wiesbaden.

Navarro D. J., & Foxcroft D. R. (2022). learning statistics with jamovi: a tutorial for psychology students and other beginners (Version 0.75).

Steffen, A., & Doppler, S. (2019). Einführung in die Qualitative Marktforschung: Design – Datengewinnung – Datenauswertung. Springer Fachmedien Wiesbaden.

Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:

Betriebswirtschaftslehre

Besonderheiten:

-

Letzte Aktualisierung:

SS 2024

12.3 Marketing Analytics Projekt

Modulnummer:	S01.03
Modulbezeichnung:	Marketing Analytics Projekt
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch und Englisch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Marco Motullo
Dozierende:	Prof. Dr. Marco Motullo
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden können praktikable, datenbasierte Marketingempfehlungen entwickeln und bewerten... WOMIT: indem sie im Rahmen eines Marketing Analytics Projekts aus dem Bereich des nachhaltigen Konsumverhaltens in Teamarbeit eine praxisrelevante Untersuchungsfragestellung definieren, ein geeignetes Untersuchungsdesign entwickeln, zielgerichtet Daten erheben, die erhobenen Daten mithilfe geeigneter Analysemethoden auswerten, die Ergebnisse kritisch bewerten, Schlussfolgerungen ziehen und diese dokumentieren sowie präsentieren. Dabei identifizieren und nutzen sie relevante Forschungserkenntnisse und wissenschaftliche Methoden... WOZU: ... um in der beruflichen Praxis zielführende Marketing Analytics Projekte durchzuführen und datenbasierte Marketingempfehlungen zu geben.
Handlungsfelder der TH Köln:	Das Modul zählt insbesondere auf die folgenden Handlungsfelder der TH Köln ein: Global Citizenship: Die Studierenden reflektieren ihre Entscheidungen und Handlungen während des Projekts kritisch und setzen sich konstruktiv-kritisch mit den Entscheidungen anderer auseinander, indem sie Feedback erhalten und geben. Das Modul fördert die kritische Auseinandersetzung mit nachhaltigem Konsumverhalten. Interdisziplinarität: Das Modul erfordert Teamarbeit und die Anwendung von Methoden aus verschiedenen Disziplinen, um komplexe Marketing Analytics Projekte durchzuführen. Transfer: Die Studierenden erarbeiten Lösungen für praxisrelevante Fragestellungen, indem sie den aktuellen Forschungsstand berücksichtigen, wissenschaftliche Methoden anwenden und möglicherweise mit Praxispartnern interagieren. Employability: Durch die Durchführung eines Projekts und die Anwendung von Marketing Analytics Methoden erwerben die Studierenden praxisrelevante Fähigkeiten, die ihre Beschäftigungsfähigkeit erhöhen. Wissenschaftlichkeit:

Die Studierenden werden in die empirische Forschung eingeführt und lernen, Daten zu erheben und auszuwerten sowie Ergebnisse zu dokumentieren und präsentieren, wodurch ihre wissenschaftlichen Fähigkeiten gestärkt werden.

Diversity:

Die Zusammenarbeit in Teams und die Berücksichtigung unterschiedlicher Perspektiven fördern die Anerkennung und Wertschätzung von Vielfalt.

Demokratisierung:

Studierende können aktiv an der Gestaltung der Projekte mitwirken und ihre Meinungen und Vorschläge in den Entscheidungsprozess einbringen, z.B. bei der Definition der Untersuchungsfragestellung und durch gemeinsame Reflexion.

Digitalisierung:

Das Modul integriert digitale Werkzeuge und Techniken in den Lernprozess (z.B. Datenerhebungsmethoden, Analysesoftware, kollaborative Kommunikationstools) und stärkt dadurch die digitalen Kompetenzen der Studierenden.

Future Skills:

Das Modul zählt insbesondere auf die folgenden Future Skills ein:

Data Analytics & KI (Technologische Kompetenzen):

Die Studierenden erlernen die Analyse von Daten mithilfe von Analysesoftware und KI, um datenbasierte Marketingempfehlungen zu entwickeln.

Digital Literacy (Digitale Schlüsselkompetenzen):

Die Studierenden erlernen die Nutzung digitaler Werkzeuge und Techniken zur Datenerhebung und -analyse sowie zur Kollaboration.

Digitale Kollaboration (Digitale Schlüsselkompetenzen):

Teamarbeit und die Nutzung von Kollaborationssoftware fördern die Fähigkeit der Studierenden, effektiv und effizient in Projekten zusammenzuarbeiten.

Lösungsfähigkeit (Klassische Kompetenzen):

Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeit, komplexe und praxisrelevante Fragestellungen strukturiert und wissenschaftlich zu lösen.

Kreativität (Klassische Kompetenzen):

Die Formulierung innovativer und praxisrelevanter Untersuchungsfragestellungen, die Ausgestaltung eines adäquaten Untersuchungsdesigns und die Ableitung von Marketingempfehlungen fördert die Kreativität.

Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative (Klassische Kompetenzen):

Die Studierenden lernen, eigenständig Marketing Analytics Projekte zu planen und durchzuführen, um praxisrelevante Lösungen zu entwickeln.

Resilienz (Klassische Kompetenzen):

Die Herausforderungen der Projektdurchführung stärken die Belastbarkeit und Flexibilität der Studierenden.

Urteilsfähigkeit (Transformative Kompetenzen):

Die Studierenden lernen, Daten, Informationsquellen, Ergebnisse und Empfehlungen kritisch zu bewerten.

Dialog- und Konfliktfähigkeit (Transformative Kompetenzen):

Durch die Teamarbeit, die konstruktive Auseinandersetzung mit den Entscheidungen und Handlungen anderer sowie die Präsentation und Diskussion ihrer Ergebnisse entwickeln die Studierenden ihre Fähigkeit, Dialoge zu führen und Konflikte zu lösen.

Modulinhalte:

Die Studierenden führen im Team ein konkretes Marketing Analytics Projekt durch:

1. Festlegung der Untersuchungsfragestellung
2. Bestimmung des Untersuchungsdesigns
3. Durchführung der Datenerhebung

	4. Durchführung der Datenauswertung und Entwicklung von Handlungsempfehlungen 5. Verfassen eines schriftlichen Untersuchungs-/Reflexionsberichtes 6. Präsentation der Ergebnisse und Schlussfolgerungen
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, projektbasiertes/forschendes Lernen
Prüfungsformen:	Hausarbeit/Bericht: 70 % und Mündliche Prüfung/Präsentation 30 %
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: Marketing Analytics, Quantitative Methoden III
Empfohlene Literatur:	Backhaus, K., Erichson, B., Gensler, S., Weiber, R., & Weiber, T. (2021). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung (16. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden. Chapman, C., & Feit, E. M. (2019). R For Marketing Research and Analytics (2. Aufl.). Springer International Publishing. Eisend, M., & Kuß, A. (2021). Grundlagen empirischer Forschung: Zur Methodologie in der Betriebswirtschaftslehre (2. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden. Homburg, C. (2020). Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung (7. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden. Koch, J., & Riedmüller, F. (2021). Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen (8. Aufl.). De Gruyter Oldenbourg. Kreis, H., Wildner, R., & Kuß, A. (2021). Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse (7. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden. Magerhans, A. (2016). Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung. Springer Fachmedien Wiesbaden. Navarro D. J., & Foxcroft D. R. (2022). learning statistics with jamovi: a tutorial for psychology students and other beginners (Version 0.75). Steffen, A., & Doppler, S. (2019). Einführung in die Qualitative Marktforschung: Design – Datengewinnung – Datenauswertung. Springer Fachmedien Wiesbaden. Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	je nach Passung und Möglichkeit: Einbindung von Praxispartnern Ausgewählte Veranstaltungsinhalte (z.B. Literatur) können in englischer Sprache bereitgestellt werden.
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

12.4 Digitales Marketing

Modulnummer:	S01.W01
Modulbezeichnung:	Digitales Marketing
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. oder 6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Linn Viktoria Zaglauer
Dozierende:	Prof. Dr. Marco Motullo Prof. Dr. Linn Viktoria Zaglauer
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden können die Folgen der <i>Digitalisierung</i> für Unternehmensführung und insbesondere für das Marketing beschreiben und kritisch reflektieren und sie können verschiedene digitale Marketing-Instrumente im Marketing-Mix benennen, erklären, analysieren und orchestrieren... WOMIT: ...indem sie selbst eine Analyse der digitalen Marketing-Instrumente eines Unternehmens aus der Praxis durchführen (<i>Transfer</i> in die Praxis) und konkrete Vorschläge zur Optimierung des digitalen Marketings dieses Unternehmens erarbeiten sowie eine eigene digitale Marketingkampagne entwickeln... WOZU: ...um beispielsweise im Rahmen eines Marketingpraktikums oder einer Anstellung im Marketing selbst eine Analyse der digitalen Marketing-Instrumente des Unternehmens durchführen und konkrete Vorschläge zur Optimierung des digitalen Marketings dieses Unternehmens erarbeiten und eigene digitale Marketingkampagnen entwickeln zu können und damit die <i>Beschäftigungsbefähigung (Employability)</i> zu gewährleisten.
Handlungsfelder der TH Köln:	Dieses Modul zählt auf die folgenden Handlungsfelder der TH Köln ein (siehe auch <i>kursiv</i> in den Learning Outcomes): 1. <i>Digitalisierung</i> 2. <i>Transfer</i> 3. <i>Beschäftigungsbefähigung/Employability</i>
Future Skills:	Dieses Modul zählt auf die folgenden Future Skills ein: 1. <i>Kreativität</i> (Klassische Kompetenzen) Durch die Entwicklung von Optimierungsvorschlägen und der Entwicklung einer eigenen digitalen Marketingkampagne wird die Kreativität der Studierenden gefordert und gefördert. 2. <i>Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative</i> (Klassische Kompetenzen) Die Präsentation wird in einer Gruppenarbeit erstellt, dadurch lernen die Studierenden u.a. wie es ist, selbstständig eine Gruppe zu organisieren und auch mögliche Schwierigkeiten in der Gruppenarbeit zu lösen, womit unternehmerisches Handeln und Eigeninitiative gefordert und gefördert wird. 3. <i>Digital Learning</i> (Digitale Schlüsselkompetenz)

Wie mit digitalen Informationen umgegangen wird lernen die Studierenden u.a. bei der Bewertung und Entscheidung, welche digitalen Kanäle sie wie für das Digitalmarketing des jeweiligen Unternehmens einsetzen möchten.

Modulinhalte:	1. Einführung in die Digitalisierung 2. Einführung in das Digitalmarketing 3. Data Analytics im Digitalmarketing 4. Strategische Marketingplanung & Ziele im Digitalmarketing 5. Marketing-Mix im Digitalen Marketing 6. Produktpolitik im Digitalen Marketing 7. Preispolitik im Digitalen Marketing 8. Distributionspolitik im Digitalen Marketing 9. Kommunikationspolitik im Digitalen Marketing 10. Implementierung und Umsetzung im Digitalmarketing
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	50% Präsentation und 50% Klausur
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	mindestens: Modul „Marketing“ idealerweise ergänzt durch das Modul „Applied Marketing Analytics“
Empfohlene Literatur:	Bünthe, C. (2023). <i>So geht Digital Marketing - Tools, Tipps und Trends für die Praxis</i>. Springer Gabler. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice</i> (8. Auflage). Pearson Education Limited. Desai, V. (2019). Digital Marketing: A Review. <i>International Journal of Trend in Scientific Research and Developement</i>, 5(5), 196-200. Dunakhe, K., & Panse, C. (2022). Impact of digital marketing – a bibliometric review. <i>International Journal of Innovation Science</i>, 14(3/4), 506-518. Ghorbani, Z., Kargar, S., Saberi, A., Haghighinasab, M., Jamali, S. M., & Ebrahim, N. A. (2022). Trends and patterns in digital marketing research: bibliometric analysis. <i>Journal of Marketing Analytics</i>, 10, 158-172. Kollmann, T. (2020). <i>Digital Marketing: Grundlagen der Absatzpolitik in der Digitalen Wirtschaft</i> (3. Auflage). Kohlhammer. Kreutzer, R. T. (2021). <i>Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte - Instrumente - Checklisten</i> (4. Auflage). Springer Gabler. Krishen, A. S., Dwivedi, Y. K., Bindu, N., & Kumar, K. S. (2021). A broad overview of interactive digital marketing: A bibliometric network analysis. <i>Journal of Business Research</i>, 131, 183-195. Lammenet, E. (2024). <i>Praxiswissen Online-Marketing</i> (9. Auflage). Springer Gabler. Schwarz-Musch, A., Tauchhammer, A., & Guetz, B. (2022). <i>Quick Guide Digital Marketing Roadmap - Analyse, Konzeptentwicklung und Erfolgsmessung Ihres Digitalen Marketings</i>. Springer Gabler.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	je nach Passung Gastreferenten je nach Möglichkeit Praxispartner
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2024

12.5 Hot Topics in Marketing

Modulnummer:	S01.W02
Modulbezeichnung:	Hot Topics in Marketing als „Minimal Viable Product“ (MVP)
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. oder 6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Linn Viktoria Zaglauer
Dozierende:	Prof. Dr. Zelal Ates Prof. Dr. Marco Motullo Prof. Dr. Jörg Reblin Prof. Dr. Linn Viktoria Zaglauer
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden sind vertraut mit aktuellen „Hot Topics“, also aktuellen Trendthemen und Entwicklungen im Marketing, mit Überschneidungen zu anderen Fachgebieten (<i>Interdisziplinarität</i>), und können diese Themen entsprechend benennen, erläutern, bewerten, und beurteilen, welche Folgen diese „Hot Topics“ für die Marketingpraxis haben... WOMIT: ...indem sie ein eigenes „Hot Topic“ entsprechend der agilen Arbeitsweise recherchieren und dieses nach jedem Sprint als Präsentation, verstanden als „Minimal Viable Product“ (MVP), vorstellen, diskutieren und im nächsten Sprint weiter optimieren (<i>Transfer</i> in die Praxis)... WOZU: ...um für die Marketingpraxis (Praktikum, Job) zum einen inhaltlich im Marketing die aktuellen „Hot Topics“ benennen, erläutern und bewerten zu können und zum anderen um selbst die agile Arbeitsweise bei der Entwicklung eines MVP für die <i>Beschäftigungsbefähigung</i> (<i>Employability</i>) erprobt zu haben.
Handlungsfelder der TH Köln:	Dieses Modul zählt auf die folgenden Handlungsfelder der TH Köln ein (siehe auch <i>kursiv</i> in den Learning Outcomes): 1. <i>Interdisziplinarität</i> 2. <i>Transfer</i> 3. <i>Beschäftigungsbefähigung/Employability</i>
Future Skills:	Dieses Modul zählt auf die folgenden Future Skills ein: 1. <i>Agiles Arbeiten</i> (Digitale Schlüsselkompetenz) Durch die Arbeit als agiles Team und der Erstellung und Optimierung eines eigenen MVP lernen die Studierenden agiles Arbeiten im konkreten Anwendungsfall. 2. <i>Digital Ethics</i> (Digitale Schlüsselkompetenzen) Die Erstellung des MVP, also das Halten einer Präsentation zu einem „Hot Topic“, umfasst die Recherche und Bewertung von digitalen Informationen und den kritischen Umgang damit. 3. <i>Digital Literacy</i> (Digitale Schlüsselkompetenz) Für die Erstellung der Präsentationen erarbeiten sich die Studierenden u.a. eine grundlegende Fähigkeit im Umgang mit digitalen Informationen und Software.

Modulinhalte:

Die fachlichen Inhalte stehen nicht vorab fest, sondern sollen variieren, damit auf aktuelle „Hot Topics“ eingegangen werden kann. Die Idee ist es, den gesamten Kurs entsprechend der agilen Arbeitsweise zu planen und umzusetzen. Agile Arbeitsweise an sich ist ein laufendes „Hot Topic“ im Marketing.

Für die Planung des Kurses bedeutet dies, dass die Inhalte und die Ergebnisse nicht am Anfang des Kurses feststehen, sondern in den Studierenden-Teams agil während des Semesters entwickelt werden. Dabei ist der Kurs selbst entsprechend der agilen Arbeitsweise als „Minimal Viable Product“ (MVP) zu verstehen. Die von den Studierenden in Gruppen zu erarbeitenden MVPs sind kurze Präsentationseinheiten zu dem jeweiligen „Hot Topic“.

Gesetzt als inhaltlicher Block ist der zur agilen Arbeitsweise im Marketing, da dies auch die Struktur und das Vorgehen im Modul erläutert. Je nach Anzahl der Teilnehmenden und nach Anzahl der Sitzungen im Semester wird der Kurs in mehrere „Sprints“ unterteilt. Jede Studiengruppe erarbeitet in den jeweiligen Sprints ein eigenes „Hot Topic“ und stellt das dazugehörige MVP in mehreren Zwischenpräsentationen vor. Ein Sprint dauert circa 3 Wochen. Nach der Zwischenpräsentation wird das MVP weiter bearbeitet und dann nach Ende des Sprints erneut in seiner optimierten Version vorgestellt.

1. Sitzung:

Agile Arbeitsweise im Marketing: Was bedeutet agiles Arbeiten? Was ist „Scrum“? Was macht ein Product Owner? Was ist ein „Minimal Viable Product“ (MVP)? Wie läuft dieser Kurs ab?

2. bis 4. Sitzung:

Erster Sprint mit erstem MVP in der 4. Sitzung

5. bis 7. Sitzung:

Zweiter Sprint mit nächstem MVP in der 7. Sitzung

8. bis 10. Sitzung:

Dritter Sprint mit nächstem MVP in der 10. Sitzung

11. bis 13. Sitzung:

Vierter Sprint mit letztem MVP in der 13. Sitzung

Derzeit könnten z.B. mögliche Inhalte zu den „Hot-Topics“ die Folgenden sein:

1. KI & Marketing
Was bedeutet AI für die Arbeitswelt im Marketing? Wie nutzen wir AI im Marketing bereits? Worauf müssen wir achten?
2. Retail Marketing
Neuer Hype im Marketing ist Retail Marketing. Was bedeutet das konkret, wie gehen wir damit um? Welche Kompetenzen brauchen wir?
3. Nachhaltigkeitsmarketing vs. Green Washing
Immer noch Trend ist NH-Marketing. Was gehört alles dazu? Wie gehen wir als Unternehmen damit um? Was ist der verpflichtende Nachhaltigkeitsbericht? Wie integrieren wir das in die Marketingstrategie? Wie sehen NH-Visuals aus etc.?
4. Eigenständige Recherche der Studierenden von neuen und relevanten weiteren „Hot Topics“

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht

Prüfungsformen:

100% Präsentation

Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.

**Workload
(25 bis 30 ± 1 ECTS credit):**

4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand

Präsenzzeit:

60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)

Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	mindestens: „Marketing“
Empfohlene Literatur:	Kaiser, F., & van Bennekum, A. (2022). <i>Scrum? Frag doch einfach!: Klare Antworten aus erster Hand</i> (2. Aufl.). UTB. Kröger, J., & Marx, S. (2020). <i>Agile Marketing: Marketing in dynamischen Zeiten: Mindset – Methoden – Tools</i>. Springer Gabler. Scherm, M. J. (2024). <i>Agiler Vertrieb mit Scrum: Aufbau und Management performanter B2B-Vertriebsorganisationen</i>. Springer Gabler. Simschek, R., & van Bennekum, A. (2023). <i>Agilität? Frag doch einfach!: Klare Antworten aus erster Hand</i> (3. Aufl.). UTB. Weitere Literatur zu den jeweiligen „Hot Topics“ stellen die Studierenden selbst zusammen.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	je nach Passung Gastreferenten
Letzte Aktualisierung:	SoSe 2024

12.6 Services Marketing & Sustainability

Modulnummer:	S01.W03
Modulbezeichnung:	Services Marketing & Sustainability
Art des Moduls:	Elective
ECTS credits:	6
Sprache:	Englisch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. oder 6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Zelal Ates
Dozierende:	Prof. Dr. Zelal Ates
Learning Outcome:	In accordance with the specific learning objectives of this bachelor programme, at the end of this course, students will be able to develop <i>creative</i>, <i>innovative</i> and <i>sustainable</i> marketing strategies intended to contribute to a <i>transformation</i> to a more <i>sustainable</i> society by - describing the ambivalent relationship between <i>sustainability</i> and marketing - exploring and critically reflecting socio-ecological problems in case studies - conducting <i>data collection</i> and <i>data-based analyses</i> on barriers and drivers of <i>sustainable consumption</i> for a selected industry in small teams - effectively applying the fundamentals of services marketing and management for a selected industry in small teams - comparing different <i>sustainable</i> marketing concepts for a selected industry in small teams - fostering <i>dialogue</i> and applying <i>agile</i> working methods in small teams in order to - enhance students' <i>global citizenship mindset</i>, - empower students to act both <i>entrepreneurially</i> as well as <i>responsibly</i>, - raise students' <i>resilience</i> in facing challenges, - increase students' <i>scientific competence</i>, <i>problem-solving skills</i>, <i>judgement skills</i>, <i>decision-making competence</i> and consequently <i>their employability</i> to take on responsible positions.

Modulinhalte:	This course is intended for students who wish to complement their theoretical and practical knowledge in marketing and to stimulate their critical thinking skills concerning services marketing, marketing ethics and sustainability issues. Whether it is the socio- environmental impact of reverse logistics and last-mile delivery in e-commerce or of urban mobility, sustainability issues are the biggest challenges facing business and society. In this course, students will recognize how the increasing importance of product use and access over ownership creates a framework for more efficient and environmentally friendly resource utilization such as new mobility and sharing services on the one hand and moves the focus from the exchange of products to that of services on the other hand. The course shows how the complexities of sustainability issues can be integrated into services marketing and management using examples of real business cases and students performing their own group projects. The following topics are addressed in this course: 1. Understanding Sustainability and Marketing 2. Socio-Ecological Problems 3. Sustainable Consumer Behaviour 4. Demarketing for Sustainability 5. Service Economy: from Products to Services 6. Sharing Economy, Access-based Consumption and Collaborative Consumption 7. Principles of Services Marketing i. Service Quality and Servqual-Model ii. Services Marketing Mix 8. Artificial Intelligence, Robotics and the Future of Services Inclusion, Equality and Well-being of Service Employees
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar-like lecture including class discussions, case studies and group projects. This course is taught in English, however, students are free to participate in German.
Prüfungsformen:	The assessment for this course consists of an individual written exam and a team-based pitch presentation in the frame of a student group project. Acting as marketing consultants for a new sustainable venture in a specific industry, students will develop and deliver a comprehensive marketing strategy. This pitch has to reflect and incorporate key concepts covered throughout the course. Written exam: single-choice questions test ("Schriftliche Prüfung im Antwortauswahlverfahren", 60%) Group project: pitch presentation („mündlicher Beitrag“, 40%) and self-reflection paper (submission only, no grade) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Marketing
Empfohlene Literatur:	Belz, F.M., Peattie, K. (2012): Sustainability Marketing: A Global Perspective, 2nd ed., Chichester: Wiley. Bhattacharyya, Jishnu, Manoj Kumar Dash, Chandana Hewege, M. S. Balaji und Weng Marc Lim, 2022. Social and sustainability marketing: a casebook for reaching your socially responsible consumers through marketing science. 1st ed., Boca Raton, FL: Routledge, Taylor & Francis Group. Bruhn, Manfred und Karsten Hadwich, 2024. Sustainable Service Management: Band 1: Nachhaltigkeit aus Sicht von Kunden und Mitarbeitern. 1st ed., 2024. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Grönroos, C. (2013): Service Management and Marketing: customer management in service competition, 3rd ed., Wiley. Lovelock, C. and Wirtz, J. (2021): Services Marketing: people, technology, strategy, 9th ed., World Scientific Publishing.

	Peterson, Mark, 2021. Sustainable marketing: a holistic approach. 2 nd edition. Los Angeles: Sage
	Meffert, Heribert, Peter Kenning und Manfred Kirchgeorg, 2014. Sustainable Marketing Management: Grundlagen und Cases. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
	Zeithaml, V. A./Bitner, M. J./Gremler, D./Mende, M. (2023): Services Marketing, 8 th ed., Mc Graw Hill.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	05.11.2024

13 Externes Rechnungswesen

13.1 Internationale Rechnungslegung (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S02.01
Modulbezeichnung:	Internationale Rechnungslegung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Sven Schäfer
Dozierende:	Prof. Dr. Lilia Pasch
Learning Outcome:	WAS? Die Studierenden können zielorientierte Bilanzierungsentscheidungen im Rahmen der Erstellung des IFRS-Abschlusses treffen. WOMIT? Indem die Studierenden • die zu bilanzierenden Sachverhalte analysieren (analytisches Denken), • die dafür relevanten gesetzlichen Vorschriften bestimmen und anwenden und bei Bedarf finanzmathematische Formeln auswählen und nutzen (Entscheidungs- und Problemlösungskompetenz), • die Auswirkung der Bilanzierungsentscheidungen auf die Bilanz, Gesamtergebnisrechnung und den Anhang überprüfen (kritisches Denken und Urteilskompetenz), • Gesetzesänderungen analysieren und zu deren Wirkungen Stellung nehmen (Veränderungskompetenz), • Berechnungen für die Lösung von Bilanzierungsproblemen mit Hilfe von Excel durchführen (Digital Literacy). WOZU? Um später • die Auswirkung unternehmerischer Entscheidungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens einschätzen zu können, • im Unternehmen IFRS-Abschlüsse zu erstellen und die Bilanz, Gesamtergebnisrechnung und den Anhang zielorientiert zu gestalten.
Modulinhalte:	• Grundlagen der internationalen Rechnungslegung • Sachanlagen und Finanzinvestitionen • Immaterielle Vermögenswerte • Wertminderung von Vermögenswerten • Leasing • Vorräte • Finanzinstrumente • Rückstellungen • Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche • Latente Steuern • Weitere Sachverhalte (Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, Methoden- und Schätzungsänderungen, Korrektur von Bilanzierungsfehlern)
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 %, Dauer: 45 min Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.

Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Module „Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens“ und „Externes Rechnungswesen“
Empfohlene Literatur:	• Baetge, J., Kirsch, H.-J. & Thiele, S. (2024). <i>Bilanzen</i> (17. Auflage). Düsseldorf: IDW-Verlag GmbH. • Baetge, J., Kirsch, H.-J. & Thiele, S. (2022). Übungsbuch <i>Bilanzen</i> (7. Auflage). Düsseldorf: IDW-Verlag GmbH. • Brune, J. et al. (2020). <i>Beck'sches IFRS-Handbuch</i> (6. Auflage). München: C.H. Beck. • Buchholz, R. (2023). <i>Internationale Rechnungslegung</i> (16. Auflage). Berlin: Erich Schmidt Verlag. • Coenenberg, A. G., Haller, A. & Schultze, W. (2024). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</i> (27. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Coenenberg, A. G., Haller, A. & Schultze, W. (2024). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse – Aufgaben und Lösungen</i> (19. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Lüdenbach, N., Hoffmann, W.-D. & Freiberg, J. (2024). <i>Haufe IFRS Kommentar</i> (22. Auflage). Freiburg u.a.: Haufe Group. • Pellens, P. et al. (2021). <i>Internationale Rechnungslegung</i> (11. Auflage). Freiburg: Schäffer-Poeschel. • Petersen, K., Bansbach, F. & Dornbach, E. (2023). <i>IFRS Praxishandbuch</i> (15. Auflage). München: Verlag Franz Vahlen.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	i.d.R. Gastvortrag aus der Praxis
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

13.2 Konzernrechnungslegung (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S02.02
Modulbezeichnung:	Konzernrechnungslegung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Sven Schäfer
Dozierende:	Prof. Dr. Sven Schäfer
Learning Outcome:	WAS? Die Studierenden können zielorientierte Bilanzierungsentscheidungen im Rahmen der Erstellung des handelsrechtlichen Konzernabschlusses treffen. WOMIT? Indem die Studierenden • die zu bilanzierenden Sachverhalte analysieren (analytisches Denken), • die dafür relevanten gesetzlichen Vorschriften bestimmen und anwenden (Entscheidungs- und Problemlösungskompetenz), • die Auswirkung der Bilanzierungsentscheidungen auf die Konzernbilanz, Konzerngewinn- und Verlustrechnung, den Konzernanhang sowie den Konzernlagebericht überprüfen (kritisches Denken und Urteilskompetenz), • Gesetzesänderungen analysieren und zu deren Wirkungen Stellung nehmen (Veränderungskompetenz), • Problemstellungen der Kommunikation in internationalen Konzernen kennenlernen und Lösungsmöglichkeiten diskutieren (interkulturelle Kommunikation), • Berechnungen für die Lösung von Bilanzierungsproblemen mit Hilfe von Excel durchführen (Digital Literacy). WOZU? Um später • die Auswirkung unternehmerischer Entscheidungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns einschätzen zu können, • im Unternehmen handelsrechtliche Konzernabschlüsse zu erstellen und die Konzernbilanz, Konzerngewinn- und Verlustrechnung, den Konzernanhang und ggf. Konzernlagebericht zielorientiert zu gestalten.
Modulinhalte:	• Grundlagen der Konzernrechnungslegung • Konzernrechnungslegungspflicht und Konsolidierungskreis • Erstellung der Handelsbilanz II • Konsolidierungsmaßnahmen • Quotenkonsolidierung • Equity-Bewertung • Konzernanhang • Konzernlagebericht
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 %, Dauer: 45 min Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)

Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module „Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens“ und „Externes Rechnungswesen“
Empfohlene Literatur:	• Baetge, J., Kirsch, H-J. & Thiele S. (2024). <i>Konzernbilanzen</i> (15. Auflage). Düsseldorf: IDW Verlag GmbH. • Busse von Colbe, W. et al. (2010). <i>Konzernabschlüsse</i> (9. Auflage). Wiesbaden: Gabler. • Coenenberg, A. G., Haller, A. & Schultze, W. (2024). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</i> (27. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Dicken, A. J. et al. (2024). <i>Bilanzrecht</i> (2. Auflage). München: C.H. Beck. • DRSC (2000). <i>Deutsche Rechnungslegungs Standards (DRS)</i>. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Gräfer, H. & Scheld, G. A. (2016). <i>Grundzüge der Konzernrechnungslegung</i> (13. Auflage). Berlin: Erich Schmidt Verlag. • Grottel, B. et al. (2024). <i>Beck'scher Bilanz-Kommentar</i> (14. Auflage). München: C.H. Beck. • Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (2023). <i>WP Handbuch: Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung</i> (18. Auflage). Düsseldorf IDW Verlag GmbH. • Küting, K. & Weber, C.-P. (2018). <i>Der Konzernabschluss</i> (14. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Schildbach, T. & Feldhoff, P. (2018). <i>Der Konzernabschluss nach HGB und IFRS</i> (8. Auflage). Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

13.3 Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung

Modulnummer:	S02.03
Modulbezeichnung:	Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Jörg Meinen
Dozierende:	Prof. Dr. Jörg Meinen
Learning Outcome:	Teil 1 „Unternehmensanalyse“ WAS? Die Studierenden können Unternehmen oder Konzerne im Hinblick auf deren ökonomische Lage und Zukunftsaussichten beurteilen. WOMIT? Indem die Studierenden • selbständig und begründet entscheiden, welche Methoden zur Analyse eines ausgewählten Unternehmens benötigt werden (Urteils- und Entscheidungskompetenz), • eine Unternehmensanalyse durchführen (analytisches Denken und Problemlösungskompetenz). WOZU? Um später • der Unternehmensführung entscheidungsrelevante Informationen über die ökonomische Lage und Zukunftsaussichten eines Unternehmens oder Konzerns zur Verfügung zu stellen. Teil 2 „Unternehmensbewertung“ WAS? Die Studierenden können Unternehmen sowie Unternehmensanteile anlassabhängig auf deren Wert hin analysieren. WOMIT? Indem die Studierenden • selbständig und begründet entscheiden, welche Methoden und Formeln zur Bewertung eines ausgewählten Unternehmens benötigt werden (Urteils- und Entscheidungskompetenz), • eine rechnerische Unternehmensbewertung durchführen (analytisches Denken und Problemlösungskompetenz), • Berechnungen für die Unternehmensbewertung mit Hilfe von Excel durchführen (Digital Literacy). WOZU? Um später • im Unternehmen entscheidungsnützliche, anlassabhängige Werte von Unternehmen sowie Unternehmensanteilen zu ermitteln.
Modulinhalte:	• Begriff, Ziele, Grenzen, Methoden und Techniken der Unternehmensanalyse • Aufbereitung des Jahresabschlusses und übriger externer Rechnungslegungsinstrumente • Analyse und Interpretation der externen Rechnungslegungsinstrumente • Kritische Würdigung der Analyseinstrumente • Anlässe und Konzeptionen der Unternehmensbewertung • Darstellung und kritische Würdigung der Unternehmensbewertungsmethoden
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 %, Dauer: 45 min

	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module „Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens“ und „Externes Rechnungswesen“
Empfohlene Literatur:	• Coenenberg, A. G., Haller, A. & Schultze, W. (2024). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</i> (27. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (2008). <i>IDW Standard: Grundsätze zur Durchführung von Unternehmensbewertungen</i> (IDW S1 i.d.F. 2008), IDW-FN 2008, S. 271-292. • Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (2018). <i>Bewertung und Transaktionsberatung</i>. Düsseldorf: IDW-Verlag. • Küting, P. & Weber, C.-P. (2015). <i>Die Bilanzanalyse</i> (11. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

13.4 Spezialfragen externer Rechnungslegung

Modulnummer:	S02.W01
Modulbezeichnung:	Sonderprobleme externer Rechnungslegung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Jörg Meinen
Dozierende:	Prof. Dr. Jörg Meinen
Learning Outcome:	WAS? Die Studierenden können zielorientierte Bilanzierungsentscheidungen für besonders problematische Geschäftsvorfälle im Rahmen der Erstellung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses treffen. WOMIT? Indem die Studierenden • die zu bilanzierenden Sachverhalte analysieren (analytisches Denken), • die dafür relevanten gesetzlichen Vorschriften bestimmen und anwenden und bei Bedarf finanzmathematische Formeln auswählen und nutzen (Entscheidungs- und Problemlösungskompetenz), • eine Gewinn- und Verlustrechnung, einen Anhang und einen Lagebericht aufstellen (Entscheidungs- und Problemlösungskompetenz, kritisches Denken und Urteilskompetenz), • Gesetzesänderungen analysieren und zu deren Wirkungen Stellung nehmen (Veränderungskompetenz), • Berechnungen für die Lösung von Bilanzierungsproblemen mit Hilfe von Excel durchführen (Digital Literacy). WOZU? Um später • die Auswirkung unternehmerischer Entscheidungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens einschätzen zu können, • im Unternehmen handelsrechtliche Jahresabschlüsse und Lageberichte zu erstellen und zielorientiert zu gestalten.
Modulinhalte:	• Ausgewählte Sonderprobleme bei einzelnen Bilanzposten, insbesondere ◦ Besonderheiten bei derivativen Finanzinstrumenten ◦ Bilanzierung periodenübergreifender Fertigungsaufträge ◦ Pensionsrückstellungen ◦ Besonderheiten beim Eigenkapital • Latente Steuern und Haftungsverhältnisse • Aufbau und Posten der Gewinn- und Verlustrechnung • Anhang und Lagebericht
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 %, Dauer: 45 min Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)

Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Module „Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens“ und „Externes Rechnungswesen“
Empfohlene Literatur:	• Baetge, J., Kirsch, H-J. & Thiele, S. (2024). <i>Bilanzen</i> (17. Auflage). Düsseldorf: IDW Verlag GmbH. • Coenenberg, A. G., Haller, A. & Schultze, W. (2024). <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</i> (27. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Grottel, B. et al. (2024). <i>Beck'scher Bilanzkommentar</i> (14. Auflage). München: C.H. Beck.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

13.5 Corporate Finance

Modulnummer:	S02.W03
Modulbezeichnung:	Corporate Finance
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Zur ausführlichen Modulbeschreibung siehe Abschnitt 18.4 im Schwerpunkt „Investition und Finanzierung“	

13.6 Nachhaltigkeitsberichterstattung

Modulnummer:	S02.W04
Modulbezeichnung:	Nachhaltigkeitsberichterstattung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Zur ausführlichen Modulbeschreibung siehe Abschnitt 20.2 im Schwerpunkt „Nachhaltige Unternehmenssteuerung“	

14 Management und Controlling

14.1 Operatives Controlling (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S03.01
Modulbezeichnung:	Operatives Controlling
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS (Credits):	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche:	Prof. Dr. Ursula Binder
Dozierende:	Prof. Dr. Ursula Binder, Prof. Dr. Daniel Schmitt
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden sind in der Lage, für eine betriebswirtschaftliche Problemstellung mithilfe bekannter Controllinginstrumente und relevanter Tools optimale Handlungsempfehlungen abzuleiten, indem sie WOMIT: • ausgewählte Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung für reale komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen anwenden und daraus fundierte Entscheidungsvorschläge ableiten (► Urteilsfähigkeit, Lösungsfähigkeit) • detaillierte Forecasts sowie Planungen / Budgetierungen erstellen, Plan-Ist-Abweichungen analysieren und Maßnahmen ableiten (► Urteilsfähigkeit, Lösungsfähigkeit), • finanzielle Szenarien mit Excel-Simulationen, die auf professionellen Standards basieren, modellieren und darin Liquiditätsströme integrieren und die Ergebnisse beurteilen (► Urteilsfähigkeit, Lösungsfähigkeit), • Schlüsselkennzahlen und Berichtsformate (inkl. Nachhaltigkeitsberichte) interpretieren, bewerten und entwickeln (► Lösungsfähigkeit, Urteilsfähigkeit, Veränderungskompetenz, Kreativität) • Projekte mithilfe relevanter KPIs beurteilen und ein Projektportfolio gestalten (► Urteilsfähigkeit, Lösungsfähigkeit), • KI-Tools und ESG-Softwarelösungen oder anderweitige Tools im Controlling-Kontext anwenden (► Digital Literacy, Digital Ethics, Digital Learning) WOZU: ...um im späteren Berufsalltag an der zielorientierten Steuerung des Unternehmens mitzuwirken – entweder in der Rolle des:r Controller:in, in der Unternehmensstrategie /-entwicklung oder in den Fachbereichen (z.B. Marketing, Personalwesen, Accounting) durch die Übernahme Controlling naher Aufgaben bzw. einer effektiven Zusammenarbeit mit dem Controlling. Die Studierenden reflektieren die Notwendigkeit der Integration von ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Aspekten in die Unternehmenssteuerung und Berichterstattung und können die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen kritisch bewerten und hinterfragen. Typischerweise erfolgt die Darstellung der Analyseergebnisse des operativen Controllings in schriftlicher Form. Die Prüfung der Learning Outcomes mittels einer Klausur ist somit problemadäquat und spiegelt die Anwendung der Instrumente in den beruflichen Handlungsfeldern wider.
Modulinhalte:	• Ausgewählte Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung • Forecast und Budgetierung • Financial Modelling (inkl. Liquiditätsplanung) • Kennzahlen und Berichte (inkl. Nachhaltigkeitsberichterstattung) • Projektcontrolling
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Flipped Classroom, Fallstudien (Excel), geleitete Diskussion

Prüfungsformen:	Klausur. (ggf. Excel-basiert): 60 Min. Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (1 ECTS $\triangleq$ 30 Zeit-Stunden):	180 Stunden
Präsenzzeit:	4 SWS (4 Vorlesungs-Stunden à 45 Minuten $\triangleq$ 45 Zeit-Stunden)
Selbststudium:	135 Stunden
Empfohlene Voraussetzungen:	• Learning Outcomes der Module „Buchhaltung und Grundlagen des externen Rechnungswesens“, „Externes Rechnungswesen“ und „Internes Rechnungswesen“, • für die Bearbeitung der Fallstudien werden Anwendungskenntnisse in Excel vorausgesetzt.
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	• Binder, U. (2023). <i>Schnelleinstieg Controlling</i> (8. Aufl.). Freiburg im Breisgau: Haufe • Binder, U. (2024). <i>Nachhaltigkeitsberichterstattung in mittelständischen Unternehmen</i>. Freiburg im Breisgau: Haufe • Weber, J., Schäffer, U. (2022). <i>Einführung in das Controlling</i> (17. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel • Weber, J., Schäffer, U., Binder, C. (2022), <i>Einführung in das Controlling</i> (5. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Die Modulprüfung erfolgt ggf. rechnergestützt (MS-Excel).
Letzte Aktualisierung:	Oktober 2024

14.2 Strategisches Controlling (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S03.02
Modulbezeichnung:	Strategisches Controlling
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Hartmut Reinhard
Dozierende:	Prof. Dr. Hartmut Reinhard
Learning Outcome:	Die Studierenden erwerben Fähigkeiten und Kenntnisse, ein Unternehmen und dessen Umfeld unter strategischen Gesichtspunkten zu analysieren. Sie lernen, wertorientierte Ziele zu formulieren und mit strategischen Ansätzen Strategien zu entwickeln, um diese Ziele zu erreichen. Das bedeutet die Studierenden erwerben Kompetenzen in den Bereichen, Strategiekompetenz, Ergebniskompetenz, Wandelungskompetenz und Urteilskompetenz sowie im Rahmen des Workshops Zusammenarbeitskompetenz. Aus Sicht der Future Skills von 2021 des Stifterverbands für die Deutschen Wissenschaften werden dabei folgende Skills trainiert: 1. Digitale Grundfähigkeiten: - Digital Literacy, Digitale Interaktion und Kollaboration: Nutzung und Fördern digitaler Kommunikation und Zusammenarbeit im Team (Workshop). - Agiles Arbeiten: Einsatz agiler Methoden bei der Entwicklung strategischer Pläne im Team (Workshop). 2. Klassische Fähigkeiten: - Problemlösungsfähigkeit und Kreativität: Entwickeln innovativer Lösungsansätze und kreativer Strategien (Workshop). - Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative: Selbstständige und proaktive Arbeit zur Zielerreichung. - Adaptionfähigkeit und Durchhaltevermögen: Anpassung des Lösungsansatzes an neue Trends und Herausforderungen im strategischen Umfeld, kontinuierliches Verfolgen von Zielen, auch wenn auf den ersten Blick ein Zielkonflikt zwischen Wettbewerbsfähigkeit des Produktes und Gewinnerwartung besteht. (Workshop). 3. Transformative Fähigkeiten - Urteilskompetenz: Beurteilen, welche Strategien im Workshop erfolgsversprechend sind und welche nicht (Workshop). - Innovationskompetenz: Erarbeiten von innovativen Lösungen im Rahmen des Workshops um gleichzeitig ein attraktives, wettbewerbsfähiges Produkt anbieten und die Gewinnerwartungen erfüllen zu können (Workshop). - Dialog und Konfliktfähigkeit: Im Rahmen des Workshops sind zum einen unterschiedliche Lösungsansätze der Teammitglieder zu einer gemeinsamen Lösung zusammenzuführen und zum anderen die Ergebnisse der Gruppe dem Plenum zu präsentieren (Workshop).
Modulinhalte:	1. Abgrenzung von Strategischem und Operativem Controlling 2. Bildung von SGFs (strategischen Geschäftsfeldern) 3. Analyse des Unternehmens und des Umfeldes mit geeigneten Tools (z.B. SWOT, PESTLE) 4. Zielformulierung und strategische Planung 5. Strategische Steuerungsinstrumente (z.B. Balanced Scorecard) 6. Wertorientierte Steuerung (Target Costing, Portfolio-Techniken) 7. Strategiebildung und Implementierung

	8. Kostenmanagement, Qualitätsmanagement und Time-Based Management 9. Workshop zum Target Costing
Lehr- und Lernmethoden:	HIP-Veranstaltung (Hybrides Interaktives Präsenzlernen), Seminaristischer Unterricht + Projektbasierte Gruppenarbeit im Workshop
Prüfungsformen:	Klausur: 75% (Dauer: 45 min) und 25% Vortrag Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (a 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Module der Bereiche: - Betriebswirtschaft - Volkswirtschaftslehre - Wirtschaftsrecht - Mathematik/ Statistik - Marketing - Rechnungswesen
Zwingende Voraussetzungen:	Keine
Empfohlene Literatur:	Baum, H.-G., Coenenberg, A., Günther, T. (2014). <i>Strategisches Controlling</i> (5. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Küpper, H.-U., Friedl, G. (2024) <i>Controlling: Konzeption – Aufgaben – Instrumente</i> (7. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Weber, J., Schäffer, U. (2022). <i>Einführung in das Controlling</i> (17. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Weber, J., Schäffer, U., Binder, C. (2022) <i>Einführung in das Controlling - Übungen und Fallstudien mit Lösungen</i> (5. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Alter, R. (2019). <i>Strategisches Controlling, Unterstützung des strategischen Managements</i> (3. Aufl.). Oldenbourg: De Gruyter. Müller-Stewens, G., Lechner, C., Kreutzer, M., Stonig, J. (2024). <i>Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen</i> (6. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Workshop zum Targetcosting
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

14.3 Controlling für KMU

Modulnummer:	S03.W01
Modulbezeichnung:	Controlling für KMU
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS (Credits):	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester (Studiengang ohne integriertes Praxis- oder Auslandssemester) 7. Semester (Studiengang mit integriertem Praxis- oder Auslandssemester)
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr
Modulverantwortliche:	Prof. Dr. Ursula Binder
Dozierende:	Prof. Dr. Ursula Binder
Learning Outcome:	WAS? Die Studierenden entwickeln Controlling-Konzepte für real existierende KMU und analysieren umfassend deren aktuelle wirtschaftliche Situation. Sie passen ihre Arbeit flexibel an sich verändernde Rahmenbedingungen an und entwickeln maßgeschneiderte Tools für spezifische Controlling-Anwendungen. Schließlich erstellen sie einen umfassenden Abschlussbericht über ihre Ergebnisse und die Anwendung der selbst entwickelten Excel-Tools. WOMIT? Die Studierenden setzen die Projektziele um mit Hilfe des Einsatzes von Excel, Projektmanagement-Tools, digitalen und analogen Kommunikationsmitteln, digitaler Buchhaltungssoftware und digitalen Kollaborationsformaten. Sie organisieren sich selbstständig in Teams und stärken ihre Dialog- und Konfliktfähigkeit durch regelmäßige Reflexionen, auch begleitet durch die Dozentin. Sie üben sich in interkultureller Kommunikation, um effektive Ergebnisse in diversen Teams und über Disziplinergrenzen hinaus zu erzielen. Zudem stärken sie ihre Reflexionskompetenz, digitale Kompetenz, Lösungsfähigkeit, Veränderungskompetenz und Urteilsfähigkeit. Schlussendlich trainieren sie unternehmerisches Handeln und Eigeninitiative. WOZU? Durch die Projektarbeit sind die Studierenden in der Lage, auch zukünftig Unternehmenssituationen ganzheitlich zu erfassen und den Transfer von Controlling-Methoden in die Praxis zu gestalten. Die von den Studierenden entwickelten Tools und Handlungsempfehlungen dienen den Unternehmen dazu, die implementierten Methoden in Zukunft selbstständig weiterführen zu können, um eine transparente Übersicht über die kurz- und mittelfristige Erfolgswirksamkeit ihrer Geschäftstätigkeit zu erhalten. Die Studierenden können auch in Zukunft in diversen Teams und über Disziplinergrenzen hinaus effektive Ergebnisse erzielen. Sie sind in der Lage, professionelle Abschlussberichte mit strukturierten Handlungsempfehlungen über Projektarbeiten zu verfassen.
Modulinhalte:	Im Rahmen des Moduls werden von den Studierenden in Gruppenarbeit Controlling-Konzepte für real existierende KMU entwickelt und zusätzlich Excel-Tools entwickelt, mit deren Hilfe die KMU die Methoden in Zukunft selbstständig weiterführen können. Die Studierenden organisieren sich in Teams selbstständig. Sie nutzen agile Methoden zur flexiblen Anpassung an sich verändernde Rahmenbedingungen. Durch regelmäßige Meetings, klare Aufgabenverteilung und den Einsatz von Projektmanagement-Tools gestalten sie ihre Arbeit effizient und erreichen ihre Projektziele in der vorgegebenen Zeit. Sie verwenden digitale und analoge Kommunikationsmittel und stärken durch regelmäßige Reflexion der Gruppenarbeit (auch mit Unterstützung der Dozentin) ihre Dialog- und Konfliktfähigkeit.

	Die Studierenden führen eine umfassende Analyse der aktuellen Controlling-Situation im KMU durch, um die bestehenden Strukturen und Prozesse zu verstehen und Schwachstellen zu identifizieren. Sie stärken dabei ihre Reflexionskompetenz durch Reflexion und kritische Bewertung der aktuellen Situation sowie ihre digitale Kompetenz bei der Übertragung und Verarbeitung von Finanzbuchhaltungsdaten in digitale Tools zur weiteren Verarbeitung. Sie setzen digitale Kollaborationsformate ein und üben sich in interkultureller Kommunikation, um auch in Zukunft in diversen Teams und über Disziplinergrenzen hinaus effektive Ergebnisse zu erzielen. Die Studierenden erlangen transdisziplinäre Kompetenzen bei der Anwendung von Wissen und Methoden aus der eigenen Disziplin in Zusammenarbeit mit realen Unternehmen zur gemeinsamen Lösung komplexer Herausforderungen. Dazu entwickeln sie maßgeschneiderte Tools für die spezifischen Controlling-Anwendungen durch kreative Programmierung und Makroentwicklung in Excel, damit das Unternehmen in Zukunft selbständig und kontinuierlich die entwickelten Instrumente nutzen kann, um dem Unternehmen eine transparente Übersicht über die kurz- und mittelfristige Erfolgswirksamkeit seiner Geschäftstätigkeit zu bieten und eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die erfolgreiche Unternehmenssteuerung zu geben. Die Studierenden erstellen einen umfassenden Abschlussbericht über ihre Ergebnisse und die Anwendung der selbst entwickelten Excel-Tools, um die Projektergebnisse professionell zu dokumentieren und dem KMU strukturierte Handlungsempfehlungen zu geben. Die Studierenden trainieren ihre Lösungsfähigkeit, indem sie konkrete Lösungen für identifizierte Probleme entwickeln. Sie stärken ihre Veränderungskompetenz durch flexible Anpassung der erlernten (theoretischen) Methoden an die konkreten Rahmenbedingungen des Unternehmens - unterschiedliche Branchen, Größen und aktuelle Situationen der Unternehmen. Sie stärken ihre Urteilsfähigkeit durch die fundierte Analyse und Bewertung der Profitabilität einzelner Bereiche und des gesamten Unternehmens und trainieren unternehmerisches Handeln und Eigeninitiative.
Lehr- und Lernmethoden:	Praxisprojekt mit Begleitung durch die Dozentin
Prüfungsformen:	Abschlussbericht (60%), Präsentation (40%) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (1 ECTS $\triangleq$ 30 Zeit-Stunden):	180 Stunden
Präsenzzeit:	4 SWS (4 Vorlesungs-Stunden à 45 Minuten $\triangleq$ 45 Zeit-Stunden)
Selbststudium:	135 Stunden
Empfohlene Voraussetzungen:	• Learning Outcome der Module „Kosten- und Leistungsrechnung“ und „Operatives Controlling“ • für die Bearbeitung der Fallstudien werden vertiefte Anwendungskennntnisse in Excel vorausgesetzt.
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	• Binder, U. (2023). <i>Schnelleinstieg Controlling</i> (8. Aufl.). Freiburg im Breisgau: Haufe • Binder, U. (2017). <i>Die 5 wichtigsten Steuerungsinstrumente für kleine Unternehmen</i>, Freiburg im Breisgau, Haufe
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	Juli 2024

14.4 Entwicklung von Geschäftsszenarios bei Existenzgründung

Modulnummer:	S03.W02
Modulbezeichnung:	Entwicklung von Geschäftsszenarios bei Existenzgründung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Hartmut Reinhard
Dozierende:	Prof. Dr. Hartmut Reinhard
Learning Outcome:	Die Teilnehmer sind in der Lage, aus einer abstrakten Geschäftsidee ein konkretes Geschäftsmodell zu entwickeln und eine dazu passende Finanzplanung zu erstellen sowie die Ergebnisse in einem Businessplan abzubilden und vor einem Gremium mit einer entsprechenden Präsentationsunterlage vorzustellen. Sie können ihr Controlling-Wissen vernetzen, strategische Methoden anwenden und haben den Umgang mit einem digitalen Kalkulationstool zur Erstellung der Finanzplanung gelernt. Die Studierenden besitzen eine gesteigerte soziale Kompetenz durch die geleistete Teamarbeit, haben ihre Präsentationstechnik sowie die Datenanalyse verbessert und gelernt, moderne digitale Tools bei der Datenanalyse und der Präsentation zu nutzen. Außerdem ist das Modul ein wesentlicher Baustein des Zertifikatprogramms Entrepreneurship und ist für mehrere Fakultäten geöffnet. Diese Kompetenzen umfassen auch die wesentlichen Future Skills: 1. Lösungskompetenz: Kompetenz nach erforderlichen Analysen des Unternehmens und des Unternehmensumfelds unter der Anwendung von strategischen Tools wie der SWOT-Analyse und den Five Forces von Porter ein tragfähiges Geschäftsmodell zu entwickeln. 2. Kreativität- und Innovationskompetenz: Entwicklung und Ausgestaltung einer Geschäftsidee bis hin zur konkreten Darstellung des Start-ups. 3. Digitale Literacy: Umgang mit digitalen Kalkulationstools, Durchführung von Recherchen mit Digitalen Werkzeugen und Nutzung moderner Präsentationstechniken. 4. Interkulturelle Kommunikation: Kommunikation im Team und Präsentation eines Businessplans vor einem Gremium. 5. Digitale Kollaboration: Arbeiten in Teams und Anwendung von digitalen Medien für die Kommunikation. 6. Agiles Arbeiten und Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative: Organisation des Teams, des Arbeitsumfeldes und eines Terminplans zum Erreichen eines Ziels im vorgegebenen Zeitraum. Selbststudium und Literaturarbeit sowie Datenrecherche zur Vertiefung theoretischen Wissens 7. Resilienz: Entwickeln eines Geschäftsmodells unter Beachtung der Chancen und Risiken und Berücksichtigung von gesellschaftlichen Veränderungen. 8. Urteilsfähigkeit: Reflexion, ob das geplante Geschäftsmodell eine Chance auf dem Markt hat und die Absatzmengen, sowie die notwendigen personellen und finanziellen Ressourcen realistisch geplant sind und bereitgestellt werden können.

	9. Innovation: Entwicklung eines Geschäftsmodells, dass entweder komplett neue oder billigere oder bessere Produkte bzw. Dienstleistungen als Geschäftszweck hat, die den gesellschaftlichen Herausforderungen gerecht werden. 10. Veränderungskompetenz: Entwicklung von Strategien zur Gründung eines neuen Unternehmens unter Berücksichtigung der Einbeziehung der wichtigen Stakeholder mit dem notwendigen Verständnis für die Dynamiken von Gruppen und Netzwerken. Die Studierenden erwerben dadurch die notwendigen Kenntnisse, um später aus einer abstrakten Geschäftsidee ein konkretes Business-Modell zu entwickeln und somit tatsächlich ein Unternehmen gründen und die entsprechenden Finanzmittel dafür erhalten zu können.
Modulinhalte:	- Verdichtung von Geschäftsideen zu umsetzbaren Geschäftsmodellen von der Idee über die Entwicklung der Vision bis hin zur konkreten Ausgestaltung des Start-ups. Bildung von strategischen Geschäftsfeldern mit Produkt-Marktkombinationen und Absatzkanälen, Aufbau- und Ablauforganisationen, konkreten Marketing- und Vertriebsplänen, Name, Sitz und Logo des Unternehmens sowie Gestaltung der Geschäftsräume. - Durchführung von Markt- und Wettbewerbsanalysen und strategischen Untersuchungen z.B. mit Hilfe der 5 Forces von Porter oder der SWOT-Analyse. - Informationssammlung, Verdichtung und Auswertung von fallstudienbezogener Information mittels Internetrecherchen. - Einarbeitung in ein Kalkulationstool. - Erarbeitung von theoretischem Wissen durch Selbststudium von vorgegebener Literatur. - Interpretation und Strategiebildung mit Hilfe gelernter Instrumente des strategischen oder operativen Controllings. - Präsentation der Ergebnisse. - Erstellung eines Businessplans und Präsentation vor einem Gremium.
Lehr- und Lernmethoden:	- Team-Teaching - Teamarbeit / Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Präsentation der Fallstudien und Abgabe des Business Plans: 100 % Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 - 30 h $\pm$ 1 ECTS credit) :	4 SWS 180 Arbeitsstunden
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module der Bereiche: - Allgemeine Betriebswirtschaft - Wirtschaftsrecht - Mathematik/Statistik
Zwingende Voraussetzungen:	Keine

Empfohlene Literatur:	- Freidank, Carl-Christian; Erfolgreiche Führung und Überwachung von Unternehmen: Konzepte und praktische Anwendungen von Corporate Governance und Reporting Springer Gabler- Verlag 2019
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Besonderheiten: Schulung / Arbeit mit dem NUK Kalkulationstool sowie dem NUK Handbuch zur Erstellung von Businessplänen. Anmeldung aus organisatorischen Gründen. Das Seminar wird von Studierenden mehrerer Fakultäten belegt, so dass sich hier die Möglichkeit ergibt fakultätsübergreifende Teams zu bilden und so z. B. zu gemischten Teams von Ingenieuren und Wirtschaftswissenschaftlern zu kommen, was in der Wirklichkeit häufig vorkommt und bietet so die Gelegenheit andere Sicht- und Arbeitsweisen kennenzulernen. Außerdem ist das Modul ein wesentlicher Baustein des Zertifikatprogramms Entrepreneurship und ist für mehrere Fakultäten geöffnet.
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

14.5 Outsourcing

Modulnummer:	S03.W03
Modulbezeichnung:	Outsourcing
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Hartmut Reinhard
Dozierende:	Prof. Dr. Hartmut Reinhard
Learning Outcome:	Nach aktiver Teilnahme an diesem Modul verstehen die Studierenden inhaltlich alle wesentlichen Elemente eines Outsourcing-Prozesses, indem sie grundsätzliche Überlegungen zu strategischen Make or Buy Entscheidungen, zur Ermittlung des Outsourcing-Potentials, der Entwicklung eines Konzeptes und der damit verbundenen Chancen und Risiken, der Ausschreibung und Verhandlung, sowie zu Preiskalkulationen und zum Change-Management anstellen und Stellung zu diesen beziehen. Ausserdem werden Kompetenzen bzgl. des Arbeitens mit einem Projektmanagementmodell in der Gruppe, der gruppenübergreifenden Planung einschließlich der Identifikation von Bottlenecks und anderen Problemen und deren Lösung sowie die Präsentation der Ergebnisse in einem Rollenspiel erworben. Dabei werden folgende Future Skills gem. Stifterverband der Wirtschaft Integration: 1. Digitale Kollaboration: Nutzung und Einführung digitaler Werkzeuge zur Information und Abstimmung über Kursinhalte und Termine, sowie bei der Teamarbeit zur Erstellung der Präsentationsunterlagen. 2. Lösungsfähigkeit: Überlegungen zur strategischen Sinnhaftigkeit eines Outsourcingprojekts unter Einbeziehung der Chancen und Risiken. Analysieren von Outsourcing-Vereinbarungen und Identifizieren potenzieller Brennpunkte sowie deren Vermeidung durch vertragliche und prozessuale Maßnahmen. 3. Agiles Arbeiten: Anwendung eines Projektmanagementmodells zur Entwicklung von Lösungen für das Teilprojekt des Teams und teamübergreifend für das Gesamtprojekt unter Einhaltung von Zeitvorgaben in dynamischen Umgebungen und kontinuierliche Verbesserung durch Feedback. 4. Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative: Eigenständiges Erarbeiten der Endresultate im Team und selbstständige Feedback und Coaching Abfrage. Effektive Gruppenarbeit und Kommunikation im Rahmen des Rollenspiels. Erarbeitung von Lösungen in einem Team sowie Vertretung und Integration der Ergebnisse in gruppenübergreifenden Meetings. 5. Resilienz: Verständnis von Chancen und Risiken eines Outsourcingprojektes und die Entwicklung von Maßnahmen zum Managen dieser Risiken. 6. Urteilsfähigkeit: Kompetenz zur Analyse eigener und anderer Konzepte und Planung im Hinblick auf die Umsetzungsfähigkeit unter Einbeziehung gesellschaftlicher Herausforderungen. Bildung eines Urteils hinsichtlich der Potenziale von Outsourcingprojekten. 7. Veränderungskompetenz: Entwicklung von Strategien für die Umsetzung eines Outsourcingprojekts mit Verständnis für die Gruppendynamik bei Outsourcingnehmern und Outsourcinggebern sowie für die Schaffung von Akzeptanz der Veränderung 8. Dialog und Konfliktfähigkeit: Überwindung von unterschiedlichen Interessen der verschiedenen Teilprojekte um das gewünschte Endresultat des Gesamtprojektes sicherzustellen zum Beispiel bei Lösen von Konflikten hinsichtlich der Zeitpläne der Teilprojekte.

Modulinhalte:	Im Rahmen der Umsetzung durchlaufen die Studierenden alle wesentlichen Schritte des Outsourcing-Prozesses mit zahlreichen Praxisbezügen. Insbesondere die Planung des Change-Managements trainieren sie mit einem projektbasierten Ansatz, ähnlich den agilen Projektmanagement Methoden, am Beispiel eines Logistik-Outsourcing-Projekts in Gruppenarbeit im Rahmen eines Rollenspiels. 1. Strategische Analyse, Potentialanalyse sowie Chancen und Risiken 2. Konzept und Vertragsgestaltung (einschließlich der Brennpunkte) 3. Ausschreibung, Verhandlung und Preiskalkulation 4. Internes Outsourcing (Shared Service Center) 5. Einführung in die Übung "Projektmanagement für die Umsetzung von Outsourcing-Projekten" - Simulation eines Kick-off-Meetings zur Bestimmung von Ziel, Scope, Team und Timeline. - Statusmeeting zur Identifikation und Behebung von Engpässen. - Präsentation von Ergebnissen und Zeitmanagement. Die Studierenden sollen ihr Verständnis für Outsourcing-Konzepte im zukünftigen beruflichen Umfeld zielgerichtet nutzen sowie Outsourcing-Prozesse selbstständig unter Abschätzung der Chancen und Risiken und Auswahl des geeigneten Modells planen und mit Hilfe eines Projektmanagementmodells umsetzen können.
Lehr- und Lernmethoden:	- Präsenzlehre - Seminaristischer Unterricht - Supervision und Coaching durch den betreuenden Professor
Prüfungsformen:	- Klausur: 75 % (45 Minuten) - Präsentation: 25% Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	180 Stunden
Präsenzzeit:	- 44 Std. Vorlesung (4 SWS) - 16 Std. Übung - Gesamt: 60 Std.
Selbststudium:	- 120 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Zwingende Voraussetzungen:	Keine
Empfohlene Literatur:	Müller-Daupert, B. (Hrsg.) (2009). <i>Logistik-Outsourcing</i> (2. Aufl.). München: Vogel. Hollekamp, M. (2005). <i>Strategisches Outsourcing von Geschäftsprozessen</i>. München/Mering: Rainer Hampp Verlag. Pulverich, M., Schietinger, J. (Hrsg.) (2007). <i>Service Levels in der Logistik</i>. München: Vogel. Vater, H., Reinhard, H. (Hrsg.) (2012). <i>Praxishandbuch Kostensenkungspläne. Umsetzung, Erfolgsfaktoren, Best Practice</i>. Weinheim: Wiley-VCH Verlag. Weitere Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	Keine
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

14.6 Controlling und Digitale Transformation

Modulnummer:	S03.W05
Modulbezeichnung:	Controlling und Digitale Transformation
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6.Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Daniela Schmitt
Dozierende:	Prof. Dr. Daniela Schmitt
Learning Outcome:	Die Studierenden erlangen folgende Kenntnisse und Fähigkeiten: • Digitale Transformation sowie deren notwendige Handlungsfelder diskutieren können • Agile Methoden wie z.B. Design Thinking und Scrum sowie Konzepte wie Objectives and Key Results (OKRs) anwenden und Implikationen für das Controlling ableiten können (→ Agiles Arbeiten, Innovationskompetenz, Lösungsfähigkeit, Kreativität, nutzerzentriertes Design) • Kennzahlen von digitalen Unternehmen bzw. digitalen Geschäftsmodellen ermitteln und beurteilen können (→ Urteilsfähigkeit, unternehmerisches Handeln) • Einsatzmöglichkeiten von Business Intelligence-Systemen und Data Science kennen und Anwendungsfälle für Business Intelligence und Data Science entwickeln können (→ Digital Literacy, Digital Ethics, Data Analytics & KI) Zur Erlangung dieser Kenntnisse und Fähigkeiten werden u.a. Praxisbeispiele diskutiert und Übungsaufgaben bearbeitet. Mit diesen Kenntnissen und Fähigkeiten sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden: • als Controller in einem Unternehmen die digitale Transformation des Unternehmens bestmöglich zu unterstützen • in Unternehmen, die in der digitalen Transformation schon weit vorangeschritten sind bzw. in Unternehmen mit digitalen Geschäftsmodellen die Aufgaben des Controllers bestmöglich wahrzunehmen • innerhalb des Controllings die Möglichkeiten, welche die digitale Transformation mit sich bringt, bestmöglich zu nutzen.
Modulinhalte:	Digitale Transformation und deren Handlungsfelder Methoden und Konzepte digitaler Unternehmen Kennzahlen digitaler Geschäftsmodelle / Unternehmen Anwendungsfälle von Business Intelligence / Data Science Dieses Modul ist Teil des Handlungsfelds „Individuelle Schwerpunktsetzung und Bachelor-Thesis“ und ist auf dem Niveau des ersten Studienzyklus (Bachelor) einzuordnen
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Elemente von Adaptive Learning und projektbasiertem Lernen
Prüfungsformen:	Klausur (50%) und Gruppenpräsentation (50%) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit

Empfohlene Voraussetzungen:	Internes Rechnungswesen
Empfohlene Literatur:	Schallmo, D. R. A., Rusnjak, A., Anzengruber, J., Werani, T., & Lang, K. (Hrsg.). (2021). Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	Voraussichtlich Input von Praxisvertretern bei einzelnen Veranstaltungen
Letzte Aktualisierung:	Oktober 2024

14.7 Data-driven company

Modulnummer:	S03.W06
Modulbezeichnung:	Data-Driven Company
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Daniela Schmitt
Dozierende:	Prof. Dr. Johann Schaible, Prof. Dr. Daniela Schmitt
Learning Outcome:	In vielen Unternehmen gelten Controller:innen nach wie vor als die Expert:innen im Umgang mit Zahlen sowie Daten, und eine ihrer wesentlichen Aufgaben besteht darin, aus diesen Daten Handlungsempfehlungen abzuleiten. Allerdings erwerben Informatiker:innen eine deutlich umfassendere Expertise in der automatisierten Datenverarbeitung. Angesichts der stetig wachsenden Datenmengen in Unternehmen wird diese Kompetenz immer bedeutender und Informatiker:innen bekleiden immer häufiger Positionen wie „Data Scientists“, „Data Engineers“ und ähnliche Berufsprofile. Während das Handwerkszeug der Controller:innen gelegentlich an seine Grenzen stößt, fehlen den Informatiker:innen mitunter die betriebswirtschaftlichen Kompetenzen, um die besten Erkenntnisse aus den Daten zu gewinnen. Die zukünftige Arbeitsteilung zwischen Controller:innen und Informatiker:innen im Kontext der Datenanalyse ist derzeit noch unklar. Doch klar ist, dass beide über entscheidende Fähigkeiten verfügen und gemeinsam die wertvollsten Erkenntnisse aus den Daten ziehen können. Dieses Modul hat daher zum Ziel, dass Studierende der Betriebswirtschaftslehre und Studierende der Informatik zusammenkommen, um echte Unternehmensdaten gemeinsam zu bereinigen, zu analysieren, daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten und diese Erkenntnisse optimal für die Entscheidungsträger aufzubereiten. Die Studierenden erlangen demnach die folgenden Kompetenzen: Datenkompetenz: Die Studierenden können Daten erheben, sind in der Lage, die Daten effektiv aufzubereiten (bereinigen und anreichern) und können sie sinnvoll analysieren unter Nutzung gängiger Software (→ Digital Literacy, Data Analytics). Entscheidungskompetenz: Die Studierenden können Handlungsempfehlungen auf Grundlage der analysierten Daten ableiten und diese fundiert begründen (→ Unternehmerisches Handeln. Urteilsfähigkeit). Kommunikationskompetenz: Sie sind in der Lage, die gewonnenen Erkenntnisse in einer entscheidungsorientierten Form zu präsentieren, die für die relevanten Stakeholder verständlich und nützlich ist (→ interkulturelle Kommunikation). Interdisziplinäre Kompetenz / Kollaborationskompetenz: Die Studierenden können die Schnittmenge zwischen fachlicher Domänenexpertise und technischem Fachwissen erkennen und aktiv zur Lösung komplexer Probleme nutzen. Sie sind in der Lage, effektiv mit Personen aus unterschiedlichen Disziplinen zusammenzuarbeiten, um Synergien zu schaffen und die jeweiligen Potenziale optimal zu nutzen. Gleichzeitig sind sie in der Lage, standortübergreifend miteinander zu arbeiten (→ digitale Kollaboration). Dieses Modul bietet den Studierenden die Möglichkeit, diese Kompetenzen zu entwickeln und anzuwenden, um in einem Unternehmen erfolgreich in der Datenanalyse und Entscheidungsfindung tätig zu sein. Gleichzeitig wird mit den Studierenden in diesem Modul erforscht, wie die künftige Arbeitsteilung zwischen Controller:innen und Informatiker:innen sinnvoll gestaltet werden kann.
Modulinhalte:	• Datenerhebung und -anreicherung • Datenaufbereitung • Datenanalyse • Ableitung von datengestützten Handlungsempfehlungen • Entscheidungsorientierte Aufbereitung von Daten und abgeleiteten Handlungsempfehlungen

Lehr- und Lernmethoden:	Impulsvorträge durch die Dozierenden; interdisziplinäre Gruppenarbeit, projektbasiertes Lernen
Prüfungsformen:	Gruppenpräsentation 50% und individuelle mündliche Prüfung 50% Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Operatives Controlling, Strategisches Controlling für die Betriebswirtschaftslehre; Beide Datenbankvorlesungen für die (Wirtschafts)Informatik
Empfohlene Literatur:	Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Informatik, Wirtschaftsinformatik
Besonderheiten:	Diese Veranstaltung stellt eine Kooperation zwischen der F04 und der F10 dar. Es nehmen somit neben Studierenden der Betriebswirtschaftslehre auch Studierende der Informatik und Wirtschaftsinformatik teil. Die Präsenzveranstaltungen werden am Campus Südstadt / Claudiusstraße stattfinden.
Letzte Aktualisierung:	Juli 2024

14.8 Nachhaltigkeitsberichterstattung

Modulnummer:	S03.W07
Modulbezeichnung:	Nachhaltigkeitsberichterstattung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Zur ausführlichen Modulbeschreibung siehe Abschnitt 20.2 im Schwerpunkt „Nachhaltige Unternehmenssteuerung“	

14.9 Internationale Rechnungslegung

Modulnummer:	S02.01
Modulbezeichnung:	Internationale Rechnungslegung
Art des Moduls:	Wahlflichtmodul
ECTS credits:	6
Zur ausführlichen Modulbeschreibung siehe Abschnitt 13.1 im Schwerpunkt „Externes Rechnungswesen“	

14.10 Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung

Modulnummer:	S02.03
Modulbezeichnung:	Unternehmensanalyse und Unternehmensbewertung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
	Zur ausführlichen Modulbeschreibung siehe Abschnitt 13.2 im Schwerpunkt „Externes Rechnungswesen“

15 Unternehmensführung und Organisationsentwicklung

15.1 Innovationsmanagement (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S04.01
Modulbezeichnung:	Innovationsmanagement
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Zabel
Dozierende:	Prof. Dr. Christian Zabel Jonathan Natzel
Learning Outcome:	Den Studierenden werden die theoretischen Grundlagen des Innovationsmanagements in Unternehmen vermittelt. Zugleich lernen Sie, Problemstellungen des Innovationsmanagements zu analysieren, die relevanten Herausforderungen daraus abzuleiten und ein Vorgehen begründet zu entwickeln. Dies geschieht, indem sie ▪ die verschiedenen Prozessmodelle des Innovationsmanagements anwenden und dabei deren Vor- und Nachteile berücksichtigen ▪ Methoden zur Generierung, Auswahl und Bewertung von Innovationen situationsbezogen anwenden ▪ Konfliktquellen im Innovationsprozess fallbasiert identifizieren und dafür Lösungsstrategien entwickeln, um später eigenständig Innovationsprozesse in Organisationen planen und steuern zu können.
Modulinhalte:	1. Grundlagen: Innovationsmanagement in Unternehmen (Bedeutung des Themas, Kriterien für Innovation, Gesamtbild und Verbundenheit der Erfolgsfaktoren) 2. Gestaltung von Innovationsprozessen (Ablauf, Zielbildung, Ideenfindung, -bewertung und -auswahl) 3. Innovation umsetzen (Planung von Innovationsprojekten, Integration in den Regelprozess, Organisations- und Steuerungsformen) 4. Widerstände erkennen und überwinden (Prozessansätze, Promotoren/ Teammodelle, Open Innovation, Rolle der Unternehmenskultur) 5. Innovationsstrategien formulieren (Formulierung von Innovationsstrategien, Innovationsmarketing, disruptiver Wettbewerb, Timing-Strategien) Basierend auf der Vorstellung theoretischer Grundlagen sollen Herangehensweisen an die Formulierung von Innovationsprozessen (Was?) sowie deren Durchsetzung im Unternehmen und im Markt (Wie?) kritisch reflektiert und angewendet werden. Die Studierenden erarbeiten die vermittelten Inhalte in Fallstudien und Gruppenarbeiten mit Kurzpräsentationen. Der Kurs entwickelt dabei insbesondere die digitale Schlüsselkompetenzen (Digitale Kolaboration und Digital Learning), klassische Kompetenzen (Lösungsfähigkeit und Resilienz) und Transformativ Kompetenzen (Urteilsfähigkeit, Veränderungskompetenz und Dialog- und Konfliktfähigkeit).
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100 % Max. 90 Min. Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.

Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul: Unternehmensführung I
Empfohlene Literatur:	Hauschildt, Jürgen/Salomo, Sören/Schultz, Carsten/Kock, Alexander (2023): Innovationsmanagement. 7. vollst. akt. und überarb. Auflage. München: Vahlen. Vahs, D./Brem, A./Oswald, C. (2023): Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 6. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Doppler, Klaus/Lauterburg, Christoph (2014): Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten. 13. akt. und erw. Auflage. Frankfurt/New York: Campus Govindajaran, Vijay/Trimble, Chris (2010): The other side of innovation. Bosten: Harvard Business Press
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	Einbindung von Experten aus der Wirtschaftspraxis zu konkreten Fragestellungen des Innovations- und Veränderungsmanagements
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

15.2 Strategische Organisationsentwicklung (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S04.02
Modulbezeichnung:	Strategische Organisationsentwicklung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Zabel
Dozierende:	Dr. Ingo Wieck
Learning Outcome:	Die Studierenden sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen Geschäftsmodell und Strategie sowie instrumentellen und institutionalen Aspekten der Organisationsentwicklung anhand konkreter Fälle zu analysieren. Sie können die Strategie und Organisation von Unternehmen unterschiedlicher Branchen, Geschäftsmodelle und Reifegrade im Einklang miteinander weiterentwickeln, indem sie ▪ Anhand konkreter Fallbeispiele aus dem strategischen Zielbild einen strategischen Entwicklungspfad mithilfe verschiedener Instrumente ableiten, ▪ die daraus resultierenden Anforderungen an die Organisationsgestaltung identifizieren, ▪ die IST-Organisation mit Blick auf diese Anforderungen bewerten sowie ▪ einen darauf ausgerichteten organisatorischen Transformationsplan erstellen um später als Mitarbeiter, Berater oder Entscheider in Organisationen den Bedarf und Chancen zu ihrer Weiterentwicklung zu erkennen, gestalten und umzusetzen.
Modulinhalte:	1. Der kontinuierliche strategische Veränderungsprozess Strategieentwicklung (Wiederholung; Vertiefung der organisatorischen Aspekte); kontinuierliche Überprüfung und Anpassung des Zielbilds; Organisation und Überwachung der Umsetzung 2. Strategische Gestaltung der instrumentalen Organisation Wechselwirkung zwischen Strategie, Geschäftsmodell und Reifegrad eines Unternehmens mit der Gestaltung seiner Aufbau- und Ablauforganisation 3. Ergänzung der institutionalen Sicht Perspektive der Individuen auf „ihre“ Organisation; Implikationen für die Organisationsentwicklung von u.a. Motivation, interpersoneller Zusammenarbeit, Kultur, Mitbestimmung und informeller / emergenter Strukturen; Organisation als politisches System 4. Die Organisation in ihrem Kontext Bedeutung äußerer Anforderungen und Einflussfaktoren; Zusammenarbeit und Organisation über Unternehmensgrenzen hinweg; Verankerung von CSR-Zielen 5. Der Organisationsgestaltungs- und -transformationsprozess Strukturierte Bewertung der IST-Organisation; Unterscheidung Projektorganisationen und episodischen Änderungsbedarfen; Entwicklung organisatorischer Zielbilder und Transformationspfade; Transformation aus motivatorischer Sicht; Change Management 6. Die lernende Organisation Organisatorisches Lernen; dynamische Kompetenzen; Wissensmanagement; Verankerung von agilen Prozessen und Projektmanagement-Ansätzen

	Basierend auf der Vorstellung theoretischer Grundlagen und gemeinsam diskutierter Fallbeispiele werden die jeweils neu erlernten Herausforderungen und Gestaltungsmöglichkeiten von den Studierenden in Gruppen auf ein Portfolio unterschiedlicher Beispielunternehmen als Fallstudien angewendet, welche somit im Verlauf des Kurses schrittweise entlang aller relevanten Fragestellungen entwickelt werden. Der Kurs entwickelt dabei insbesondere die transformativen Kompetenzen (Urteilsfähigkeit, Missionsorientierung, Veränderungskompetenz), sowie die klassischen (Lösungsfähigkeit, Unternehmerisches Handeln) und digitalen Kompetenzen (Agiles Arbeiten, Digital Literacy & Digital Learning).
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 80 % (max. 90 min.) Mündlicher Beitrag: 20% (z.B. Referat) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: Unternehmensführung I & II (Organisation & Planung, Führung & Ethik)
Empfohlene Literatur:	Vahs, Dieter (2023): Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch. 11. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Schreyögg, Georg/Geiger, Daniel (2024): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. 7. Auflage. Wiesbaden, Springer Gabler Welge, Martin/Al-Laham, Andreas/Eulerich, Marc (2024): Strategisches Management, 8. Auflage, Wiesbaden, Springer Fachmedien
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	Vorträge von Praktikern
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

15.3 Entrepreneurship

Modulnummer:	S04.W01
Modulbezeichnung:	Entrepreneurship – Grundlagenveranstaltung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Kai Thürbach
Dozierende:	Prof. Dr. Kai Thürbach
Learning Outcome:	Mit Hilfe dieser Veranstaltung verstehen die Studierenden, was Entrepreneurship im Sinne von unternehmerischem Denken und Handeln ist. Dabei erwerben sie die Kompetenzen, um Entrepreneurship-Themen zu analysieren und zu bewerten. Neben theoretischen Konzepten wird Praxiswissen vermittelt. So lernen die Studierenden die Möglichkeiten und Grenzen unternehmerischen Handelns kennen und können ihre Kompetenzen im Rahmen praktischer Tätigkeiten entweder als Mitarbeiter oder Führungskraft in Unternehmen bzw. Organisationen oder als Gründer und Unternehmer effektiv einsetzen. Mit Blick auf die „Future Skills“ vermittelt das Modul den Studierenden insbesondere klassische Kompetenzen (Lösungsfähigkeit, Kreativität, Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative, Interkulturelle Kommunikation, Resilienz), transformationale Kompetenzen (Urteilsfähigkeit, Innovationskompetenz, Missionsorientierung, Veränderungskompetenz, Dialog- und Konfliktfähigkeit) und, in geringerem Maße, digitale Kompetenzen (Digital Literacy, Ethics und Learning).
Modulinhalte:	Was ist Entrepreneurship im Sinne von unternehmerischem Denken und Handeln? Welche Ausprägungen von Entrepreneurship gibt es und wie unterscheiden sie sich? Welchen Einfluss hat Entrepreneurship auf Wirtschaft und Gesellschaft? Wie kann ein „Entrepreneurship-“ oder „Business Development“-Prozess praktisch gestaltet werden und wie treibt man ihn effektiv voran? Welche Elemente des unternehmerischen Denkens und Handelns sind generell in Unternehmen oder Organisationen sinnvoll einsetzbar?
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, literaturbasiert
Prüfungsformen:	Klausur: 90 Min. Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	In den ersten vier Semestern erworbene Kompetenzen
Empfohlene Literatur:	Pflichtliteratur: Grichnik, D., Brettel, M., Koropp, C., Mauer, R. (2017): Entrepreneurship – Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen, 2. A., Stuttgart. Ergänzende Literatur: Ries, E. (2020): Lean Startup, 7. A., München. Engelen, A., Engelen, M., Bachmann, J. (2015): Corporate Entrepreneurship – Unternehmerisches Management in etablierten Unternehmen, Wiesbaden.

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	WiSe 2024/25

15.4 Unternehmensführung in Non-Profit Organisationen

Modulnummer:	S04.W02
Modulbezeichnung:	Unternehmensführung in Non-Profit Organisationen
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Zabel
Dozierende:	Prof. Uwe Ufer
Learning Outcome:	Am Ende des Moduls verfügen die Studierenden über detaillierte Kenntnisse des NPO-Bereiches. Sie kennen die Struktur, Akteure und Arbeitsweisen von Non-Profit-Organisationen. Sie sind in der Lage, den Change-Prozess nachzuvollziehen und wichtige interdisziplinäre Voraussetzungen zu identifizieren. Die Studierenden haben sich mit unternehmerischem Denken und Handeln theoretisch, praktisch und interdisziplinär auseinandergesetzt. Sie können Geschäftsmodelle im NPO-Bereich entwerfen, bewerten und ggf. modifizieren. Das befähigt die Studierenden für ihre spätere Berufspraxis Ideen zu Konzepten zu entwickeln, dies adäquat aufzuarbeiten und zu präsentieren. Die Studierenden erwerben Future Skills im Bereich der klassischen Kompetenzen (Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative, Resilienz, Lösungsfähigkeit) sowie transformative Kompetenzen (Veränderungs-, Innovationskompetenz, Missionsorientierung, Dialog- und Kritikfähigkeit sowie Urteilsfähigkeit).
Modulinhalte:	Die Studierenden erleben den Weg einer NPO-Organisation zu einem großen Sozialunternehmen anhand eines praktischen Beispiels. Der Praxisbezug beinhaltet einige organisierte Besuche des größten Sozialunternehmens in Köln mit einigen Praktikern. Die Studierenden beschäftigen sich mit - Aufbau und Finanzierung der Sozialsysteme in Deutschland - Social Entrepreneurship und Refinanzierung - Strategie - Change-Management e. Schaffung neuer Strukturen (Ablauf- und Aufbauorganisation)
Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit, Exkursion
Prüfungsformen:	Hausarbeit oder Hausarbeit mit Kolloquium Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-

Empfohlene Literatur:	Wird im Kurs bekanntgegeben
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Besuche bei Unternehmen aus dem sozialen Bereich Der Termin der verpflichtenden Kick Off Veranstaltung ist dem Vorlesungsverzeichnis zu entnehmen, alle weiteren Termine werden im Kurs vereinbart.
Letzte Aktualisierung:	WS2024/25

15.5 Entrepreneurial (Design) Thinking

Modulnummer:	S04.W03
Modulbezeichnung:	Entrepreneurial (Design) Thinking: Lösungen innovativ entwickeln
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Annette Blöcher
Dozierende:	Prof. Dr. Annette Blöcher
Learning Outcome:	WAS: Am Ende des Moduls können die Studierenden Design Thinking als einen Ansatz zur Entwicklung von innovativen Ideen für Produkte und Prozesse anwenden. Sie lernen Design Thinking als agiles, menschenzentriertes Mindset und nutzerzentrierte Arbeitsweise zur Gestaltung innovativer Lösungen kennen und können die vielfältigen Methoden anwenden. Sie verstehen Zielgruppen und ihre Bedürfnisse und können diese in den Entwicklungsprozess einbeziehen, indem Problem und Lösungsräume separat betrachtet und miteinander verknüpft werden. Sie können ihre Ideen in Prototypen umsetzen und durch iteratives Vorgehen reflektieren und optimieren. WOMIT: Die Studierenden entwickeln eigene Ideen unter Anwendung des systematischen Design Thinking Prozesses und entwickeln Prototypen, bei denen der Mensch im Fokus der Betrachtung steht. Dabei unterstützen Kreativmethoden, iterative Testung und interviewgeleitetes Feedback. Zudem werden Schnittstellen zu Lean Start up und zu Business Model Canvas betrachtet. Die Studierenden setzen sich mit unternehmerischem Denken und Handeln theoretisch und praktisch auseinander, versetzen sich selbst in die Lage eines Entrepreneurs und erlernen detaillierte Kenntnisse im Bereich Mindset und Toolset von Entrepreneuren. WOZU: Die Studierenden arbeiten an ihren Future Skills, indem sie in interdisziplinären Teams ihre Problemlösungsfähigkeit und Kreativität schärfen. Sie arbeiten selbstständig, praxisorientiert und pro-aktiv (unternehmerische Gelegenheiten erkennen, unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative). Zudem werden die eigenen Entscheidungen fortlaufend reflektiert (Adaptionsfähigkeit & Reflexionskompetenz). Sie erstellen eine schriftliche Präsentation und wenden hierzu das erlernte theoretische Wissen auf ein Praxisbeispiel an (Transferkompetenz).
Modulinhalte:	Die kunden- und nutzerorientierte Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen ist ein wichtiger Erfolgsfaktor von Unternehmen, da Fehlentwicklungen und Ressourcenverschwendung vermieden werden können. Zudem ist es notwendig, Kunden zu begeistern und diese mit passenden Produkten und Dienstleistungen langfristig an das Unternehmen zu binden. Das Modul bietet Ihnen die Möglichkeit, Design Thinking kennenzulernen und anzuwenden. Hierbei werden die Bedürfnisse von Kunden aufgegriffen und mittels eines strukturierten Prozesses mit den Phasen: Verständnis, Erkundung, Synthese, Ideenfindung, Prototypen und Test in neue Lösungen umgesetzt. Folgende Inhalte werden bearbeitet: • Entrepreneurship als unternehmerisches Denken und Handeln (Mindset & Toolset) • Growth Mindset – So denken Entrepreneure • Design Thinking als Innovationsprozess und Methodenbaukasten • Design Thinking und was dann? • Aktuelle Themen des Entrepreneurial Managements • Praxisbeispiele und Fallstudien

Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung, Workshop, seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Präsentation: 50% (Teamlleistung); Reflexion: 50% Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: Grundlagen der BWL, Grundlagen des Marketings, Unternehmensführung I
Empfohlene Literatur:	Materialien im e-learning Portal Blöcher, A. (2020): Entrepreneurship. Unternehmerische Herausforderungen der Planung und Organisation erfolgreich meistern. Stuttgart. Brown (2008): Design Thinking; abrufbar unter: https://www.researchgate.net/publication/5248069_Design_Thinking Dweck, C. (2012): Mindset – How you can fulfil your potential; abrufbar unter: http://dSPACE.vnBRIMS.org:13000/xmlui/bitstream/handle/123456789/4898/Mindset%20How%20You%20Can%20Fulfill%20Your%20Potential.pdf?sequence=1&isAllowed=y Engelen, Engelen, Bachmann (2015): Corporate Entrepreneurship: Unternehmerisches Management in etablierten Unternehmen, Springer-Gabler Liedtka, J. (2014): Innovative ways companies are using design thinking; abrufbar unter: https://static1.squarespace.com/static/590a5acf15d5dba8afd18da5/t/594c93a56b8f5bb71960c193/1498190757881/S%26L+10+stories.pdf Schallmo, D. R. A. (2017): Design Thinking erfolgreich anwenden: So entwickeln Sie in 7 Phasen kundenorientierte Produkte und Dienstleistungen Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation, Hoboken, New Jersey. Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2015): Value Proposition Design: Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen Die Fortsetzung des Bestsellers Business Model Generation! Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer Puteanus-Birkenbach, K. et al (2015): Ideengenerierung, Kreativität, Design Thinking. In: Hölzle, K. et al. (2015): Entrepreneurship Education, S. 106-125. Wirtz, B. W. (2018): Business Model Management. Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Interdisziplinäre Öffnung über die Kompetenzwerkstatt
Besonderheiten:	Das Modul ist über die Kompetenzwerkstatt interdisziplinär geöffnet.
Letzte Aktualisierung:	WS 2024_2025

15.6 Digitalisierungsstrategien in dynamischen Märkten

Modulnummer:	S04.W04
Modulbezeichnung:	Digitalisierungsstrategien in dynamischen Märkten
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6 Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Zabel
Dozierende:	Dr. Michael Henrich
Learning Outcome:	Die Studierenden kennen die zentralen Konzepte der Digitalisierung und des digitalen Wettbewerbs. Die Studierenden sind in der Lage, anhand der zentralen Handlungsfelder Produkt/Leistung, Führung, Organisation und Kultur Strategien der Digitalisierung in Unternehmen beschreiben. Sie können das Zusammenspiel der einzelnen Faktoren in konkreten Fallbeispielen analysieren und bewerten, um Handlungsbedarfe abzuleiten. Damit sind sie später in der Lage, Digitalisierungsstrategien sowie ein Vorgehen für Transformationsprozesse zu entwickeln und in der Umsetzung zu begleiten. Die Studierenden erwerben digitale Schlüsselkompetenzen (digital literacy & ethics, digitale Kollaboration, agiles Arbeiten), sowie klassische Kompetenzen (Lösungsfähigkeit, unternehmerisches Handeln, Kreativität) und transformative Kompetenzen (Innovationskompetenz, Urteilsfähigkeit, Missionorientierung, Veränderungskompetenz)
Modulinhalte:	• Digitalisierungstreiber • Chancen und Risiken der Digitalisierung für Unternehmen • „GAFA“ – Die Bedeutung dominanter Marktteilnehmer • Elemente einer Digitalisierungsstrategie • Digitale Geschäftsmodelle & Kundenbeziehungen • Digitalisierung der Wertschöpfungskette & Kernprozesse • Organisation & Kultur im Wandel ("New Ways of Working")
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristische Vorlesung: Vorlesung, Lektüre, Fallstudien und Gruppenarbeiten Online- und Präsenzveranstaltung im Wechsel (Möglichkeit zur Teilnahme an Onlineveranstaltung muss gegeben sein)
Prüfungsformen:	Hausarbeit oder Hausarbeit mit Kolloquium Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Kompetenzen der ersten vier Studiensemester
Empfohlene Literatur:	Reinhardt, Kai. 2020. Digitale Transformation der Organisation: Grundlagen, Praktiken und Praxisbeispiele der digitalen Unternehmensentwicklung. Wiesbaden: Gabler. Gupta, Sunil. Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business. Boston: Harvard Business Review Press, 2018.

Verwendung des Moduls in wei- -
teren Studiengängen:

Besonderheiten: -

Letzte Aktualisierung: WS 2024/25

15.7 Digitale Innovation

Modulnummer:	S04.W05.
Modulbezeichnung:	Digitale Innovation
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch, mehrere zu analysierende Texte sind auf Englisch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal pro Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Zabel
Dozierende:	Dipl. Volkswirt Thomas Vehmeier
Learning Outcome:	Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse im Bereich der digitalen Transformation, Innovation und Unternehmensführung, die einen Transfer zwischen theoretischen Konzepten und der Praxis ermöglicht. Die Studierenden sind in der Lage, anhand der fünf zentralen Handlungsfelder Strategie, Wertschöpfungsprozesse, Innovationsprozesse, Ökosysteme und Führung Herausforderungen bei der Umsetzung digitaler Innovationsaktivitäten zu identifizieren. Dies gilt insbesondere hinsichtlich des Aufbaus von adäquaten Organisationsstrukturen und Wandelbarrieren. Die Studierenden können das Zusammenspiel der einzelnen Faktoren in konkreten Fallbeispielen analysieren und bewerten, um Handlungsbedarfe abzuleiten. Damit sind sie später in der Lage, ein Vorgehen für digitale Innovationsprozesse zu entwickeln und in der Umsetzung zu begleiten. Neben den wichtigsten Frameworks zur Entwicklung digitaler Produkte und Ventures lernen die Studierenden in der Industrie gängige Innovationsprozesse und deren Herausforderungen kennen, von der kundenzentrierten Bedarfsanalyse über die Prototypen-Entwicklung bis hin zur Entwicklung skalierbarer Geschäftsmodelle. Die Studierenden erwerben Future Skills im Bereich der technologischen Kompetenzen (Data Analytics, Softwareentwicklung, Nutzerzentriertes Design, IT-Architektur), digitaler Schlüsselkompetenzen (Digital Literacy und Ethics, Kollaboration, agiles Arbeiten), sowie klassischer Kompetenzen (Kreativität, Lösungsfähigkeit, interkulturelle Kompetenz) und transformativer Kompetenzen (Innovationskompetenz, Veränderungsfähigkeit, Dialog- und Konfliktfähigkeit).
Modulinhalte:	Modul 1 Digitale Innovation als strategische Herausforderung für etablierte Unternehmen Analyse der transformativen Veränderungen durch die Digitalisierung. Die Studierenden finden heraus, welche Bedingungen sich daraus für digitale Innovationsaktivitäten ableiten lassen. Zudem werden konkrete Herausforderungen identifiziert, mit denen Unternehmen konfrontiert sind, die versuchen, Innovationskapazitäten aufzubauen. - Einführung in die Digitale Transformation - Innovationsmanagement als transformative Aufgabe - Case Study/ Pre-Mortem und Strategische Analyse Modul 2 Elemente und Prozesse für neue Wertschöpfung in dynamischen, digitalen Märkten Praxisorientierte Einführung in die Entwicklung neuer Wertschöpfungsprozesse in dynamischen, digitalen Märkten zu bieten. Das Modul kombiniert strategische Überlegungen mit operativen Werkzeugen und bietet den Studierenden die Möglichkeit, sowohl theoretische Konzepte als auch praktische Anwendungen zu erkunden. - Strategie-Entwicklung unter dynamischen Bedingungen (z.B. Wardley-Map) - Digitale Geschäftsmodelle und Business Cases

	Modul 3 Experimentelle, inkrementelle Innovation und Unternehmertum Erkennen der Bedeutung von Unternehmertum und der Rolle von Kreisläufen für Innovationsfortschritt. Kennenlernen und Bewerten agiler Praktiken und ihrer Anwendung im Unternehmenskontext. - Humanzentrierte Methoden digitaler Produktinnovation - Experimentelle, inkrementelle Innovationsmethoden - Entrepreneurship und Start-up-Kultur Modul 4 Innovation in Ökosystemen mit Kunden und Stakeholdern Verstehen der Bedeutung des Zusammenwirkens in Ökosystemen für die Innovation, der Art der Innovations- und Unternehmerfähigkeiten und der Rolle der entscheidenden Akteure in diesen Ökosystemen. Kennenlernen verschiedener, ausgewählter Optionen, die Organisationen zur Verfügung stehen, um ein sinnvolles Engagement in ihrem Innovations-Ökosystem zu ermöglichen (Closed und Open Innovation). - Zusammenwirken in Ökosystemen für Innovation - Unternehmensinterne Instrumente (Closed Innovation) - Instrumente außerhalb des Unternehmens (Open Innovation) Modul 5 Innovation Leadership - Führen von Innovationen und Wandel Erarbeiten von Prozessmodellen für die Führung in transformativen Projekten. Entwickeln eines Plans für den Auf- und Umbau einer Organisation als zentraler Bestandteil eines Innovations-Ökosystems. - Führung und Management digitaler Projekte - Organisatorischer Wandel und Change Management"
Lehr- und Lernmethoden:	seminaristischer Unterricht: Lektüre, Fallstudien und Gruppenarbeiten
Empfohlene Prüfungsformen:	Benotung erfolgt zu 50% für eine Gruppenarbeit mit Präsentation, zu 50% aufgrund mündlicher Beteiligung. Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Module der Unternehmensführung, Interesse an digitalen Märkten sowie an Innovation und Veränderung
Empfohlene Literatur:	- Rogers, David L. (2017): <i>Digitale Transformation: das Playbook</i>, Übersetzung aus dem Amerikanischen von Kathrin Lichtenberg. 1.Auflage. - Frechen: mitp Verlags GmbH & Co. KG; - Dark Horse Innovation (2016): <i>Digital Innovation Playbook: Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer*innen, Macher*innen und Manager*innen.</i>; - Lusch, R; Vargo, S.; O'Brien, M. (2007): <i>Competing through service: Insights from service-dominant logic</i>. - Maurya, Ash (2023), <i>Running Lean: Geschäftsmodelle schnell und iterativ entwickeln</i>, 2. Aufl. - Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): <i>Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer</i> - Nambisan, S. Et. Al (2017): <i>Digital innovation management: Reinventing innovation management research in a digital world</i>, in: <i>MIS Quarterly</i> Vol 41, pp. 223-238/March 2017. - Ries, E. (2014): <i>Lean Startup</i>, München Garvan Callan. (2023): <i>Digital Business Strategy</i>. Die Angaben zur Lektüre werden zu Semesterbeginn noch einmal weiter konkretisiert."
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	-Zu spezifischen Themen werden einzelne Gastredner aus der Praxis eingeladen.
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

15.8 Unternehmensstrategie und Wettbewerb

Modulnummer:	S04.W06.
Modulbezeichnung:	Unternehmensstrategie und Wettbewerb
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Christian Rennert
Dozierende:	Prof. Dr. Christian Rennert
Learning Outcome:	<u>Was?</u> Mithilfe dieses Moduls erwerben die Studierenden future skills wie etwa Urteilsfähigkeit, Innovations- und Veränderungskompetenzen sowie Resilienzvermögen. Sie werden in die Lage versetzt, Entwicklungspotentiale von Unternehmen zu erkennen, zu beurteilen und eigene strategische Handlungsoptionen zu entwerfen. <u>Womit?</u> Hierfür setzen sie sich mit unternehmensstrategischen Grundlagenbeiträgen und der Diskussion um diese Beiträge auseinander. <u>Wozu?</u> Am Ende des Kurses kennen sie wesentliche strategischen Logiken, die unternehmerischem Erfolg und Misserfolg zugrunde liegen, und haben ein differenziertes strategisches Argumentations- und Handlungsrepertoire aufgebaut und eingeübt.
Modulinhalte:	Die Studierenden rekonstruieren verschiedene unternehmensstrategische Theoriearchitekturen und daraus resultierende Handlungsprogramme und diskutieren deren Anwendungstauglichkeit vor dem Hintergrund konkreter Praxisfälle.
Lehr- und Lernmethoden:	Flipped classroom concept
Prüfungsformen:	100% Klausur (60 Minuten)
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul: Unternehmensführung I und II
Empfohlene Literatur:	Barney, J. B. & Mackey, A. (2018). Monopoly Profits, Efficiency Profits, and Teaching Strategic Management. <i>Academy of Management Learning & Education</i> , Jg. 17, H. 3, 359–373. Barney, J. B. (1986). Types of Competition and the Theory of Strategy. <i>Academy of Management Review</i> , Jg. 11, H. 4, S. 791-800. Darüber hinaus wird jedes Semester ein Skript sowie eine Literaturliste mit Texten ausgegeben, die in diesem Modul diskutiert werden.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

16 Betriebliche Steuerlehre / Wirtschaftsprüfung

16.1 Besteuerung von Gesellschaften, AO und FGO (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S05.01
Modulbezeichnung:	Besteuerung von Gesellschaften, AO und FGO
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Martin Heinrich
Dozierende:	Prof. Dr. Martin Heinrich; Prof. Dr. Hendrik Jacobsen
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden können die Grundlagen des Steuerrechts, wie sie in Grundgesetz, Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung niedergelegt sind, erkennen, interpretieren und demonstrieren sowie den Einfluss verschiedener Steuerarten auf die Besteuerung unterschiedlicher Gesellschaftsformen charakterisieren und unterscheiden sowie im Hinblick bspw. auf die Höhe der Steuerlast ermitteln. WOMIT: Dazu wird dies nach den Grundsätzen der juristischen Arbeitstechnik auf Fragestellungen und Sachverhalte übertragen, Wege differenziert und abgestimmt sowie das Zusammenspiel verschiedener steuerlicher und auch nichtsteuerlicher (bspw. gesellschaftsrechtlicher) Einflussfaktoren auf die Besteuerungshöhe und den -zeitpunkt erkannt, die Kreativität, Lösungs- und Urteilsfähigkeit geübt und erlangt. WOZU: Somit erhalten die Studierenden die Fähigkeit um Rechtsfragen aus den Bereichen AO und FGO beantworten sowie um komplexe Sachverhalte aus diesen Bereichen beurteilen und Lösungen hierzu kreieren zu können. Damit werden die Urteils- und Lösungskompetenz der Studierenden gestärkt. Des Weiteren können sie vorteilhafte Entscheidungen im Hinblick auf die Verwendung von Personengesellschaften, Kapitalgesellschaften und deren Mischformen in unterschiedlichen, sich dynamischen verändernden wirtschaftlichen Umfeldern treffen (Ergebniskompetenz).
Modulinhalte:	<i>Besteuerung von Gesellschaften:</i> Die Besteuerung unterschiedlicher Gesellschaften (Personengesellschaften, Kapitalgesellschaften, GmbH & Co. KG), Betriebsaufspaltung, Steuerbelastungsrechnungen im Vergleich, Organschaft, Übertragung von Wirtschaftsgütern <i>AO und FGO:</i> Grundlagen des Steuerrechts Steuerschuld- und das Steuerverfahrensrecht Rechtsbehelfe (insb. Einspruch) Korrektur von Steuerbescheiden Kontrolle durch die Finanzgerichte Überlegungen de lege ferenda
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur (60 min.): 100%
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 Stunden $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit

Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Gesetzestexte: - Nwb Textausgabe (2024). <i>Wichtige Steuergesetze</i> (75. Auflage). Herne: NWB Verlag. Lehrbücher: - Helmschrott, H., Grimm, S. & Scheel, T. (2024). <i>Abgabenordnung</i> (18. Auflage). Freiburg: Schäffer-Poeschel. - Große et al. (2024). <i>Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung</i> (23. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. - Scheel, T., Brehm, B. & Holzner, S. (2018). <i>Abgabenordnung und FGO</i> (17. Auflage). Achim: Erich Fleischer Verlag. - Tipke et al. (2024). <i>Steuerrecht</i> (25. Auflage). Köln: Verlag Dr. Otto Schmidt KG. - Grobshäuser et al. (2023). <i>Besteuerung der Gesellschaften</i> (7. Auflage). Freiburg: Schäffer-Poeschel. - Niehus, U. & Wilke, H. (2023). <i>Die Besteuerung der Personengesellschaften</i> (9. Auflage). Freiburg: Schäffer-Poeschel. - Niehus, U. & Wilke, H. (2018). <i>Die Besteuerung der Kapitalgesellschaften</i> (5. Auflage). Freiburg: Schäffer-Poeschel.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	Gastvorträge; Besuche bei Wirtschaftsprüfungs- und/oder Steuerberatungsgesellschaften und/oder beim Finanzgericht
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

16.2 Wirtschafts- und Jahresabschlussprüfung (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S05.02
Modulbezeichnung:	Wirtschafts- und Jahresabschlussprüfung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5.Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Martin Heinrich
Dozierende:	Prof. Dr. Jörg Meinen
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden können den Beruf des Wirtschaftsprüfers im Hinblick auf Berufszugang und Berufsausübung erläutern sowie die verschiedenen Methoden zur Prüfung des Jahresabschlusses sowie von rechnungslegungsbezogenen Kontrollsystemen von Unternehmen auswählen, WOMIT: indem sie die unterschiedlichen Prüffelder im Jahresabschluss strukturieren sowie die Auswirkung unterschiedlicher Handlungsalternativen auf den Prüfungsprozess verstehen und Kompetenzen im Bereich Dialog- und Konfliktfähigkeit erlangen, WOZU: um im Berufsleben bei der Überwachung und Beurteilung prüfungspflichtiger oder freiwillig geprüfter Unternehmen aller Rechtsformen mitzuwirken, Urteilsfähigkeit erlangen und eine angemessene Prüfungsplanung und Prüfungsstrategie unter Berücksichtigung von Veränderungsprozessen zu entwickeln.
Modulinhalte:	• Beruf und Berufsstand des Wirtschaftsprüfers, • Darstellung der einzelnen Prüfungsfelder im Rahmen der Jahresabschlussprüfung – Prüfung des immateriellen und Sachanlagevermögens – Prüfung des Finanzanlagevermögens – Prüfung der Vorräte – Prüfung der Forderungen – Prüfung des Eigenkapitals – Prüfung der Rückstellungen – Prüfung der Verbindlichkeiten – Prüfung der Rechnungsabgrenzung – Prüfung der Steuerabgrenzung
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur (60 min.): 100% Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25- 30 Stunden $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Gesetzestexte (jeweils aktuelle Auflage): - Berens, H. & Engel, H. (2024). <i>Wichtige Wirtschaftsgesetze</i> (37. Auflage). Herne: NWB Verlag.

	Lehrbücher (jeweils aktuelle Auflage): - Pelka et al. (2025). <i>Beck'sches Steuerberater Handbuch 2025/26</i> (20. Auflage). München: C.H.Beck. - Graumann, M. (2023). <i>Wirtschaftliches Prüfungswesen</i> (7. Auflage). Herne: NWB Verlag. - Feldmüller, C. (2023). <i>WP Handbuch: Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung</i> (18. Auflage). Düsseldorf: IDW-Verlag GmbH.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	Teilnahme am DATEV –Seminar, Besuch von KPMG, Deloitte, Finanzgericht u.a.
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

16.3 Bilanzsteuerrecht und IT in der Steuerberatung

Modulnummer:	S05.W01
Modulbezeichnung:	Bilanzsteuerrecht und IT in der Steuerberatung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Martin Leo Heinrich
Dozierende:	Prof. Dr. Daniela Hess, Prof. Dr. Martin Leo Heinrich
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden können selbständig Steuerbilanzen und Steuerrückstellungen berechnen und dies durch Erlernen digitaler Kompetenzen IT-technisch mit entsprechenden Software umsetzen, WOMIT: indem sie die Abweichungen der Steuerbilanz gegenüber der Handelsbilanz kennen und als abweichende Bilanzpositionen in ein Steuerbilanzermittlungsschema integrieren. Ergänzt wird dies durch eine automatisierte Analyse des Buchungsbestands zwecks Überprüfung des Buchhaltungsmaterials (Big Data-Analyse), WOZU: um steuerbilanzielle Gewinne und Steuerrückstellungen sowohl händisch als auch automatisiert zu ermitteln. Somit werden Digitale Schlüsselkompetenzen wie Digital Literacy sowie Digitale Kollaboration mit den Jahresabschluss Teams vermittelt.
Modulinhalte:	Bilanzierung dem Grunde und der Höhe nach in der Steuerbilanz; Umfang des steuerlichen Betriebsvermögens; Behandlung von verschiedenen Sondersachverhalten der Bilanzierung und Bewertung, z.B. Leasing, Mietereinbauten, immaterielle Wirtschaftsgüter, Schuldübernahmen, anschaffungsnahe Aufwendungen, Teilwertabschreibungen; EDV-technischer Einsatz bei der Erstellung von Steuererklärungen, Steuerbilanzen und Berechnung von Steuerrückstellungen.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	100 % Klausur (60 Min.) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: Steuern, Unternehmensrecht und Steuern
Empfohlene Literatur:	Falterbaum, H., Bolk, W., Reiß, W., Kirchner, T. (2020). <i>Buchführung und Bilanz: Unter besonderer Berücksichtigung des Bilanzsteuerrechts und der steuerlichen Gewinnermittlung bei Einzelunternehmen und Gesellschaften</i> (23. Aufl.). Achim: Erich Fischer Verlag Fanck, B., Guschl, H., Kirschbaum, J., Schustek, H., Haug, T., Leibold, T. (2024). <i>Bilanzsteuerrecht und Buchführung</i> (17. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	Der Teil EDV in der Steuerberatung erfolgt in Zusammenarbeit u.a. mit der Datev.
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

16.4 Internationales Steuerrecht sowie steueroptimiertes Schenken und Vererben

Modulnummer:	S05.W02
Modulbezeichnung:	Internationales Steuerrecht sowie Erbschaft- und Schenkungsteuer
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Martin Heinrich
Dozierende:	Prof. Dr. Daniela Hess Prof. Dr. Hendrik Jacobsen Prof. Dr. Friedrich Klein-Blenkers
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden können erb- und schenkungsrechtliche Aspekte, wie sie insb. im Grundgesetz, in BGB und HGB niedergelegt sind, erkennen, interpretieren, demonstrieren und differenzieren und ertragsteuerliche, erbschaftsteuerliche und umsatzsteuerliche Aspekte des internationalen und nationalen Rechts erläutern, unterscheiden und strukturieren, WOMIT: indem sie deren Voraussetzungen und Rechtsfolgen nach den Grundsätzen der juristischen Arbeitstechnik auf Fragestellungen und Sachverhalte übertragen, Wege differenzieren und abstimmen und den Einfluss nationaler Steuerregelungen auf grenzüberschreitende unternehmerische Aktivitäten von Steuerin- und -ausländer erfassen sowie die steuerliche Auswirkung supranationaler Vereinbarungen ermitteln, WOZU: um Rechtsfragen der Übertragung von privatem und unternehmerischem Vermögen auf die nächste Generation zu beantworten, Lösungsfähigkeit und Kreativität zu trainieren sowie komplexe Sachverhalte aus diesen Bereichen beurteilen und Lösungen hierzu kreieren zu können. Sie können den Einsatz unterschiedlicher Instrumente, Konstruktionen und unternehmerischer Gestaltungsalternativen im Zusammenhang mit internationalen Aktivitäten beurteilen. Dabei werden Lösungsfähigkeit, Urteilsfähigkeit und Kreativität in einem Umfeld hoher internationaler Veränderungsgeschwindigkeit vermittelt.
Modulinhalte:	• Übertragung von privatem und unternehmerischem Vermögen aus zivil- sowie steuerrechtlicher Sicht sowie Möglichkeiten der Gestaltung, insbesondere – Zivilrechtliche Grundlagen – Erb- und schenkungsteuerrechtliche Grundlagen – Steuerliche Berechnung von Erbfällen und Schenkungen – Zeitliche gestreckte Übertragungen von Vermögen – Weitere Möglichkeiten der Gestaltung – Grenzüberschreitende Schenkungen und Erbschaften • Besteuerung von Auslandsaktivitäten von Steuerinländern und von Inlandsaktivitäten von Steuerausländern. Insbesondere: – Einführung in das Internationale Steuerrecht – Unilaterale Maßnahmen zur Vermeidung resp. Milderung der Doppelbesteuerung – Einführung in das Recht der Doppelbesteuerungsabkommen – Betrachtung der steuerlichen Konsequenzen bei grenzüberschreitenden Transaktionen zwischen Deutschland und Luxemburg – Ertragsteuerliche Aspekte des internationalen und nationalen Rechts • Internationale Immobilieninvestments • Internationale Unternehmertätigkeit • Internationale Arbeitnehmertätigkeit • Internationale Kapitalanlagen
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht

Prüfungsformen:	Klausur (60 min.): 100% Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25- 30 Stunden $\cong$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Gesetzestexte (jeweils aktuelle Auflage): • Wichtige Steuergesetze, 75. Auflage 2024 • Wichtige Wirtschaftsgesetze, 37. Auflage 2024 Lehrbücher (jeweils aktuelle Auflage): • Brähler, Internationales Steuerrecht, 8. Auflage 2014 • Heil, Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer, 6. Auflage 2022 • Tipke/Lang, Steuerrecht, 25. Auflage 2024
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	Gastvorträge; Besuche bei Wirtschaftsprüfungs- und/oder Steuerberatungsgesellschaften und/oder beim Finanzgericht
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

16.5 Umwandlungssteuerrecht

Modulnummer:	S05.W03
Modulbezeichnung:	Umwandlungssteuerrecht
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Martin Heinrich
Dozierende:	Prof. Dr. Hendrik Jacobsen Prof. Dr. Daniela Hess
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden können ökonomische Sachverhalte steuerlich optimal – unter Verwendung der Quantitativen Steuerplanung sowie der Steuerlichen Gestaltungssuche – strukturieren, WOMIT: indem sie mit dem nationalen Umwandlungssteuerrecht sowie umwandlungssteuernahen Rechtsgebieten vertraut sind (§ 6 Abs. 5 EStG, § 16 Abs. 3 S. 2 EStG, § 15a EStG, § 10a GewStG, GrEStG). WOZU: um in der Lage zu sein, die steuerlichen Parameter grenzüberschreitender Umwandlungen zu identifizieren. Damit wird insb. die Veränderungskompetenz, Lösungs- und Urteilsfähigkeit trainiert.
Modulinhalte:	Steuerplanung - Quantitative Steuerplanung, insbesondere Kasuistische Veranlagungssimulation - Methodik steuerlicher Gestaltungssuche Umwandlungssteuerrecht - Bewegung von Einzelwirtschaftsgütern in und aus - Kapitalgesellschaften (Anteiltausch – § 21 UmwStG, Anteilsabspaltung – § 15 Abs. 1 S. 3 UmwStG) - Personengesellschaften (§ 6 Abs. 5 EStG) - Bewegung von Sachgesamtheiten in und aus - Kapitalgesellschaften (§§ 20, 15-16 UmwStG) - Personengesellschaften (§ 24 UmwStG, § 16 Abs. 3 S. 2 EStG) - Bewegung von Gesellschaften aus - Kapitalgesellschaften (Verschmelzung – §§ 3-8, 11-13 UmwStG, Formwechsel – 9 UmwStG) - Personengesellschaften (Anwachsung – § 6 Abs. 3 S. 2 EStG, Formwechsel – § 25 UmwStG)
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur (60 Min.): 100 % Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit

Empfohlene Voraussetzungen:	Module: Steuer und Unternehmensrecht und Steuern
Empfohlene Literatur:	Unternehmensbesteuerung: Zwingend erforderliche Gesetzestexte: UmwStG, KStG, EStG, GrEStG, BGB, UmwG bspw. enthalten in: • Wichtige Steuergesetze, 74. Auflage, Herne: NWB, 2024, und • Wichtige Wirtschaftsgesetze, 37. Auflage, Herne: NWB, 2024 oder • Aktuelle Steuertexte 2024, München: C. H. Beck, 2024 • Aktuelle Wirtschaftsgesetze 2024, München: C. H. Beck, 2024. Lehrbücher: • Brähler, G., Krenzlin, A. (2020). <i>Umwandlungssteuerrecht: Grundlagen für Studium und Steuerberaterprüfung</i> (11. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. • Klingebiel, J., Patt, J., Krause, T. (2023). <i>Umwandlungssteuerrecht</i> (6. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Weitere Literaturhinweise im Rahmen der Vorlesung.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

17 Personal und Führung

17.1 Personal und Führung I: Kern- und Führungsprozesse im Personalmanagement (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S06.01
Modulbezeichnung:	Personal und Führung I: Kern- und Führungsprozesse im Personalmanagement
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Stefan Huber
Dozierende:	Prof. Dr. Stefan Huber
Learning Outcome:	Sie identifizieren die Steuerungsparameter der verschiedenen strategischen und operativen Personalmanagement-Prozesse und können mit Hilfe generischer Tools wie Input-Throughput-Output Modelle oder aufgabenspezifischer Tools wie multimodaler Interviews, Job Demand-Ansätze oder auch HR SWOT-Analysen inhaltlich und arbeitsrechtlich korrekte Abläufe im HRM (Human Resources Management) entwickeln, beschreiben und diese auf gegebene Praxissituationen transferieren, um Handlungsfelder in der HRM Praxis zu identifizieren, Handlungsabläufe zu strukturieren, in konkretes ergebnisorientiertes Handeln umzusetzen und HRM Ziele zu erreichen. Sie erarbeiten Führungskataloge möglicher und sinnvoller Handlungen von Führungskräften und Mitarbeiter:innen in Führungssituationen anhand traditioneller und moderner Führungstheorien, entwickeln einen eigenen situativen Führungsstil durch Darstellung von Führungsforschungsergebnissen, Herausarbeitung von Erfolgsfaktoren und Anwendung in Szenarien sowie reflektieren eigene aktive und passive Führungserfahrungen unter Zugrundelegung aktueller Führungsmodelle, um Führungskompetenzen auszubilden und diese erfolgreich als Führungskraft im beruflichen Alltag einsetzen zu können. Sie entwickeln eigenständig und in Kooperation mit einer Organisation eine Lösung zu einer praktischen Aufgabenstellung im Personalbereich und evaluieren Ihre Lösung mit Hilfe von Projektmanagement- und Kollaborationstools sowie aufgabenspezifischem Wissen, um die im Berufsleben immer wichtiger werdende Kompetenz des Steuerns und erfolgreichen Finalisierens von HRM-Projekten zu erwerben und auszubauen.
Modulinhalte:	Modelle des strategischen Personalmanagements internationales, integriertes und strategisches Personalmanagement Change Management: Begleitung und Kommunikation des Wandels Personalpolitik und -grundsätze Unternehmenskultur und HRM Prozesse Kernprozesse: Personalmarketing, -recruiting, -auswahl, -entwicklung und -freisetzung Personalbeurteilung und Zielvereinbarung Personalbetreuung und Motivation Führungstheorien und -modelle Führungsverhalten im Alltag Bearbeitung eines HRM Projektes

	Dieses Modul ist Teil des Handlungsfelds „Individuelle Schwerpunktsetzung und Bachelor-Thesis“ und ist auf dem Niveau des ersten Studienzyklus (Bachelor) einzuordnen.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Seminararbeit, Learning Nuggets, Fallstudien, Präsentationen, Projektarbeit und ergänzendem Dozentenvortrag
Prüfungsformen:	Schriftliche Gruppen- bzw. Projektarbeit mit mündlicher Präsentation: 40 % Mündliche Prüfung: 60 % Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Module der Bereiche • Betriebswirtschaft • Volkswirtschaftslehre • Wirtschaftsrecht • Mathematik/Statistik • Datenverarbeitung/IT Veranstaltung „Personalmanagement und Arbeitsrecht“
Empfohlene Literatur:	Berthel, J.; Becker, F. (2022): <i>Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit</i> , 12. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. (Hrsg.) (2012): <i>Integriertes Personalmanagement in der Praxis</i> , 2. Auflage, München: Bertelsmann Verlag. Holtbrügge, D. (2022): <i>Personalmanagement</i> , 8. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer Verlag. Lange, J. (Hrsg.) (2021): <i>Werteorientierte Führung in Theorie und Praxis. Konzepte – Studienergebnisse – Praxiseinblicke</i> , Berlin/Heidelberg: Springer Verlag. Lindner-Lohmann, D. / Lohmann, F. / Schirmer, U. (2023): <i>Personalmanagement</i> , 4. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer Verlag. Raitner, M. (2024): <i>Manifest für menschliche Führung. 6 Thesen und 14 Prinzipien für eine neue Führung im Zeitalter der Digitalisierung</i> , München: Vahlen Verlag. Stock-Homburg, R. (2019): <i>Personalmanagement: Theorien-Konzepte-Instrumente</i> , 4. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Praxisprojekt
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/2025

17.2 Personal und Führung II: Verhalten in Organisationen (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S06.02
Modulbezeichnung:	Personal und Führung II: Verhalten in Organisationen
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Carsten Knaut
Dozierende:	Prof. Dr. Carsten Knaut, Prof. Dr. Ricarda Rolf
Learning Outcome:	Sie können Organisationen aus der Rolle der Personalabteilung heraus gestalten, indem Sie • Erkenntnisse der Arbeits- und Organisationspsychologie auf praktische Fragestellungen der Arbeitswelt übertragen, • Strategien zur aktiven Beeinflussung von Entscheidungsprozessen in Organisationen entwickeln, • Instrumente des Human Resources Management erfolgreich in Organisationen anwenden, • Arbeitsrechtliche Fragestellungen in Ihre Entscheidungsfindung einbeziehen und • Ihre Annahmen und den Erfolg Ihrer Maßnahmen mit Daten prüfen, um Organisationen an betriebswirtschaftlichen Zielen und den Bedürfnissen der Mitarbeitenden ausgerichtet weiterentwickeln zu können.
Modulinhalte:	Menschen: Motivation, Emotion, Gesundheit Organisationen: Anreize, Kultur, Transformation Interaktion: Mikropolitik, Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion Daten: Candidate Experience, Employee Experience, People Analytics
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Fallstudien, Gruppenarbeit, Präsentationen und ergänzendem Dozentenvortrag
Prüfungsformen:	Hausarbeit: 50 % Klausur: 50 % Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 - 30 h $\pm$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Module der Bereiche

	• Betriebswirtschaft • Volkswirtschaftslehre • Wirtschaftsrecht • Mathematik/Statistik • Datenverarbeitung/IT
Empfohlene Literatur:	Buchanan, D.; Huczynski, A. (2019). <i>Organizational Behaviour</i> (10. Aufl.). London: Pearson. Nerdinger, F. W.; Blickle, G.; Schaper, N. (2019). <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i>. Heidelberg: Springer. Oechsler, W. A.; Paul, C. (2024). <i>Personal und Arbeit</i> (12. Aufl.): München: De Gruyter Oldenbourg.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Gastvorträge von Praktikern aus Unternehmen und Exkursionen zu Unternehmen
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

17.3 Digitale Arbeitswelt und Komplexität

Modulnummer:	S06.W01
Modulbezeichnung:	Digitale Arbeitswelt und Komplexität (Praxisprojekt)
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Carsten Knaut
Dozierende:	Prof. Dr. Carsten Knaut
Learning Outcome:	Sie können soziale, ökonomische und technische Elemente der digitalen Arbeitswelt strukturiert analysieren und gestalten, indem Sie • selbstorganisiert eine Lösung für ein komplexes Problem entwickeln, • dabei zwischen strukturellen, prozeduralen, kulturellen und infrastrukturellen Herausforderungen in einem organisationalen Kontext unterscheiden, • digitale Kompetenzen und agile Arbeitsmethoden anwenden sowie • unternehmerisch denken und handeln, um Digitalisierungspotenziale in Organisationen zu erkennen, bestehende Digitalisierungsinitiativen kritisch hinterfragen und eigene Digitalisierungsideen entwickeln und umsetzen zu können.
Modulinhalte:	Praxisprojekt in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen. Das im Rahmen der Veranstaltung zu lösende Problem wird durch die jeweilige Partnerorganisation definiert. Wissen • Technische, ökonomische und soziale Grundlage der Digitalisierung • Mittelbare und unmittelbare digitale Kompetenzen • Auswirkungen der Digitalisierung auf Organisationen Erleben • Erarbeitung von eigenen Objectives and Key Results (OKR) • Selbstorganisation und dienende Führung (Servant Leadership) am Beispiel Scrum • Perspektivwechsel und Kreativitätstechniken am Beispiel ausgewählter Methoden des Design Thinkings • Entwicklung eines Minimum Viable Products (MVP) Eine unternehmerische Umsetzung der entstehenden Produktideen wird bei Interesse über die Veranstaltung hinaus aktiv durch die TH Köln unterstützt.
Lehr- und Lernmethoden:	Co-Kreation in Form gemeinsamer Anwendung und Vertiefung verschiedener Arbeitsmethoden in interaktiven Workshops und Gruppenarbeiten.
Prüfungsformen:	Gruppen-Präsentation: 30 % Lernportfolio: 70 %

	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Module der Bereiche • Betriebswirtschaft • Volkswirtschaftslehre • Wirtschaftsrecht • Mathematik/Statistik • Datenverarbeitung/IT
Empfohlene Literatur:	Carretero, Stephanie et. al. (2017): DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, Luxembourg, Publications Office of the European Union: https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf_(online).pdf Fidler, Devin et. Al. (2016): Future Skills Report, Institute for the Future: https://www.iftf.org/fileadmin/user_upload/downloads/wfi/ACTF_IFTF_Future-Skills-report.pdf Kaiser, Stephan et. al. (2020): DigiTrain 4.0 - Kompass der digitalen Arbeitswelt: https://digitrain40.de/wp-content/uploads/2019/03/Digitrain_Digitalisierungskompass.pdf Fortmann, Harald R.; Kolocek, Barbara (Hrsg.) (2018): Arbeitswelt der Zukunft; Springer-Gabler Ney, Steven; Meinel, Christoph (2019): Innovation, Wicked Problems and Design Thinking; in: Putting Design Thinking to Work; Springer
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

17.4 Arbeits- und Führungspsychologie

Modulnummer:	S06.W02
Modulbezeichnung:	Arbeits- und Führungspsychologie
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Stefan Huber
Dozierende:	Prof. Dr. Stefan Huber
Learning Outcome:	Sie können mit Hilfe von vermittelten Kenntnissen der biopsychologischen Grundlagenforschung und der anwendungsbezogenen Forschung (Gesundheitspsychologie, Klinische Psychologie, Wirtschafts- und Organisationspsychologie) die Auswirkungen der Arbeit auf die Persönlichkeit von Menschen in Fallbeispielen identifizieren und charakterisieren sowie persönlichkeitsadäquate Formen der Arbeitsgestaltung entwerfen, um im beruflichen Alltag die Bedeutung der Persönlichkeit zu beachten und der Persönlichkeit des Individuums entsprechende Arbeitsabläufe und -strukturen definieren zu können. Sie können die Bedingungen von humaner und gesundheitsförderlicher Arbeit durch die Anwendung arbeitsmedizinischer und arbeitswissenschaftlicher Erkenntnisse analysieren und diese auf neue Arbeitsformen von z.B. New Work und Arbeit 4.0 transformieren, um moderne Arbeitsformen im Unternehmen unter dem Aspekt der nachhaltigen mentalen und physischen Gesunderhaltung zu kreieren. Sie können die personenbezogenen und umfeldbezogenen Einflussfaktoren auf Regelverstöße identifizieren, Ansätze zur Förderung von Regeleinhaltungen und zur Definition einer Fehlerkultur durch die Anwendung von Fehlermodellen und eines positiven Entscheidungsverhaltens durch Risiko- und Entscheidungsmodelle entwickeln und auf die betriebliche Praxis transferieren, um später Führungskräfte in ihrem Entscheidungsverhalten zu unterstützen. Sie können non-verbal mit Hilfe von Körpersprache kommunizieren, identifizieren Beobachtungs-, Bewertungs- und Handlungsfehler von Akteuren im Arbeitsalltag durch die Nutzung der Erkenntnisse der Mikropolitik, leiten Gesetzmäßigkeiten menschlichen Verhaltens in Organisationen ab und definieren ein eigenes Verhaltens- und Interpretationsmodell mithilfe von Gestaltgesetzen, um eigenes als auch fremdes Verhalten in Arbeitskontexten wahrzunehmen, zu verstehen, zu prognostizieren und zu beeinflussen.
Modulinhalte:	Arbeit und Persönlichkeit Wahrnehmung und Interpretation Einstellungen / Emotionen / Befinden Körpersprache Entscheidungen und Risiko Fehler und Verhaltensbeeinflussung Handlungsregulation und Arbeitsgestaltung Selbstmanagement Belastung / Beanspruchung / Stress / Mobbing Ergonomie, Arbeitsschutz, Gesundheitsschutz

Lehr- und Lernmethoden:	Lehrgespräch, Learning Nuggets, Übungen, Simulationen, Rollenspiele, Projektarbeit, Textarbeit
Prüfungsformen:	Präsentationen und Rollenspiele (100 %)
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Module der Bereiche • Betriebswirtschaft • Volkswirtschaftslehre • Wirtschaftsrecht • Mathematik/Statistik • Datenverarbeitung/IT Module: Führung, Ethik, Change Management, Personalmanagement und Arbeitsrecht
Empfohlene Literatur:	Böckelmann, C., Mäder, K. (2018): <i>Arbeit und Persönlichkeit</i>. In: Böckelmann, C./Mäder, K.: Fokus Personalentwicklung. Berlin/Heidelberg Springer Verlag, S. 81-92 Brandt, H./Hoch, G./Stein, V./Schwarz, A. (2019): <i>Fehler</i>, Göttingen: V&R unipress Verlag. Brandstätter, V./Schüler, J.J., Puca, R.M. (2018): <i>Motivation und Emotion</i>, Berlin/Heidelberg Springer Verlag. Braun, O. (Hrsg.) (2018): <i>Selbstmanagement und Mentale Stärke im Arbeitsleben</i>, Berlin/Heidelberg Springer Verlag. Gigerenzer, G. (2013): <i>Risiko</i>. München Penguin Random House Verlag. Maderthaner, R. (2008): <i>Psychologie</i>, Wien Facultas Verlag. Rezlok, K. (2022): <i>Körpersprache richtig verstehen und anwenden</i>. Berlin Neobooks Verlag. Schettgen, P. (2013): <i>Führungspsychologie im Wandel. Neue Ansätze in der Organisations-, Interaktions- und Attributionsforschung</i>. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag. von Rosenstiel, L./Molt, W./Rüttinger, B. (2005): <i>Organisationspsychologie</i>. Stuttgart: Kohlhammer Verlag.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	...
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/2025

17.5 HR Planspiel

Modulnummer:	S06.W03
Modulbezeichnung:	HR Planspiel („HR Interactive“)
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Stefan Huber
Dozierende:	Prof. Dr. Stefan Huber
Learning Outcome:	Sie analysieren vorgegebene Aufgabenstellungen im gesamten Spektrum moderner Personalarbeit – von der Nominierung geeigneter Mitarbeiter:innen für ein Förderprogramm über die Auswahl von Personaldienstleistern bis zur Bestimmung von Sozialplaninstrumenten im Rahmen der Freisetzung von Mitarbeiter:innen – sowohl anhand definierter Kriterien wie Relevanz, Inhalt oder Einflussgrad als auch aus der Zusammenhangs- und Wirkungsanalyse abgeleiteter selbst bestimmter Kriterien und führen Ihre Lösung in einer Synthese zusammen, um entscheidungsrelevante Faktoren in den verschiedenen Handlungssträngen des HRM zu erkennen und mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden in der Praxis Lösungsansätze für die Identifikation von Problemstellungen und Anforderungen finden und realisieren zu können. Sie erkennen und können komplexe Entscheidungssituationen im Personalmanagement und deren Verknüpfung zur Unternehmensführung beschreiben. Sie werten sowohl vorgegebene als auch eigenständig zu beschaffende Informationen zu unterschiedlichen Bereichen des HRM wie z.B. Recruiting, Employer Branding, Talent Management oder Kompetenzmanagement mittels Wirtschaftlichkeitsrechnung, Prognosetechniken und Entscheidungstheorien aus und treffen handlungsleitende operative, projektbezogene und strategische Entscheidungen. Sie bewerten sowohl die Ergebnisse und Zielerreichungsgrade als auch zukünftige Handlungsmöglichkeiten und deren Abhängigkeiten hinsichtlich Wirksamkeit und Effizienz, um später fakten- und wissensbasierte Entscheidungen im HRM im beruflichen Kontext treffen zu können. Sie setzen verschiedene frei gestaltbare Budgetentscheidungen im HRM Bereich in eine quantitative und qualitative Ursache-Wirkungskette zueinander und entwerfen ein Gesamtbudgetsystem für vorgegebene Gestaltungsfelder des HRM, indem Sie mit Methoden der Kostenrechnung, der Investitionsplanung, der Szenariotechnik und des PDCA-Zyklus Alternativen entwerfen, bewerten und auswählen, um Personal- und Personalkostenplanungen im beruflichen HRM Kontext durchführen und in der Unternehmenspraxis ziel- und bedarfsorientierte Budgets für die Funktionsfelder des HRM bestimmen, deren Auswirkungen analysieren und deren mittel- und langfristige Steuerung vornehmen zu können. Sie erstellen selbstständig Management Reports mit Hilfe von Kennzahlensystemen, um im beruflichen HRM Alltag entscheidungsrelevante Kontexte aufbereiten und datenbasiert Entscheidungen treffen zu können.
Modulinhalte:	Es wird ein webbasiertes Planspiel für den Human-Resource-Bereich in Form einer anspruchsvollen Unternehmenssimulation als interaktive Weiterbildungsmaßnahme durchgeführt. Das Planspiel greift wesentliche HR-Themen von Marketing & Recruiting, Training & Development, Compensation & Benefits bis hin zu Budgetplanungen und Change Management, Prozessoptimierung und Personalfreisetzung auf. Die Spieler bearbeiten dabei als Verantwortliche der Personalfunktion operative, projekthafte, strategische und controllingorientierte Aufgaben und treffen qualita-

	tive sowie quantitative Entscheidungen. Sie durchlaufen einen klassischen Managementprozess: Ziele setzen, Vorgehens- und Handlungsalternativen entwickeln, die erreichten Wirkungen analysieren und Konsequenzen für das weitere Vorgehen ableiten.
Lehr- und Lernmethoden:	Simulationen, Rollenspiele, Projektarbeit, Textarbeit, Einzel- und Gruppenarbeit, Management Reports, Präsentationen
Prüfungsformen:	Hausarbeit mit Präsentation Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
(25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Die Module der Bereiche • Betriebswirtschaft • Volkswirtschaftslehre • Wirtschaftsrecht • Mathematik/Statistik • Datenverarbeitung/IT insb. Module: Personal und Führung I & II, sowie Personalmanagement und Arbeitsrecht
Zwingende Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Amalou-Döpke, L. (2014): Personalcontrolling als Instrument des Personalmanagements in seiner Austauschbeziehung zur Unternehmensleitung. Lohmar: Eul Verlag. Hesseler, M. (2022): Human Resource Management 4.0. Kluge Personalentscheidungen für die neue Arbeitswelt, München/Tübingen: UVK Verlag.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	• Begrenzung der Teilnehmerzahl auf 12 Studierende pro Semester (technologisch bedingt durch begrenzte Anzahl an Log-ins) • Spiel- und Besprechungsphasen werden jeweils als Blockveranstaltungen durchgeführt
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/2025

17.6 Management der Ausbildung und Personalentwicklung

Modulnummer:	S06.W04
Modulbezeichnung:	Management der Ausbildung und Personalentwicklung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Stefan Huber
Dozierende:	Prof. Dr. Stefan Huber
Learning Outcome:	Sie entwickeln ein Anforderungsprofil für Auszubildende, in dem Sie notwendige Kompetenzen definieren und darauf basierend eine entsprechende Stellenausschreibung kreieren. Sie gestalten die notwendigen Instrumente des Ausbildungsmarketing nach den Ansätzen von Berthel/Becker, Drumm und Jung, um Stellen für Auszubildende in der Verantwortlichkeit eines Ausbildungsbeauftragten/einer Ausbildungsbeauftragten erfolgreich besetzen zu können. Sie leiten aus den rechtlichen Rahmenbedingungen die notwendigen Instrumente und Prozessabläufe ab, um eine nach dem Berufsbildungsgesetz definierte Ausbildungsordnung rechtssicher umsetzen und im beruflichen Alltag die Rolle einer Ausbildungsleitung übernehmen zu können. Sie sind in der Lage, Entwicklungsbedarfe bei Mitarbeiter:innen durch einen Abgleich von Anforderungs- und Eignungsprofilen zu ermitteln und messbare Ziele daraus zu formulieren, Optionen für bedarfs-, zielgruppen- und situationsgerechte PE-Maßnahmen zu finden und auszuwählen, um eine Personalentwicklungsstrategie zu generieren. Sie konzipieren Entwicklungsmaßnahmen für Individuen, Teams und Organisationen unter Zugrundelegung behavioristischer, kognitivistischer, konstruktivistischer und konnektivistischer Lerntheorien und entwickeln Evaluationsmethoden für diese Maßnahmen, um im betrieblichen Kontext sinnvolle bedarfs- und zielgruppenorientierte Fort- und Weiterbildungsangebote zu kreieren und deren Effektivität und Effizienz bewerten zu können. Sie wählen analoge und digitale Lernformen und -formate in verschiedenen Anwendungssituationen aus und konzipieren diese inhaltlich sowie technisch. Sie entwickeln und produzieren eigenständig kleine Lerneinheiten in Form von Learning Nuggets mit Hilfe geeigneter selbstgewählter Software, damit Sie im Berufsalltag Micro-Lehreinheiten für Mitarbeiter:innen erstellen und einsetzen können. Sie entwickeln mit Hilfe von Lerntechniken wie z.B. Mnemo-, Loci-Techniken oder Concept Maps eine individuelle Lernstrategie und können diese in Lernsituationen anwenden, um neue Lerninhalte fehlerfrei aufnehmen, replizieren und mit bestehenden Lerninhalten verknüpfen zu können.
Modulinhalte:	Begriff, Modell und Erfolgsfaktoren der Personalentwicklung Analyse des Personalentwicklungsbedarfes Werte- und Kompetenzmodelle Lerntheorien und Lernstrategien Entwicklung von Individuen, Teams und Organisationen Basistechniken der Personalentwicklung und Lerntransfer Digitale Lernformate Systeme der Personalentwicklung

	Evaluation im Rahmen der Personalentwicklung
	Rechtliche, organisatorische und personale Rahmenbedingungen der Ausbildung in Deutschland
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar mit Fallstudien, Learning Nuggets, Gruppenarbeit (Konzeption einer Ausbildungseinheit), und ergänzendem Dozentenvortrag sowie Projekt zur Erstellung einer Micro-Learning Einheit
Prüfungsformen:	Projektarbeit (50 %)
	Klausur (50 %)
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
(25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Für die Module der Bereiche • Betriebswirtschaft • Volkswirtschaftslehre • Wirtschaftsrecht • Mathematik/Statistik • Datenverarbeitung/IT Modul Personalmanagement und Arbeitsrecht
Zwingende Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Becker, M. (2023): <i>Personalentwicklung</i> , 7. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. Becker, M. (2011): <i>Systematische Personalentwicklung</i> , 1. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag. Bregas, J. / Heberle, K. / Nagels, F. (Hrsg.) (2022): <i>Digitale Formate in der Personalentwicklung</i> , Berlin/Heidelberg: Springer Verlag. Fisch, K. (2017): <i>Lerntransfer von der betrieblichen Weiterbildung in die berufliche Praxis</i> , Hamburg: Verlag Dr. Kovac. Flesch, C. (2023): <i>Zukunftsorientierte Personalentwicklung</i> , Freiburg: Haufe Verlag. Keller, K. (2018): <i>Nachhaltige Personal- und Organisationsentwicklung</i> , Berlin/Heidelberg: Springer Verlag. Küper, W./Mendizábal, A. (2024): <i>Die Ausbilder-Eignung. Basiswissen für Prüfung und Praxis der Ausbilder/innen (gültig für Prüfungen ab 07/2024)</i> , 25. Auflage, Hamburg: Feldhaus Verlag. Mentzel, W. (2018): <i>Personalentwicklung</i> , 5. Auflage, München: C.H. Beck Verlag. Niedermair, G. (Hrsg.) (2012): <i>Evaluation als Herausforderung der Berufsbildung und Personalentwicklung</i> , Linz: Trauner Verlag. Ryschka, J. / Solga, M. / Mattenklott, A. (Hrsg.) (2011): <i>Praxishandbuch Personalentwicklung: Instrumente, Konzepte, Beispiele</i> . 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Projektarbeit
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/2025

18 Investition und Finanzierung

18.1 Investitionsstrategien und Finanzcontrolling (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S07.01
Modulbezeichnung:	Investitionsstrategien und Finanzcontrolling
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Marc Mehlhorn
Dozierende:	Prof. Dr. Marc Prokop
Learning Outcome:	In diesem Modul erlernen die Studierenden die Grundlagen und die Funktionsweise eines effizienten Investitionscontrollings. Dabei wird Wissen aus den Bereichen Finanzwirtschaft, Management und Informationstechnologie integriert, um sowohl traditionelle als auch digital-gestützte Methoden der Investitionsbewertung zu verstehen und anzuwenden. Ziel des Moduls ist es, die Studierenden auf die komplexen Herausforderungen im Investitionscontrolling vorzubereiten. Durch das Verständnis moderner digitaler Tools und Technologien werden sie in der Lage sein, Investitionsvorhaben eingehend zu analysieren. Darüber hinaus fördert das Modul innovatives Problemlösen und kritisches Denken, um fundierte und nachhaltige Investitionsentscheidungen zu treffen. Die Reflexion über soziale, ökologische und ethische Implikationen ihrer Entscheidungen wird ebenfalls geschult. Die Studierenden nutzen digitale Kompetenzen und Datenanalyse-Methoden, um Investitionsprojekte zu bewerten. Sie entwickeln kreative Lösungsansätze, hinterfragen bestehende Modelle und passen diese gegebenenfalls an. Durch selbstständiges Lernen und kritische Reflexion ihrer Lernprozesse stärken sie ihre Selbstwirksamkeit und Anpassungsfähigkeit in einer dynamisch digitalisierten Finanzwelt. Das Modul integriert essentielle Future Skills, um den Studierenden zu helfen, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und erfolgreich in der Wirtschaft agieren zu können.
Modulinhalte:	Statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung vor und nach Steuern so- wie bei vollkommenen und unvollkommenen Informationen und effizienten und nicht effizienten Kapitalmärkten für Einzel- und Programmmentscheidungen.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur (60 Min.): 100% Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
(25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Module: Buchführung und Grundlagen des Externen Rechnungswesens, Externes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung
Zwingende Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Adam, D. (2000). Investitionscontrolling (3. Auflage). München, Wien: Oldenbourg. Mensch, G. (2008). Finanzcontrolling (2. Auflage). Wien: Oldenbourg.

	Olfert, K. & Reichel, C. (2009). Kompakt-Training Investition (5. Auflage). Ludwigshafen (Rhein): Kiel. Olfert, K. & Reichel, C. (2009). Investition (11. Auflage). Ludwigshafen (Rhein): Kiel. Schulte, G. (2007). Investition (2. Auflage). München, Wien: Oldenbourg.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	Oktober 2024

18.2 Finanzinstrumente des Kapitalmarktes (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S07.02
Modulbezeichnung:	Finanzinstrumente des Kapitalmarktes
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Marc Mehlhorn
Dozierende:	Dr. Ulrich Wittmann
Learning Outcome:	Was: Dieses Modul vermittelt umfassende Kenntnisse zur Struktur und Funktionsweise des Kapitalmarkts sowie zu den dort handelbaren Finanzinstrumenten. Studierende lernen verschiedene Preismodelle für Aktien, Renten, und Derivate kennen, und verstehen die zentralen Theorien zu Geld-, Zins- und Wechselkursen. Weiterhin erwerben sie Fähigkeiten im Bereich der finanzwirtschaftlichen Analyse, Risikomessung und Portfoliotheorie. Wozu: Das Modul befähigt Studierende dazu, Finanzinstrumente wie Aktien, Anleihen und Derivate fundiert zu bewerten und deren Risiken aus der Perspektive eines Investors einzuschätzen. Sie erlangen die Kompetenz, Entscheidungen über den Einsatz von Finanzinstrumenten für Kapitalanlagen zu treffen und entwickeln ein Verständnis für grundlegende Portfoliomanagement-Strategien. Womit: Durch die Vermittlung von Preismodellen für verschiedene Finanzinstrumente und der Anwendung finanzwirtschaftlicher Analyseinstrumente werden die Studierenden befähigt, die Eignung unterschiedlicher Anlageformen für individuelle Investitionsziele zu beurteilen. Sie erlernen zudem, Risikoaspekte fundiert zu messen und im Rahmen der Portfoliotheorie strategische Anlageentscheidungen zu treffen.
Modulinhalte:	▪ Preismodelle für Aktien ▪ Preismodelle Renten ▪ Preismodelle Derivate ▪ Finanzwirtschaftliche Analyseinstrumente ▪ Risikomessung ▪ Portfoliotheorie ▪ Geld-, Zins- und Wechselkurs-theorie
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur (90 Minuten) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	180 Stunden (4 SWS)
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (zu je 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Zwingende Voraussetzungen:	Keine

Empfohlene Literatur:	▪ Benninga, S.: Principles of Finance with Excel, 3. Auflage, New York, Oxford: Oxford University Press, 2018. ▪ Bodie, Z., Kane, A., Marcus, A.J.: Investments, New York: McGraw-Hill Higher Education; 10. Auflage; 2014. ▪ Luenberger, D.G.: Investment Science, New York, Oxford: Oxford University Press, 1998.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Gastreferenten und Exkursion nach Möglichkeit.
Letzte Aktualisierung:	WiSe 24/25

18.3 Internationales Finanzmanagement

Modulnummer:	S07.W01
Modulbezeichnung:	Internationales Finanzmanagement
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Britta Hachenberg
Dozierende:	Prof. Dr. Marc Prokop
Learning Outcome:	In diesem Modul erwerben die Studierenden interdisziplinäres Wissen, um Abläufe im internationalen Finanzmanagement zu bewerten. Sie integrieren Kenntnisse aus Ökonomie, internationalem Recht und politischen Theorien, um Herausforderungen in internationalen Finanzsystemen zu verstehen und geeignete Theorien sowie Werkzeuge des Finanzmanagements anzuwenden. Das Ziel des Moduls ist es, die Studierenden auf die komplexen Problemstellungen im internationalen Handel vorzubereiten. Sie lernen, innovative Lösungsansätze zu entwickeln, kritisch zu denken und bestehende theoretische Modelle zu hinterfragen. So können sie effektive und nachhaltige Strategien für das internationale Finanzmanagement gestalten. Darüber hinaus wird ihre interkulturelle Sensitivität gefördert, um die Bedeutung von Diversität in der Lösungsfindung zu erkennen. Die Studierenden nutzen digitale Technologien zur Datenanalyse, simulieren Finanzmodelle und setzen digitale Kommunikationstools für die grenzüberschreitende Zusammenarbeit ein. Durch das Arbeiten in heterogenen Kleingruppen schärfen sie ihre Teamfähigkeit und interkulturelle Kompetenz. Sie reflektieren kritisch über die globalen Auswirkungen von Finanzentscheidungen und berücksichtigen ethische Aspekte. Zudem entwickeln sie Selbstmanagementfähigkeiten und eine proaktive Lernhaltung, um sich an dynamische Marktbedingungen und globale Trends anzupassen. Das Modul fördert somit nicht nur Fachwissen, sondern auch essentielle Future Skills für eine erfolgreiche Karriere im internationalen Finanzmanagement.
Modulinhalte:	Im Rahmen einer projektorientierten Veranstaltung identifizieren die Studierenden zunächst die geeignete Rechtsform von Unternehmen, die im internationalen Handel tätig sind und erstellen eine entsprechende Satzung/ Gesellschafterordnung bzw. Geschäftsordnung eines Exporteurs bzw. Importeurs und einer im internationalen Handel tätigen Bank. Darauf aufbauend klassifizieren die Studierenden die spezifischen Risiken des internationalen Handels und erstellen einen Instrumentenkasten mit passenden Sicherungsmechanismen. Mit diesem Wissen simulieren die Studierenden Handelsaktivitäten, die durch das Einbringen bestimmter Probleme durch den Lehrenden an Komplexität zu nehmen. Diese Probleme müssen von den Studierenden zunächst analysiert, abgewogen, interpretiert und mit den vorher entwickelten Sicherungsinstrumenten gelöst werden. Zuletzt entwerfen die jeweiligen Gruppen (Exporteure, Importeure, Banken) eigene kritische Szenarien und lösen diese spielerisch kreativ.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Hausarbeit oder Hausarbeit mit Kolloquium

	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
(25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Zwingende Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Eun, C. S. & Resnick, B. G. (2008). International Financial Management (5th edition). New York: McGraw Hill Book Co. Häberle, S. (2009). Einführung in die Exportfinanzierung (3. Auflage). München, Wien: Oldenbourg. Shapiro, A. C. (2009). Multinational Financial Management (9. Auflage). New York: John Wiley & Sons. Sperber, H. (1999). Finanzmanagement internationaler Unternehmen. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	Oktober 2024

18.4 Corporate Finance

Modulnummer:	S07.W02
Modulbezeichnung:	Corporate Finance
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Britta Hachenberg
Dozierende:	Prof. Dr. Britta Hachenberg
Learning Outcome:	WAS: Die Studierenden entwickeln ein fundiertes Verständnis der Grundlagen von Corporate Finance und können die entsprechenden Theorien der Kapitalstruktur analysieren sowie ihre Auswirkungen auf die Unternehmensfinanzierung bewerten. Sie sind in der Lage, verschiedene Methoden der Unternehmensbewertung anzuwenden, um den Wert eines Unternehmens präzise zu bestimmen. Darüber hinaus lernen sie, Instrumente der Unternehmensfinanzierung kritisch zu beurteilen und zielgerichtet einzusetzen. Sie werden befähigt, die Grundprinzipien des Finanzrisikomanagements anzuwenden, um effektive Maßnahmen zur Steuerung finanzieller Risiken zu entwickeln und umzusetzen. Dieses Wissen ermöglicht es ihnen, fundierte finanzwirtschaftliche Entscheidungen in unterschiedlichen Unternehmenskontexten zu treffen. WOMIT: Die Lehrveranstaltung kombiniert den seminaristischen Vorlesungsstil mit interaktiven Elementen. In den vorlesungsbegleitenden Übungen werden die theoretischen Inhalte durch Fallstudien, praxisbezogene Aufgaben und Diskussionen vertieft. Durch die Anwendung von erarbeiteten Methoden auf reale Beispiele aus der Unternehmenspraxis wird ein problemorientierter und praxisnaher Lern-/Lernansatz verfolgt. Hierdurch werden eigenständiges Denken und die Fähigkeit zur Lösung komplexer finanzieller Fragestellungen gefördert. WOZU: Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, eigenständig komplexe Fragestellungen der Corporate Finance zu lösen. Sie können fundierte Entscheidungen bezüglich der Kapitalstruktur und Unternehmensbewertung treffen, indem sie Risiken und Chancen differenziert abwägen. Die Studierenden sind befähigt, ihr erworbenes Wissen in vielfältigen beruflichen Kontexten, insbesondere in der Unternehmensfinanzierung und im Finanzrisikomanagement, anzuwenden und kontinuierlich zu erweitern. Dies ermöglicht ihnen, in der Praxis strategische Finanzentscheidungen zu treffen und Unternehmen bei der nachhaltigen finanziellen Ausrichtung zu unterstützen.
Modulinhalte:	• Grundlagen der Corporate Finance • Kapitalstrukturgestaltung • Unternehmensbewertung • Instrumente der Unternehmensfinanzierung • Grundlagen des Finanzrisikomanagements
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur (45 Min.): 100%

	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Finanz- und Investitionsmanagement
Zwingende Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Brealey, R.; Myers, S.; Allen, F. (2022). <i>Principles of Corporate Finance</i> (14. Aufl.). New York: McGraw-Hill. Volkart, R.; Wagner, A. (2018) <i>Corporate Finance</i> (7. Aufl.) Zürich: Versus, Wöhe, G.; Bilstein, J.; Ernst, D.; Häcker, J. (2025). <i>Grundzüge der Unternehmensfinanzierung</i>, (12. Aufl.). München: Vahlen. Drukarczyk, J.; Schüler, A. (2021). <i>Unternehmensbewertung</i> (8. Aufl.). München: Vahlen,
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	Oktober 2024

18.5 Green & Sustainable Finance

Modulnummer:	S07.W03
Modulbezeichnung:	Green & Sustainable Finance
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Britta Hachenberg
Dozierende:	Prof. Dr. Britta Hachenberg
Learning Outcome:	Was: In diesem Modul erwerben die Studierenden die Fähigkeit, Unternehmen anhand von ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance) zu beurteilen und fundierte Investmententscheidungen nach nachhaltigen Grundsätzen zu treffen. Sie lernen, verschiedene nachhaltige Investmentansätze und Finanzinstrumente zu verstehen und anzuwenden, ebenso wie die Sustainable Development Goals (SDGs) als Rahmenwerk zur Bewertung nachhaltiger Investitionen. Wozu: Dieses Wissen und die erlernten Methoden befähigen die Studierenden, später in Positionen wie Fondsmanager/in oder Geschäftsführer/in nachhaltige Portfolios zu erstellen und Unternehmen nachhaltig auszurichten. Zudem werden sie in die Lage versetzt, wissenschaftliche Texte aus relevanten internationalen Journalen zu analysieren, kritisch zu bewerten und eigene Forschungsergebnisse verständlich und nachvollziehbar darzustellen. Womit: Die Studierenden arbeiten mit aktuellen Unternehmensberichten und führen ESG-Investmentanalysen durch. Sie nutzen dabei Online-Datenbanken und wissenschaftliche Journale, um aktuelle Entwicklungen in der nachhaltigen Finanzwirtschaft zu verstehen. Durch Vorträge und Diskussionen entwickeln sie außerdem ihre Präsentationskompetenz weiter. Die Moduleinhalte umfassen ESG-Kriterien, nachhaltige Investmentstrategien und Finanzinstrumente, die Sustainable Development Goals, Berichterstattungsmodelle und die Herausforderungen, die nachhaltige Investitionen für die deutsche Wirtschaft und deren Zusammenarbeit mit Politik und Finanzindustrie darstellen.
Modulinhalte:	▪ Environmental, Social and Governance Kriterien ▪ Arbeiten mit wissenschaftlichen Texten aus einschlägigen internationalen finanzwirtschaftlichen Journalen ▪ Sustainable Development Goals ▪ Nachhaltige Investmentansätze ▪ Nachhaltige Finanzinstrumente ▪ Berichterstattung und Modelle zur Beurteilung nachhaltiger Investments ▪ Herausforderungen für die deutsche Wirtschaft und die Zusammenarbeit von Politik, Finanzindustrie und Wirtschaft
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Hausarbeit: 50 % Präsentation: 50 % Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.

Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	180 Stunden (4 SWS)
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (zu je 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Finanz- und Investitionsmanagement
Zwingende Voraussetzungen:	Keine
Empfohlene Literatur:	Cadman, Timothy und Sarker, Tapan. <i>De Gruyter Handbook of Sustainable Development and Finance</i>; Walter de Gruyter, Berlin and Boston Sheerwood, M. & Pollard, J. <i>Responsible Investing, An Introduction to Environmental, Social and Governance Investments</i>, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York Roncalli, Thierry. <i>Handbook of Sustainable Finance</i>, Université Paris-Saclay Stock, Steffen, Schneider, Patricia, Peper Elisabeth und Molitor, Eva (Hrsg.): <i>Erfolgreich wissenschaftlich arbeiten. Alles, was Studierende wissen sollten</i>. Springer Gabler, Berlin Jeweils in der neuesten Auflage
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Gastvorträge
Letzte Aktualisierung:	Oktober 2024

18.6 Startup-Finanzierung

Modulnummer:	S07.W04
Modulbezeichnung:	Startup-Finanzierung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Marc Mehlhorn
Dozierende:	Prof. Dr. Marc Mehlhorn
Learning Outcome:	Das Modul Start-up-Finanzierung vermittelt den Studierenden umfassende Kenntnisse über Finanzierungsstrategien in verschiedenen Wachstumsphasen von Start-ups. Sie lernen, die idealen Finanzierungsformen zu identifizieren, indem sie unterschiedliche Modelle der Gründungsfinanzierung analysieren und reflektieren. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Vergleich von Corporate Finance und Venture Finance, wodurch die Studierenden in der Lage sind, die spezifischen Anforderungen beider Welten zu verstehen und fundierte Entscheidungen sowohl auf Gründer- als auch auf Investorenmenseite zu treffen. Was: Die Studierenden erwerben Kenntnisse über die wesentlichen Modelle der Venture-Bewertung und deren Anwendung in der Praxis. Dazu gehören theoretische Inhalte sowie praxisnahe Fallstudien, um die Bewertungsmethoden zu beherrschen und die Unterschiede in den Ergebnissen je nach verwendetem Modell zu interpretieren. Außerdem werden aktuelle Entwicklungen in der internationalen Venture-Capital-Branche reflektiert und die Rolle von Venture-Capital-Investoren für Unternehmensgründungen umfassend analysiert. Womit: Mit fundierten Methoden der Finanzwirtschaft und Analysekompetenz befassen sich die Studierenden intensiv mit den Organisationsformen von Venture Capital und deren Mehrwert für Start-ups. Durch praktische Case Studies und die Reflexion von theoretischen Inhalten erlangen sie technologische Kompetenz in der Anwendung von Bewertungsmodellen. Diese Kenntnisse ermöglichen ihnen, in Verhandlungssituationen sowohl die Interessen der Start-ups als auch der Investoren zu verstehen und zu vertreten. Wozu: Ziel des Moduls ist es, die Studierenden zu befähigen, verantwortungsvolle Finanzierungsentscheidungen für Start-ups zu treffen und diese nachvollziehbar darzustellen. Sie lernen, wie sie als CFO oder CEO auf Gründerseite agieren können oder als Investment- und Risk Manager auf Investorenmenseite die Interessen des Unternehmens maximieren. Durch den Transfer der theoretischen Konzepte in die Praxis sind sie in der Lage, Verhandlungsstrategien zu entwickeln, die zu erfolgreichen Vertragsabschlüssen führen. Das Modul stärkt die finanzwirtschaftliche Fachkompetenz, Analysekompetenz und technologische Kompetenz der Studierenden und wirkt auf die Studiengangskriterien Global Citizenship, Internationalisierung und Transfer ein. Es fördert die Reflexion globaler Finanzierungsstrategien und ermöglicht den Transfer des Gelernten in internationale Venture-Capital-Kontexte.
Modulinhalte:	▪ Einführung in die Gründungsfinanzierung (v.a. Gründungsformen und Finanzierungsarten) ▪ Modelle der Gründungsfinanzierung und Übergänge zwischen den Wachstums- und Finanzierungsphasen

	▪ Finanzierungsquellen und -instrumente ▪ Finanzierungsprozess und beteiligte Akteure ▪ Venture Capital (Marktorganisation, Stiftung von Mehrwert, Selektionsprozess, Vertragsgestaltung, Strategiesimulation) ▪ Venture Deals (Beteiligungsverträge) ▪ Unternehmensbewertung und Bewertungsmethoden ▪ Venture-Bewertung in Theorie und Praxis ▪ Case Studies sowie Praxisvorträge
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	100% Klausur (90 Minuten) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	180 Stunden (4 SWS)
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (zu je 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Zwingende Voraussetzungen:	Keine
Empfohlene Literatur:	▪ Börner / Grichnik: Entrepreneurial Finance - Kompendium der Gründungs- und Wachstumsfinanzierung ▪ Cumming / Johan: Venture Capital and Private Equity Contracting, An International Perspective ▪ Metrick / Yasuda: Venture Capital and the Finance of Innovation ▪ Nathusius: Grundlagen der Gründungsfinanzierung ▪ Smith / Smith / Bliss: Entrepreneurial Finance – Strategy, Valuation & Deal Structure <i>Immer in der aktuellen Auflage!</i>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Finance and Capital Markets
Besonderheiten:	Keine
Letzte Aktualisierung:	WiSe 24/25

18.7 Krypto-Assets

Modulnummer:	S07.W05
Modulbezeichnung:	Krypto-Assets
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Marc Mehlhorn
Dozierende:	Prof. Dr. Marc Mehlhorn
Learning Outcome:	Das Modul Krypto-Assets bietet einen umfassenden Einstieg in die Welt der Blockchain und Kryptowährungen und hat das Verständnis sowie die Anwendung dieser innovativen Technologie zum Ziel. Durch die Verknüpfung von betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen, informationstechnischen und kryptografischen Aspekten ermöglicht der Kurs eine ganzheitliche Auseinandersetzung mit dem Thema. Theoretische und praktische Inhalte greifen ineinander und fördern die Reflexion über die Bedeutung von Kryptowährungen als neuartige Finanzinstrumente. Was: Im Modul werden die wesentlichen Elemente der Blockchain-Technologie und von Kryptowährungen vermittelt. Neben einer technischen Analyse des Bitcoin-Netzwerks werden auch monetäre Theorien angewandt, um Kryptowährungen als alternative Finanzwerte einzuordnen. Themen wie die Datenstruktur von Blöcken, Transaktionstypen, das Proof-of-Work-Konsensverfahren sowie fortgeschrittene Konzepte wie Tokens und Smart Contracts werden vertieft behandelt. Womit: Mit Hilfe von Inhalten aus den Bereichen der Finanzwirtschaft, Volkswirtschaft und Kryptografie erlangen die Studierenden tiefgehende Kenntnisse in der Analyse von Kryptowährungen. Sie lernen die Grundlagen von Hash-Funktionen, symmetrischer und asymmetrischer Kryptografie sowie elliptischer Kurven-Kryptografie kennen und reflektieren, wie diese Methoden im Bitcoin-Netzwerk und darüber hinaus eingesetzt werden. Wozu: Das Ziel des Moduls ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, Kryptowährungen und ihre technologischen Grundlagen zu analysieren und kritisch zu reflektieren. Durch die Beschäftigung mit dieser Assetklasse und der begleiteten Entwicklung einer eigenen Kryptowährung wird die finanzwirtschaftliche Fachkompetenz, Analysekompetenz und technologische Kompetenz der Studierenden gefördert. Dies ermöglicht ihnen, das Erlernte auf reale Anwendungsfälle zu übertragen und Lösungen für komplexe Problemstellungen im globalen Finanzumfeld zu entwickeln. Das Modul trägt zur Ausbildung von Global Citizenship bei, indem es die internationale Dimension von Kryptowährungen und deren regulatorische sowie wirtschaftliche Auswirkungen thematisiert. Es fördert die Internationalisierung durch die Untersuchung globaler Spielregeln und die Reflexion der internationalen Nutzung von Kryptowährungen. Der Transfer des Wissens wird durch die praxisnahe Anwendung der theoretischen Konzepte auf reale Finanzmärkte gewährleistet.
Modulinhalte:	▪ Grundlagen der Geldtheorie (Zahlungssysteme und Geldpolitische Steuerung) ▪ Einführung Bitcoin (Transaktionskapazität, -legitimität und -konsens, Peer-to-Peer Netzwerke, Bitcoin-Netzwerk) ▪ Einführung in die Kryptografie (Hashfunktionen, Symmetrische Kryptografie, Asymmetrische Kryptografie, Elliptische Kurven und ECDSA)

	▪ Legitimität von Transaktionen (Überblick über Transaktionen, Bitcoin Script und Transaktionstypen, SigHash-Typen) ▪ Konsens bei Transaktionen (Blockaufbau und Struktur der Kette, Proof-of-Work, Fork-Theorie, Anreize und potentielle Angriffe, Alternative Konsensprotokolle)
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	100% Klausur (90 Minuten) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	180 Stunden (4 SWS)
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (zu je 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Zwingende Voraussetzungen:	Keine
Empfohlene Literatur:	▪ Elrom: The Blockchain developer : a practical guide for designing, implementing, publishing, testing, and securing distributed Blockchain-based projects, Springer ▪ Lewis: The basics of bitcoins and blockchains an introduction to cryptocurrencies and the technology that powers them, Coral Gables, FL: Mango Publishing ▪ Schär / Berentsen: Bitcoin, Blockchain, and Cryptoassets: A Comprehensive Introduction, Springer ▪ CFA: 2025 CFA Program Curriculum Level I Box Set <i>Immer in der aktuellen Auflage!</i>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Finance and Capital Markets)
Besonderheiten:	Keine
Letzte Aktualisierung:	WiSe 24/25

18.8 Nachhaltigkeitsberichterstattung

Modulnummer:	S07.W06
Modulbezeichnung:	Nachhaltigkeitsberichterstattung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Zur ausführlichen Modulbeschreibung siehe Abschnitt 20.2 im Schwerpunkt „Nachhaltige Unternehmenssteuerung“	

19 Supply-Chain- und Operations-Management

19.1 Transport und Mobilität (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S08.01
Modulbezeichnung:	Transport und Mobilität
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Thomas Krupp
Dozierende:	Prof. Dr. Thomas Krupp
Learning Outcome:	Die Studierenden können... • die Bedeutung der Transportlogistik zur Realisierung von Gütertransferprozessen in der betrieblichen und volkswirtschaftlichen Leistungserstellung bewerten, • die Grundsätze der nationalen und internationalen transport- und verkehrslogistischen Leistungserstellung (Dienstleistungsproduktion) auf praxisrelevante Problemstellungen in Transport und Mobilität übertragen, • bestehende Transportprozesse, -ketten und -netzwerke analysieren, bewerten sowie hierauf basierend Optimierungspotentiale identifizieren, • die Akteure der Transportlogistik, insb. Logistikdienstleister als Bindeglied zwischenbetrieblicher Gütertransferprozesse, betriebs- und gesamtwirtschaftlich einordnen, • die aktuellen Trends bzw. Entwicklungen aus Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Wissenschaft auf die Transportlogistik übertragen Indem sie... • ein umfassendes Verständnis für Ziele, Funktionen und Prozesse der Transportlogistik im einzel- und gesamtwirtschaftlichen Kontext entwickeln, • die Elemente, Organisationsformen und Systeme zur Erstellung von transport- und verkehrslogistischen Leistungen erläutern, • ihre Methodenkompetenz zur Planung, Steuerung, Kontrolle und Optimierung von Leistungserstellungsprozessen im Rahmen der Transportlogistik, vertiefen, • die Leistungserstellung von nationalen und internationalen Transport- und Speditionsunternehmen verstehen, • ihre Kenntnisse zu logistischen Marktsegmente und Akteuren (insb. Logistikdienstleister) erweitern, • aktuelle Trends, Entwicklungen, insb. Möglichkeiten der Digitalisierung und Anforderungen an Nachhaltigkeit bewerten und hierauf basierend Chancen sowie Herausforderungen ableiten. Um... • zwischenbetriebliche Güterflüsse zwischen Produzenten und Konsumenten in globalen Supply Chains zu planen, steuern, koordinieren und kontrollieren, • bestehende Transportnetzwerke hinsichtlich ihrer sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit zu bewerten und nachhaltige und kreative Transportlösungsalternativen zu entwickeln und • agile und resiliente Transportketten zu realisieren, Quellen und Senken im Wertschöpfungsnetzwerk verbinden.
Modulinhalte:	Grundlagen und Funktionen der Transportlogistik und Mobilität • Grundlagen und Begrifflichkeiten der Logistik und Transportlogistik • Grundformen der Mobilität und Anforderungen an Mobilität und Transport – Bedeutung für Mensch, Unternehmen und Volkswirtschaft • Ziele und Funktionen der Transportlogistik

	• Akteure von Verkehren – Nachfrager, Anbieter und (weitere) Stakeholder Transportlogistik als Dienstleistung – Logistik-Marktsegmente und Typologie von Logistikunternehmen Leistungserstellung von nationalen und internationalen Transport- und Speditionsunternehmen für nachhaltige und resiliente Wertschöpfungsnetzwerke • Logistische Einheiten: Packen und markieren • Ein- und mehrstufige Logistiksysteme: Ganz- und Teilladungen, Sammelgut, Paket • Transporte im Rahmen komplexer Logistikleistungen: Konsumgüterdistribution Auswirkung der Digitalisierung auf die Transportlogistik Verkehrsträger und deren Bedeutung für nachhaltige und resiliente Transportketten • Kontinentale Verkehre • Interkontinentale Verkehre Ausgewählte Managementbereiche in Transport- und Speditionsunternehmen • Fuhrpark- und Flottenmanagement • Behälter- und Ladungsmanagement • Qualitäts- und Performancemanagement • Informations- und Kommunikationsmanagement Trends und Entwicklungen: Transport- und Mobilitätskonzepte der Zukunft
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100% (60 Min.)
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Aberle, G.: Transportwirtschaft. Einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Grundlagen, 5. überarbeitete und erweiterte Auflage, München/Wien 2009. Ballou, R.H.: Business Logistics / Supply Chain Management, 5th Edition, New Jersey: Pearson/Prentice Hall Inc. 2004. Beresford, H. Pettit, S. [Hrsg.]: International Freight Transport, London: Kogan Page 2017. Bowersox, D. et al.: Supply Chain Logistics Management, 6th Edition, New York: Mc Graw Hill 2024. Clausen, U., Geiger, C. [Hrsg.]: „Verkehrs- und Transportlogistik“, Berlin: Springer Vieweg, 2. Aufl. 2013. Corsten, H, Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement, 6. Auflage, München 2015. Delfmann et. al.: „Positionspapier zum Grundverständnis der Logistik als wissenschaftliche Disziplin“ in: „Flexibel – sicher – nachhaltig“, Wimmer, T., Grosche, T. (Hrsg.), DVV Media Group GmbH, Hamburg, 2011, S. 262-274. abrufbar unter http://www.bvl.de/positionspapier Grant, D.B., Trautrim, A., Wong, C.Y.: „Sustainable Logistics and Supply Chain Management - Principles and Practices for Sustainable Operations and Management“, Kogan Page; 3rd edition 2022. Gudehus, T.: „Logistik 2 - Netzwerke, Systeme und Lieferketten“, Berlin: Springer Vieweg, 4. Auflage 2012. Henkel, S.; Tomczak, T.; Henkel, S.; Hauner, C. (2015): Mobilität aus Kundensicht, Springer Gabler.

	Ihde, G. B.: Transport, Verkehr, Logistik. Gesamtwirtschaftliche Aspekte und einzelwirtschaftliche Handhabung, 3. völlig überarb. und erw. Auflage, München 2001. Kille, C., Schwemmer, M.: „Top 100 in European Transport and Logistics Services 2021/22“, Hamburg: DVV Media Group, 2021. Klaus, P., Krieger, W., Krupp, M. [Hrsg.]: „Gabler Lexikon Logistik – Management logistischer Netzwerke und Flüsse“, Wiesbaden: Gabler, 5. Aufl. 2012. Kummer, S., Schramm, H., Sudy, I.: „Internationales Transport- und Logistikmanagement“, Wien: facultas wuv, 2009. Pfohl, H.: Logistiksysteme, Berlin: Springer, 9., neu bearb. und aktual. Auflage 2018 Schwemmer, M., Dürrbeck, K., Klaus, P. „TOP 100 der Logistik - Marktgrößen, Marktsegmente und Marktführer“, DVV 2020. Sussman J.: „Introduction to Transportation Systems“, Artech House Publishers 2000. Vahrenkamp, R. „Logistik - Management und Strategien“, München: Oldenbourg, 2012.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Keine
Letzte Aktualisierung:	26.07.2024

19.2 Operations- und Prozessmanagement (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S08.02
Modulbezeichnung:	Operations- und Prozessmanagement (OPM)
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Marc Kastner
Dozierende:	N.N. [Neue Professur Supply-Chain- und Operations-Management]
Learning Outcome:	Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, (Leistungserstellungs-)Prozesse in Unternehmen und in Supply Chains zu analysieren, zu gestalten, zu implementieren und zu optimieren. Sie beherrschen die Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen, führen umfassende Prozessanalysen durch und identifizieren Optimierungspotenziale. Sie entwickeln und setzen Prozessgestaltung und -implementierungsstrategien um und implementieren effektive Qualitätsmanagementsysteme. Sie können Innovationsmethoden, wie z.B. Design Thinking, anwenden, um kreative Lösungen zu entwickeln. Außerdem sind die Studierenden in der Lage, digitale Werkzeuge und Informationssysteme zur Unterstützung und Digitalisierung von Operations- und Prozessmanagement zu nutzen und Nachhaltigkeitsstrategien im gesamten Prozessmanagement umzusetzen. Die Studierenden verwenden hierzu u.a. Prozessmodellierungstechniken, wie z.B. BPMN (Business Process Model and Notation), ferner Datenanalysetools und künstliche Intelligenz für die Prozessanalyse, u.a. Lean Management und Six Sigma für die Prozessoptimierung sowie ERP-Systeme, wie z.B. SAP, für die Steuerung und Digitalisierung der Prozesse. Sie nutzen Design Thinking und andere Kreativitätsmethoden für die Entwicklung innovativer Lösungen. Zudem nutzen sie Umweltmanagementsysteme und Balanced Scorecards für eine nachhaltige Prozessgestaltung. Aufgrund ihrer Kompetenzen und insbesondere ihrer Fach- und Methodenkenntnisse sind die Studierenden in der Lage, operative und logistische Prozesse effizient zu gestalten und zu optimieren. Sie treffen fundierte Entscheidungen, entwickeln nachhaltige und innovative Lösungen und tragen somit zur kontinuierlichen Verbesserung der Qualität und Wettbewerbsfähigkeit der Leistungserstellung (Operations) von Unternehmen bei. Die Studierenden denken und handeln hierbei unternehmerisch und mit einem hohen Maß an Eigenverantwortung. Sie stärken ihre Problemlösungs- und Urteilsfähigkeit, ihre Entscheidungskompetenz sowie ihre Dialog- und Konfliktfähigkeit, um in interdisziplinären Teams erfolgreich zu arbeiten und den dynamischen Anforderungen der modernen Geschäftswelt, insbesondere der komplexen arbeitsteiligen Leistungserstellung globaler Wertschöpfungsnetzwerke gerecht zu werden.
Modulinhalte:	1. Ziele und Aufgaben des Managements von Leistungserstellungsprozessen (Operations) in Unternehmen und in Supply Chains 2. Prozessmodellierung und -dokumentation 3. Prozessanalyse 4. Prozessgestaltung und -implementierung 5. Prozessoptimierung 6. Prozesscontrolling und Performance Management 7. Prozessinnovation und Design Thinking 8. Informationssysteme und Digitalisierung im Operations- und Prozessmanagement 9. Nachhaltigkeit im Operations- und Prozessmanagement 10. Prozessmanagement in der Supply Chain
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht

Prüfungsformen:	Klausur oder Hausarbeit oder Hausarbeit mit Kolloquium
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Supply-Chain- und Operations-Management
Empfohlene Literatur:	Allweyer, Thomas (2020): BPMN 2.0 - Business Process Model and Notation: Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung, 4. Auflage, BoD – Books on Demand. Bach, Norbert; Brehm, Carsten; Buchholz, Wolfgang; Petry, Thorsten (2017): Organisation: Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen, Prozesse und Strukturen, 2. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler. Becker, Torsten (2018): Prozesse in Produktion und Supply Chain optimieren, 3. Aufl., Berlin: Springer Vieweg. Dumas, Marlon; La Rosa, Marcello; Mendling, Jan; Reijers, Hajo A. (2018): Fundamentals of Business Process Management, 2. Auflage, Berlin: Springer. Gadatsch, Andreas (2023): Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen, 10. Auflage, Berlin: Springer Vieweg. Gaitanides, Michael (2012): Prozessorganisation: Entwicklung, Ansätze und Programme des Managements von Geschäftsprozessen, 3. Auflage, München: Vahlen. Heizer, Jay; Render, Barry; Munson, Chuck (2023): Operations Management. Sustainability and Supply Chain Management, 14. Auflage, Harlow: Pearson. Hofmann, Martin (2020): Prozessoptimierung als ganzheitlicher Ansatz: Mit konkreten Praxisbeispielen für effiziente Arbeitsabläufe, Wiesbaden: Springer Gabler. Lewrick, Michael; Link, Patrick; Leifer, Larry (2020): Das Design Thinking Toolbook: die besten Werkzeuge & Methoden, München: Vahlen. Jacobs, F. Robert; Chase, Richard B. (2023): Operations and Supply Chain Management. The Core, 17. Auflage, New York: McGraw-Hill. Slack, Nigel; Brandon-Jones, Alistair (2021): Operations and Process Management: Principles and Practice fir Strategic Impact, 6. Auflage, Harlow: Pearson. Thonemann, Ulrich (2015): Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3. Auflage, Hallbergmoos: Pearson. Wagner, Karl Werner; Lindner, Alexandra (2022): WPM - Wertstromorientiertes Prozessmanagement: - Effizienz steigern - Verschwendung reduzieren - Abläufe optimieren, 3. Auflage, München: Hanser. In Abhängigkeit der thematischen Schwerpunktsetzung werden weitere Quellenhinweise zu Veranstaltungsbeginn bekanntgegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Keine
Letzte Aktualisierung:	30.07.2024

19.3 Supply Chain Analytics und Optimierung

Modulnummer:	S08.W01
Modulbezeichnung:	Supply Chain Analytics und Optimierung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	[Neue Professur Supply-Chain- und Operations-Management]
Dozierende:	[Neue Professur Supply-Chain- und Operations-Management]
Learning Outcome:	Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für die grundlegenden Konzepte und Techniken des Supply Chain Analytics und der Optimierung. Sie können die Methoden und Verfahren effektiv einsetzen, um Supply-Chain-Prozesse zu verbessern. Sie beherrschen Optimierungsverfahren zur Gestaltung und Steuerung von Liefernetzwerken und sind in der Lage, Simulationsmodelle zu nutzen, um komplexe Supply-Chain-Szenarien zu analysieren und zu optimieren. Durch die Anwendung von Analytics-Tools erwerben die Studierenden die Fähigkeit, große Datenmengen zu verarbeiten und datenbasierte Entscheidungen zu treffen. Sie lernen, digitale und agile Arbeitsmethoden sowie unternehmerisches Handeln und Eigenverantwortung durch praxisnahe Aufgaben und Projekte zu kombinieren. Ihre Kreativität und Resilienz werden durch die Entwicklung innovativer Lösungen für komplexe Supply-Chain-Probleme gestärkt. Problemlösungs- und Urteilsfähigkeit sowie Entscheidungskompetenz werden durch Fallstudien, Szenarioanalysen und Simulationsmodelle geschult. Zudem trainieren die Studierenden ihre Dialog- und Konfliktfähigkeit im Rahmen von Teamarbeit und Diskussionen über Nachhaltigkeit und ethische Aspekte der Optimierung. Die Absolventen des Moduls sind bestens vorbereitet, verantwortungsvolle Positionen im Bereich Supply Chain Analytics und Optimierung zu übernehmen. Sie sind fähig, fundierte, datenbasierte Entscheidungen zu treffen und innovative sowie nachhaltige Lösungen zur Effizienzsteigerung und Risikominderung in Lieferketten zu gestalten. Mit ihrer umfassenden Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz tragen sie maßgeblich zur Optimierung von Unternehmensprozessen und damit zur Wertschöpfung und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen bei. Darüber hinaus fördern ihre Dialog- und Konfliktfähigkeit sowie kritische Auseinandersetzung mit ethischen Fragestellungen eine verantwortungsvolle und kooperative Unternehmenskultur.
Modulinhalte:	1. Einführung in Supply Chain Analytics und Optimierung 2. Data Analytics in Supply Chains 3. Zeitreihenanalyse und Prognosemodelle 4. Analytics im Bestandsmanagement 5. Optimierungsverfahren zur Gestaltung von Liefernetzwerken 6. Maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz in der Supply Chain 7. Simulationsmodelle zur Analyse von Supply Chains 8. Risikomanagement und Szenarioanalyse 9. Nachhaltigkeit und ethische Aspekte der Optimierung
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Klausur: 100% (60 Min.)
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand

Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Supply-Chain- und Operations-Management
Empfohlene Literatur:	Domschke, Wolfgang, Drexl, Andreas, Klein, Robert und Scholl, Armin: Einführung in Operations Research, Berlin: Springer, 9. Auflage, 2015. Günther, Hans-Otto und Tempelmeier, Horst: Supply Chain Analytics. Operations Management und Logistik, Norderstedt: BoD, 13. Auflage, 2020. Günther, Hans-Otto und Tempelmeier, Horst: Übungsbuch Supply Chain Analytics. Operations Management und Logistik, Norderstedt: BoD, 13. Auflage, 2020. Heizer, Jay, Render, Barry und Munson, Chuck: Operations Management. Sustainability and Supply Chain Management, Harlow: Pearson, 14. Auflage, 2023. Jacobs, F. Robert und Chase, Richard B.: Operations and Supply Chain Management. The Core, New York: McGraw-Hill, 17. Auflage, 2023. Ragsdale, Cliff T.: Spreadsheet Modeling and Decision Analysis. A Practical Introduction to Business Analytics, Stamford: Cengage, 9. Auflage, 2021. Render, Barry, Stair, Ralph. M. Jr., Hanna, Michael E. und Hale, Trevor S.: Quantitative Analysis for Management, Upper Saddle River: Prentice Hall, 13. Auflage, 2017. Steglich, Mike, Feige, Dieter und Klaus, Peter: Logistikentscheidungen. Modellbasierte Entscheidungsunterstützung in der Logistik mit LogisticsLab, Berlin: de Gruyter Oldenbourg, 2. Auflage, 2016. Tempelmeier, Horst: Production Analytics. Modelle und Algorithmen zur Produktionsplanung, Norderstedt: BoD, 4. Auflage, 2023. Tempelmeier, Horst: Analytics im Bestandsmanagement, Norderstedt: BoD, 7. Auflage, 2020. Tempelmeier, Horst: Analytics in Supply Chain Management und Produktion. Übungen und Mini-Fallstudien, Norderstedt: BoD, 7. Auflage, 2020. Thonemann, Ulrich: Operations Management. Konzepte, Methoden und Anwendungen, Hallbergmoos. Pearson, 3. Auflage, 2015
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Keine
Letzte Aktualisierung:	26.07.2024

19.4 Supply-Chain- und Operations-Management-Projekt-Modul

Modulnummer:	S08.W02
Modulbezeichnung:	Supply-Chain- und Operations-Management-Projekt-Modul (SCOM-PM)
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Michael Lorth
Dozierende:	Prof. Dr. Michael Lorth, N.N.
Learning Outcome:	Nach aktiver Teilnahme an diesem Modul/Seminar können die Studierenden für anspruchsvolle und komplexe Projektaufträge des Operations-Managements, des Supply-Chain-Managements oder auch anderer Unternehmens- bzw. Aufgabenbereiche einzeln oder gemeinsam mit weiteren Mitgliedern eines Projektteams eigenverantwortlich sowie kreativ und nachhaltig denkend und handelnd ▪ einen integrierten, alle Projektphasen und Aufgabenfelder des Projektlebenszyklus umfassenden Projektplan entwerfen und ▪ diesen unter Beachtung der Anforderungen und Vorgaben sowie im aufgabengerechten Zusammenwirken mit den anderen Projektteammitgliedern zielorientiert und ressourcenschonend umsetzen, indem sie ▪ die mit anspruchsvollen und komplexen Projektaufträgen des Operations-Managements, des Supply-Chain-Managements oder auch anderer Unternehmens- bzw. Aufgabenbereiche verbundenen Aspekte und Aufgaben über alle beteiligten Fachdisziplinen und Planungsgebiete hinweg erfassen und strukturieren und auf diese Weise die Gesamtprojektaufgabe in gut handhabbare Teilprojekte und Unteraufgaben herunterbrechen (Aufgabendekomposition), ▪ die jeweiligen inhaltlichen, zeitlich-logischen und ressourcenmäßigen Zusammenhänge zwischen den einzelnen Projektaufgaben erfassen und analysieren (Aufgabenanalyse- und strukturierung, Projektstrukturplanung), ▪ die Teilprojekte und Aufgaben in eine zeitlich-logische Abfolge bringen und den jeweiligen Projektphasen zuordnen (Aufgabensynthese/-zuordnung, Projektablaufplanung), ▪ die einzelnen Projektbausteine (Teilprojekte, Projektphasen) zu einem integrierten (Standard-)Gesamtprojektplan zusammenführen (Gesamtprojektmanagement), und, ▪ soweit im Projektauftrag vorgesehen, die Ausführung des Projektes selbst übernehmen (Projektausführung) und/oder die Projektausführung selbständig und eigenverantwortlich operativ steuern (operatives Projektmanagement, Projektsteuerung, Teammanagement), um im Rahmen eines integrierten Projektmanagements im späteren Berufsfeld des Operations-Managements, des Supply-Chain-Managements oder auch anderer Unternehmens- bzw. Aufgabenbereiche ▪ als Mitglied eines physisch-analog vor Ort und/oder virtuell-digital zusammenarbeitenden Projektteams wesentliche Aufgaben der Projektplanung, -ausführung und -steuerung oder, ▪ nach entsprechendem Kompetenz- und Erfahrungsaufbau, als verantwortliche/-r Projektmanager/-in sogar die Projektleitung

für entsprechende Projekte im Bereich des Supply-Chain- und/oder Operations-Managements (oder vergleichbar anspruchsvolle und komplexe Projektaufgaben) übernehmen zu können.

[Taxonomiestufen (K1) bis (K6)].

Modulinhalte:

1. Gegenstand, Ziele und Bedeutung des Projektmanagements
2. Projektlebenszyklus und Projekttypen
3. Standards und Normen im Projektmanagement
4. Planbasiertes Projektmanagement
5. Agiles Projektmanagement
6. Hybrides Projektmanagement
7. Projektmanagement im Supply-Chain- und Operations- Kontext
8. Anwendung im konkreten Projekt
 - 8.1. Projektinitialisierung und -definition
 - 8.2. Projektplanung und -strukturierung
 - 8.3. Projektdurchführung und -steuerung
 - 8.4. Projektabschluss

Hinweis: Die Modulinhalte können teilweise oder vollständig in die Bearbeitung von konkreten Projekten – vorwiegend aus dem Bereich des Supply-Chain-Managements und/oder des Operations-Managements, gegebenenfalls aber auch anderer Unternehmens- oder Aufgabenbereiche – integriert sein (Prinzip des forschenden Lernens).

Dementsprechend erwerben bzw. erschließen die Studierenden im Rahmen der Auseinandersetzung mit spezifischen Projektaufträgen/-aufgaben zusätzlich zu den Kompetenzen, die für ein integriertes Projektmanagement benötigt werden, weitere fachspezifische Kenntnisse und Kompetenzen.

Beispielsweise resultieren diese im Falle eines Projektauftrags „Erstellen Sie einen grundlegenden integrierten Gesamtprojektplan für die Entwicklung, Planung, Errichtung und Inbetriebnahme von Logistikzentren“ aus der Befassung mit den folgenden Inhalten:

- Logistikzentren als Elemente umfassender Logistiksysteme bzw. Wertschöpfungsnetzwerke
- Planung, Errichtung und Inbetriebnahme von Logistikzentren als komplexes (ökonomisches/rechtliches/technisches) Projekt
- Herausforderungen des analogen und digitalen Managements inter- und transdisziplinärer Projekte
- Strategische Planung von Logistikzentren (u. a. Standorte, Kapazitäten, Flexibilität, Betriebsstrategie, Betreiber- und Nutzungskonzept, Investitionsplanung etc.)
- Grobplanung der technischen Infrastruktur von Logistikzentren: Strukturplanung (u.a. Prozessmodellentwicklung, Leistungsbereichsplanung, Dimensionierung, Intralogistik-Grobplanung, Planung der Gebäudestruktur, Layoutplanung, IT-Infrastruktur-Grobplanung, TGA-Grobplanung)
- Detailplanung der technischen Infrastruktur von Logistikzentren: Systemplanung (u. a. Detailplanung der (Intra-)Logistiksysteme, insbesondere der Lager-, Förder-, Kommissionier-, Verteil- und Identifikationssysteme, TGA-Detailplanung, IT-Detailplanung)
- Planung der Errichtung von Logistikzentren (Ausführungsplanung und Ausführung in den Planungsbereichen Logistik, Gebäude, IT)
- Planung der Inbetriebnahme von Logistikzentren
- Aktuelle Entwicklungstrends bei der Planung von Logistikzentren (Digitalisierung, Internet der Dinge (IoT), Industrie 4.0, Nachhaltigkeit)

Lehr- und Lernmethoden:	Kombination aus projektbasierter Lehre, analogen und digitalen (Selbst-)Lehr-/Lerninhalten, analoger und/oder virtuell-digitaler Zusammenarbeit in Teams und ergänzendem seminaristischem Unterricht mit Workshop-elementen sowie konsequenter Anwendung des Prinzips des forschenden Lernens sowie der problemorientierten Vorgehensweise (Problemlösungszyklus) nach Vorgabe einer komplexen, realitätsnahen und nur geringfügig vorstrukturierten Problemstellung
Prüfungsformen:	Performanzprüfung gemäß § 22 Abs. 1 PO des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre B.Sc. i.V.m. § 22 Abs. 8 RPO Die Performanzprüfung umfasst in diesem Modul neben der Entwicklung und Umsetzung einer systematischen und problemorientierten Vorgehensweise (Problemlösungszyklus) sowie eines klar strukturierten analogen und/oder digitalen Projekt- und Teammanagements unter anderem auch • mündliche Prüfungselemente (aktive analoge und digitale Kommunikation, Koordination und Zusammenarbeit im Projektteam, Ad-hoc- sowie Abschlusspräsentation von (Gruppen-)Arbeitsergebnissen, Abgabe von Statusberichten, ggf. in digitaler/multimedialer Form) und • schriftliche Prüfungselemente (Analysen, Recherchen, Konzepte, Pläne, Visualisierungen, Arbeits- und Projektdokumentationen, Protokolle, Portfolio; Einreichung in digitaler Form). Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	erfolgreiche Teilnahme an den Modulen „Grundlagen der BWL“, „Supply-Chain- und Operations-Management“, „Unternehmensführung I: Organisation und Planung“ und „Consulting & Information Systems“
Empfohlene Literatur:	DIN Deutsches Institut für Normung e. V. (Hrsg.): DIN ISO 21502:2021-12-00 Projekt-, Programm- und Portfoliomanagement - Leitlinien zum Projektmanagement, Berlin: Beuth. DIN Deutsches Institut für Normung e. V. (Hrsg.): DIN 69900: 2009-01 Projektmanagement - Netzplantechnik; Beschreibungen und Begriffe, Berlin: Beuth. DIN Deutsches Institut für Normung e. V. (Hrsg.): DIN 69901 Projektmanagement — Projektmanagementsysteme, Teil 1: Grundlagen, Teil 2: Prozesse, Prozessmodell, Teil 3: Methoden, Teil 4: Daten, Datenmodell, Teil 5: Begriffe, Berlin: Beuth. Felkai, R.; Beiderwieden, A. (2015): Projektmanagement für technische Projekte: Ein prozessorientierter Leitfaden für die Praxis, 3. Auflage, Wiesbaden: Springer Vieweg. Jakoby, W. (2021): Projektmanagement für Ingenieure: Ein praxisnahes Lehrbuch für den systematischen Projekterfolg, 5. Auflage, Wiesbaden: Springer Vieweg. Litke, H.-D.; Kunow, I., Schulz-Wimmer, H. (2022): Projektmanagement, 5. Auflage, Planegg: Haufe Lexware. Nieto-Rodriguez, A. (2021): Harvard Business Review Project Management Handbook: How to Launch, Lead, and Sponsor Successful Projects, Boston: Harvard Business Review Press. Peipe, S. (2022): Crashkurs Projektmanagement: Grundlagen für alle Projektphasen, 9. Auflage, Freiburg: Haufe Lexware.

Project Management Institute (Hrsg.) (2021): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide), 7. Auflage, Newton Square, Pennsylvania: Project Management Institute.

Timinger, H. (2024): Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg, 2. Auflage, Weinheim: Wiley-VCH.

Projektspezifische Literatur (für Beispiel-Projektauftrag: „Erstellen Sie einen grundlegenden integrierten Gesamtprojektplan für die Entwicklung, Planung, Errichtung und Inbetriebnahme von Logistikzentren“):

Alda, W.; Hirschner, J. (2016): Projektentwicklung in der Immobilienwirtschaft: Grundlagen für die Praxis, 6. Auflage, Wiesbaden: Springer Vieweg.

Arnold, D.; Furmans, K. (2019): Materialfluss in Logistiksystemen, 7. Auflage, Berlin/Heidelberg: Springer Vieweg.

Börner-Kleindienst, M. (2006): Logistikimmobilien: Kategorien, Determinanten und Marktteilnehmer, in: Falk, B.; Falk, M. T. (Hrsg.): Handbuch Gewerbe- und Spezialimmobilien, Köln: Rudolf Müller, S. 447–472.

Griemert, R.; Römisch, P. (2022): Fördertechnik: Auswahl und Berechnung von Elementen und Baugruppen, 14. Auflage, Wiesbaden: Springer Vieweg.

Grundig, C.-G. (2021): Fabrikplanung: Planungssystematik, Methoden, Anwendungen, 7. Auflage, München: Hanser.

Günthner, W.; ten Hompel, M. (Hrsg.) (2010): Internet der Dinge in der Intralogistik, Berlin/Heidelberg: Springer.

Helbing, K. W. (2018): Handbuch Fabrikprojektierung, 2. Auflage, Berlin/Heidelberg: Springer Vieweg.

Jodin, D.; ten Hompel, M. (2012): Sortier- und Verteilsysteme: Grundlagen, Aufbau, Berechnung und Realisierung, 2. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer Vieweg.

Kochendörfer, B.; Liebchen, J. H.; Viering, M. G. (2021): Bau-Projekt-Management: Grundlagen und Vorgehensweisen, 6. Auflage, Wiesbaden: Springer Vieweg.

Langhagen-Rohrbach, C. (2012): Moderne Logistik: Anforderungen an Standorte und Raumentwicklung, in: Raumforschung und Raumordnung, 70 Jg. (2012), S. 217–227.

Martin, H. (2012): Praxiswissen Intralogistikplanung: Reale Projekte mit Ist-Situation, Zielsetzung, Planungen und Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen, Wiesbaden: Springer Vieweg.

Martin, H. (2016): Transport- und Lagerlogistik: Planung, Struktur, Steuerung und Kosten von Systemen der Intralogistik, 10. Auflage, Wiesbaden: Springer Vieweg.

Münchow, M.-M. (2016): Kompendium der Logistikimmobilie: Entwicklung, Nutzung und Investment, 2. Auflage, Wiesbaden: Immobilien Zeitung Verlagsgesellschaft.

Nehm, A.; Schryver, C. (2007): Alternativen der Logistikimmobilien-Bereitstellung, in Bohlmann, B.; Krupp, T. (Hrsg.): Strategisches Management für Logistikdienstleister: Grundlagen und Praxisberichte, Hamburg: DVV Media Group.

Pawellek, G. (2014): Ganzheitliche Fabrikplanung: Grundlagen, Vorgehensweise, EDV-Unterstützung, 2. Auflage, Berlin/Heidelberg: Springer Vieweg.

Pfohl, H.-C. (2018): Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 9. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer Vieweg.

Preuß, N. (2013): Projektmanagement von Immobilienprojekten: Entscheidungsorientierte Methoden für Organisation, Termine, Kosten und Qualität, 2. Auflage, Berlin/Heidelberg: Springer Vieweg.

Schuchmann, C. (2018): Inbetriebnahme von Logistikzentren: Praxiserprobte Methoden, Hilfsmittel und Checklisten, Wiesbaden: Springer Gabler.

ten Hompel, M.; Büchter, H.; Franzke, U. (2008): Identifikationssysteme und Automatisierung, Berlin/Heidelberg: Springer.

ten Hompel, M.; Sadowsky, V.; Beck, M. (2011): Kommissionierung: Materialflusssysteme 2 - Planung und Berechnung der Kommissionierung in der Logistik, Berlin/Heidelberg: Springer.

ten Hompel, M.; Schmidt, T.; Dregger, J. (2018): Materialflusssysteme: Förder- und Lagertechnik, 4. Auflage, Berlin/Heidelberg: Springer Vieweg.

ten Hompel, M.; Schmidt, T. (2010): Warehouse Management: Organisation und Steuerung von Lager- und Kommissioniersystemen, 4. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer.

Bei Veranstaltungsbeginn werden weitere spezifische Quellenhinweise auf der Lernplattform ILIAS/ILU bekanntgegeben.

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:

-

Besonderheiten:

Das Lehren und Lernen in diesem Modul ist gekennzeichnet durch

- die Vorgabe einer praxisorientierten Problemstellung mit hoher Komplexität und geringer Vorstrukturierung,
- systematisches Einüben und Einhalten des Problemlösungszyklus,
- selbständiges und gemeinsames Arbeiten in physisch-analog vor Ort bzw. virtuell-digital zusammenarbeitenden Teams,
- Anwesenheit, Ansprechbarkeit und Mitwirkung des/-r Lehrenden während der gesamten analogen und digitalen Präsenzzeit (Vorlesungs-/Seminarzeit),
- Selbstmanagement und analoges/digitales Projektmanagement in (gruppen)eigener Angelegenheit und Zuständigkeit,
- analoge und/oder digitale Werkstattgespräche mit Zwischenpräsentation des aktuellen Bearbeitungsstandes und Diskussion des Vorgehens und der bisher erzielten Arbeitsergebnisse unter Beteiligung aller Gruppen,
- Formulierung/Abgabe mündlicher Status(zwischen)berichte für interne und/oder externe Adressaten zu Beginn von Lehrveranstaltungen,
- analoge und/oder digitale Zwischenpräsentationen nach dem Erreichen bestimmter Meilensteine sowie
- analoge und/oder digitale Abschlusspräsentationen (Ausgangsfragestellung, gewählte Vorgehensweise, erzielte Arbeitsergebnisse) zum Semesterende u.a.m.

Die Lern- und Arbeitsprozesse und ihre Ergebnisse sind darüber hinaus von den Studierenden semesterbegleitend anhand von Aufzeichnungen jeglicher Art und Form, (Foto-)Protokollen und Ergebnisdarstellungen und Präsentationen hinreichend zu dokumentieren. Weiterhin müssen Rechercheergebnisse und weitere Materialien geeignet aufbereitet und zusammen mit den Dokumentationen zu digitalen Portfolios (Ordern mit Dokumenten) zusammengefasst und zu vorgegeben Terminen eingereicht werden.

Funktion und Wirkung des Lehr- und Lernkonzeptes und die von den Studierenden wahrgenommenen Lernfortschritte werden zusätzlich durch Auswertung der von jeder/m Studierenden jeweils zur Semestermitte und zum Semesterende zu verfassenden Selbstreflexionen überprüft.

Die Bewertung der Prüfungsleistungen richtet sich nach dem Ausmaß des Erfüllens spezifischer kompetenzorientierter Leistungsstandards (Anforderungen), die auf der Grundlage der Niveau- und Prozessstufen-Matrix nach Anderson/ Krathwohl (2001) festgelegt werden.

Bitte beachten:

Sowohl die projektbasierte Lehrkonzeption als auch die vollständig gestreckte Prüfungsform (Performanzprüfung) erfordern die – bis auf begründete Ausnahmen – durchgängige Teilnahme/Anwesenheit sowie die aktive Mitarbeit und Mitwirkung sowohl in den Lehrveranstaltungen als auch in den Projektteamsitzungen und -terminen (vor Ort und/oder digital).

Letzte Aktualisierung: 30.07.2024

19.5 Services Marketing & Sustainability

Modulnummer:	S08.W03
Modulbezeichnung:	Services Marketing & Sustainability
Art des Moduls:	Elective
ECTS credits:	6
Sprache:	Englisch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Zelal Ates
Dozierende:	Prof. Dr. Zelal Ates
Learning Outcome:	In accordance with the specific learning objectives of this bachelor programme, at the end of this course, students will be able to develop <i>creative, innovative</i> and <i>sustainable</i> marketing strategies intended to contribute to a <i>transformation</i> to a more <i>sustainable</i> society by - describing the ambivalent relationship between <i>sustainability</i> and marketing - exploring and critically reflecting socio-ecological problems in case studies - conducting <i>data collection</i> and <i>data-based analyses</i> on barriers and drivers of <i>sustainable consumption</i> for a selected industry in small teams - effectively applying the fundamentals of services marketing and management for a selected industry in small teams - comparing different <i>sustainable</i> marketing concepts for a selected industry in small teams - fostering <i>dialogue</i> and applying <i>agile</i> working methods in small teams in order to - enhance students' <i>global citizenship mindset</i>, - empower students to act both <i>entrepreneurially</i> as well as <i>responsibly</i>, - raise students' <i>resilience</i> in facing challenges, - increase students' <i>scientific competence, problem-solving skills, judgement skills, decision-making competence and consequently their employability</i> to take on responsible positions.
Modulinhalte:	This course is intended for students who wish to complement their theoretical and practical knowledge in marketing and to stimulate their critical thinking skills concerning services marketing, marketing ethics and sustainability issues. Whether it is the socio- environmental impact of reverse logistics and last-mile delivery in e-commerce or of urban mobility, sustainability issues are the biggest challenges facing business and society. In this course, students will recognize how the increasing importance of product use and access over ownership creates a framework for more efficient and environmentally friendly resource utilization such as new mobility and sharing services on the one hand and moves the focus from the exchange of products to that of services on the other hand. The course shows how the complexities of sustainability issues can be integrated into services marketing and management using examples of real business cases and students performing their own group projects. The following topics are addressed in this course: 8. Understanding Sustainability and Marketing 9. Socio-Ecological Problems 10. Sustainable Consumer Behaviour 11. Demarketing for Sustainability 12. Service Economy: from Products to Services 13. Sharing Economy, Access-based Consumption and Collaborative Consumption 14. Principles of Services Marketing i. Service Quality and Servqual-Model ii. Services Marketing Mix 9. Artificial Intelligence, Robotics and the Future of Services - Inclusion, Equality and Well-being of Service Employees

Lehr- und Lernmethoden:	Seminar-like lecture including class discussions, case studies and group projects. This course is taught in English, however, students are free to participate in German.
Prüfungsformen:	The assessment for this course consists of an individual written exam and a team-based pitch presentation in the frame of a student group project. Acting as marketing consultants for a new sustainable venture in a specific industry, students will develop and deliver a comprehensive marketing strategy. This pitch has to reflect and incorporate key concepts covered throughout the course. Written exam: single-choice questions test ("Schriftliche Prüfung im Antwortauswahlverfahren", 60%) Group project: pitch presentation („mündlicher Beitrag“, 40%) and self-reflection paper (submission only, no grade) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Marketing
Empfohlene Literatur:	Belz, F.M., Peattie, K. (2012): Sustainability Marketing: A Global Perspective, 2 nd ed., Chichester: Wiley. Bhattacharyya, Jishnu, Manoj Kumar Dash, Chandana Hewege, M. S. Balaji und Weng Marc Lim, 2022. Social and sustainability marketing: a casebook for reaching your socially responsible consumers through marketing science. 1 st ed., Boca Raton, FL: Routledge, Taylor & Francis Group. Bruhn, Manfred und Karsten Hadwich, 2024. Sustainable Service Management: Band 1: Nachhaltigkeit aus Sicht von Kunden und Mitarbeitern. 1st ed., 2024. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Grönroos, C. (2013): Service Management and Marketing: customer management in service competition, 3rd ed., Wiley. Lovelock, C. and Wirtz, J. (2021): Services Marketing: people, technology, strategy, 9 th ed., World Scientific Publishing. Peterson, Mark, 2021. Sustainable marketing: a holistic approach. 2 nd edition. Los Angeles: Sage Meffert, Heribert, Peter Kenning und Manfred Kirchgeorg, 2014. Sustainable Marketing Management: Grundlagen und Cases. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Zeithaml, V. A./Bitner, M. J./Gremler, D./Mende, M. (2023): Services Marketing, 8 th ed., Mc Graw Hill.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	05.11.2024

19.6 Outsourcing

Modulnummer:	S08.W04
Modulbezeichnung:	Outsourcing
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Hartmut Reinhard
Dozierende:	Prof. Dr. Hartmut Reinhard
Learning Outcome:	Nach aktiver Teilnahme an diesem Modul verstehen die Studierenden inhaltlich alle wesentlichen Elemente eines Outsourcing-Prozesses, indem sie grundsätzliche Überlegungen zu strategischen Make or Buy Entscheidungen, zur Ermittlung des Outsourcing-Potentials, der Entwicklung eines Konzeptes und der damit verbundenen Chancen und Risiken, der Ausschreibung und Verhandlung, sowie zu Preiskalkulationen und zum Change-Management anstellen und Stellung zu diesen beziehen. Ausserdem werden Kompetenzen bzgl. des Arbeitens mit einem Projektmanagementmodell in der Gruppe, der gruppenübergreifenden Planung einschließlich der Identifikation von Bottlenecks und anderen Problemen und deren Lösung sowie die Präsentation der Ergebnisse in einem Rollenspiel erworben. Dabei werden folgende Future Skills gem. Stifterverband der Wirtschaft Integration: 1. Digitale Kollaboration: Nutzung und Einführung digitaler Werkzeuge zur Information und Abstimmung über Kursinhalte und Termine, sowie bei der Teamarbeit zur Erstellung der Präsentationsunterlagen. 2. Lösungsfähigkeit: Überlegungen zur strategischen Sinnhaftigkeit eines Outsourcingprojekts unter Einbeziehung der Chancen und Risiken. Analysieren von Outsourcing-Vereinbarungen und Identifizieren potenzieller Brennpunkte sowie deren Vermeidung durch vertragliche und prozessuale Maßnahmen. 3. Agiles Arbeiten: Anwendung eines Projektmanagementmodells zur Entwicklung von Lösungen für das Teilprojekt des Teams und teamübergreifend für das Gesamtprojekt unter Einhaltung von Zeitvorgaben in dynamischen Umgebungen und kontinuierliche Verbesserung durch Feedback. 4. Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative: Eigenständiges Erarbeiten der Endresultate im Team und selbstständige Feedback und Coaching Abfrage. Effektive Gruppenarbeit und Kommunikation im Rahmen des Rollenspiels. Erarbeitung von Lösungen in einem Team sowie Vertretung und Integration der Ergebnisse in gruppenübergreifenden Meetings. 5. Resilienz: Verständnis von Chancen und Risiken eines Outsourcingprojektes und die Entwicklung von Maßnahmen zum Managen dieser Risiken. 6. Urteilsfähigkeit: Kompetenz zur Analyse eigener und anderer Konzepte und Planung im Hinblick auf die Umsetzungsfähigkeit unter Einbeziehung gesellschaftlicher Herausforderungen. Bildung eines Urteils hinsichtlich der Potenziale von Outsourcingprojekten. 7. Veränderungskompetenz: Entwicklung von Strategien für die Umsetzung eines Outsourcingprojekts mit Verständnis für die Gruppendynamik bei Outsourcingnehmern und Outsourcinggebern sowie für die Schaffung von Akzeptanz der Veränderung 8. Dialog und Konfliktfähigkeit: Überwindung von unterschiedlichen Interessen der verschiedenen Teilprojekte um das gewünschte Endresultat des Gesamtprojektes sicherzustellen zum Beispiel bei Lösen von Konflikten hinsichtlich der Zeitpläne der Teilprojekte.

Modulinhalte:	Im Rahmen der Umsetzung durchlaufen die Studierenden alle wesentlichen Schritte des Outsourcing-Prozesses mit zahlreichen Praxisbezügen. Insbesondere die Planung des Change-Managements trainieren sie mit einem projektbasierten Ansatz, ähnlich den agilen Projektmanagement Methoden, am Beispiel eines Logistik-Outsourcing-Projekts in Gruppenarbeit im Rahmen eines Rollenspiels. 1. Strategische Analyse, Potentialanalyse sowie Chancen und Risiken 2. Konzept und Vertragsgestaltung (einschließlich der Brennpunkte) 3. Ausschreibung, Verhandlung und Preiskalkulation 4. Internes Outsourcing (Shared Service Center) 5. Einführung in die Übung "Projektmanagement für die Umsetzung von Outsourcing-Projekten" - Simulation eines Kick-off-Meetings zur Bestimmung von Ziel, Scope, Team und Timeline. - Statusmeeting zur Identifikation und Behebung von Engpässen. - Präsentation von Ergebnissen und Zeitmanagement. Die Studierenden sollen ihr Verständnis für Outsourcing-Konzepte im zukünftigen beruflichen Umfeld zielgerichtet nutzen sowie Outsourcing-Prozesse selbstständig unter Abschätzung der Chancen und Risiken und Auswahl des geeigneten Modells planen und mit Hilfe eines Projektmanagementmodells umsetzen können.
Lehr- und Lernmethoden:	- Präsenzlehre - Seminaristischer Unterricht - Supervision und Coaching durch den betreuenden Professor
Prüfungsformen:	- Klausur: 75 % (45 Minuten) - Präsentation: 25% Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	180 Stunden
Präsenzzeit:	- 44 Std. Vorlesung (4 SWS) - 16 Std. Übung - Gesamt: 60 Std.
Selbststudium:	- 120 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Zwingende Voraussetzungen:	Keine
Empfohlene Literatur:	Müller-Daupert, B. (Hrsg.) (2009). <i>Logistik-Outsourcing</i> (2. Aufl.). München: Vogel. Hollekamp, M. (2005). <i>Strategisches Outsourcing von Geschäftsprozessen</i>. München/Mering: Rainer Hampp Verlag. Pulverich, M., Schietinger, J. (Hrsg.) (2007). <i>Service Levels in der Logistik</i>. München: Vogel. Vater, H., Reinhard, H. (Hrsg.) (2012). <i>Praxishandbuch Kostensenkungspläne. Umsetzung, Erfolgsfaktoren, Best Practice</i>. Weinheim: Wiley-VCH Verlag. Weitere Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	
Besonderheiten:	Keine
Letzte Aktualisierung:	SS 2024

19.7 Nachhaltige urbane Logistik

Modulnummer:	S08.W05
Modulbezeichnung:	nachhaltige urbane Logistik (NUL)
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Michael Lorth
Dozierende:	Prof. Dr. Michael Lorth
Learning Outcome:	Nach aktiver Teilnahme an diesem Modul/Seminar können die Studierenden ▪ im Rahmen eines geeignet abgegrenzten realen oder simulierten Beratungs- oder ggf. auch Forschungsprojektes ▪ gemeinsam mit weiteren Mitgliedern eines Projektteams, ▪ zielgerichtet und eigenverantwortlich denkend und handelnd, ▪ kreative, innovative und nachhaltige Ansätze und Lösungen für eine sinnvolle Aus- und/oder Neugestaltung einer modernen, leistungsfähigen, stadtraumverträglichen und nachhaltigen urbanen Mobilitäts- und Logistikinfrastruktur vorschlagen oder selbst entwickeln und ▪ Möglichkeiten ihrer technischen und wirtschaftlichen Umsetzung aufzeigen, indem sie ▪ entlang eines klar strukturierten Problemlösungsprozesses und ▪ unter Anwendung geeigneter Instrumente und Methoden (Ziel-Mittel-Konstrukte) ▪ die anspruchsvolle und herausfordernde(n) Aufgabe(n) der nachhaltigeren (Neu-)Gestaltung der urbanen Mobilitäts- und Logistikinfrastruktur in ihrer Gesamtheit erfassen und strukturieren (Problemerkennung) und in gut handhabbare Unterfragestellungen und -aufgaben bzw. Teilprojekte herunterbrechen (Problem- bzw. Aufgabendekomposition), ▪ die jeweiligen Problem- bzw. Fragestellungen im Ganzen und/oder in Teilen umfassend im Hinblick auf mögliche Symptome, Ursachen, Wirkungen, Interdependenzen, Beeinflussungsmöglichkeiten, Restriktionen u.a.m. analysieren und einschätzen (Problemanalyse und umfassendes Problemverständnis), ▪ geeignete Möglichkeiten bzw. Alternativen zur Lösung der Aufgaben- bzw. Problemstellungen eruieren und vorschlagen oder, soweit solche (noch) nicht vorhanden sind, selbst entwickeln (Problemlösungssuche und/oder -entwicklung), ▪ diese Lösungsalternativen selbstständig und/oder zusammen mit allen relevanten Akteuren kriterienorientiert bewerten (Problemlösungsbewertung und Ermittlung der am besten geeigneten Lösung), ▪ ferner, soweit diese und/oder die nachfolgenden Aufgaben im Rahmen eines zeitlich und ressourcenmäßig eng begrenzten studentischen Projektes überhaupt geleistet und daher im Projektauftrag vorgesehen werden können, ein Konzept zur technischen und wirtschaftlichen Umsetzung der (Optimal-)Lösung erarbeiten (Entwicklung eines Umsetzungskonzepts), ▪ die relevanten Akteure bei der technischen und wirtschaftlichen Umsetzung der Lösung unterstützen bzw. Begleitung (Lösungsumsetzung), ▪ anschließend die (Projekt-)Ergebnisse evaluieren und ▪ nach erreichtem Projekterfolg das Beratungsprojekt abschließen,

	um ▪ als Mitglied eines physisch-analog vor Ort und/oder virtuell-digital zusammenarbeitenden Projektteams oder, ▪ nach entsprechendem Kompetenz- und Erfahrungsaufbau, als verantwortliche/-r Projektmanager/-in in leitender Funktion ▪ auf die Gestaltung einer nachhaltigen urbanen Mobilitäts- und Logistikinfrastruktur oder auf vergleichbar anspruchsvolle und komplexe Aufgaben gerichtete Beratungs- bzw. Forschungsprojekte durchführen bzw. leiten zu können und ▪ auf diese Weise die Städte und Kommunen bei der Erstellung und Umsetzung eines nachhaltigen urbanen Güterverkehrs- bzw. Logistikkonzeptes/-plans (SULP) zu unterstützen sowie ▪ insbesondere zur Entwicklung nachhaltigerer, lebenswerterer und klimaresilienterer Städte und Kommunen beizutragen.
Modulinhalte:	9. Die Gestaltung einer nachhaltigen urbanen Mobilitäts- und Logistikinfrastruktur als Gegenstand von (studentischen) Beratungs- oder Forschungsprojekten 10. Der Problemlösungszyklus als strukturelles und methodisch-instrumentelles Grundgerüst des Beratungsprojektes und -prozesses 10.1. Problemerkfassung/-definition 10.2. Problemanalyse: Erarbeitung eines umfassenden, tiefen Problemverständnisses 10.3. Lösungssuche und/oder -entwicklung 10.4. Lösungsbewertung und -auswahl 10.5. Entwicklung eines Umsetzungskonzeptes und Umsetzung 10.6. Erfolgskontrolle (Evaluation) 10.7. Ergebnisabhängig: Neustart oder Abschluss des Problemlösungsprozesses 11. Die einzelnen Phasen von Beratungsprojekten (Projektlebenszyklus) 11.1. Projektinitialisierung und -definition 11.2. Projektplanung und -strukturierung 11.3. Projektdurchführung und -steuerung 11.4. Projektabschluss 12. Durchführung eines konkreten Beratungs- oder Forschungsprojektes Hinweis: Die Modulinhalte sind teilweise oder vollständig in die Bearbeitung konkreter Projekte integriert (Prinzip des forschenden Lernens). Dementsprechend erwerben bzw. erschließen die Studierenden im Rahmen der Auseinandersetzung mit konkreten Projektaufträgen/-aufgaben zusätzlich zu den Kompetenzen, die allgemein für ein integriertes Projektmanagement von Beratungs- oder Forschungsprojekten benötigt werden, weitere fachspezifische Kenntnisse und Kompetenzen. Diese resultieren insbesondere aus der Befassung mit den folgenden Inhalten: ▪ Akteure in der urbanen Logistik und ihre Interessen, ▪ Stadtentwicklungs- und (regionale) Raumordnungsplanung, ▪ städtische/kommunale Bauleitplanung, ▪ städtische/kommunale Verkehrsplanung, ▪ Gestaltungsoptionen für nachhaltigere Mobilitäts- und Logistikinfrastrukturen in urbanen Räumen, ▪ nachhaltige Transporttechnologien und -lösungen (nicht nur) für urbane Räume, ▪ innovative, nachhaltige Liefer-/Abholkonzepte und Übergabelösungen für die letzte/erste Meile, ▪ nachhaltige Mobilitätskonzepte und -lösungen für urbanen Räume, ▪ u.a.m.
Lehr- und Lernmethoden:	Kombination aus projektbasierter Lehre (Konzeption und Durchführung von realen oder simulierten Beratungs- oder Forschungsprojekten auf dem Gebiet der nachhaltigen urbanen Logistik), analogen und digitalen (Selbst-)Lehr-/Lerninhalten, analoger und/oder virtuell-digitaler Zusammenarbeit in Teams und ergänzendem seminaristischem Unterricht mit Workshop-elementen sowie konsequenter Anwendung des Prinzips des forschenden Lernens sowie der problemorientierten Vorgehensweise (Problemlösungszyklus) nach Vorgabe einer komplexen, realitätsnahen und nur geringfügig vorstrukturierten Problemstellung

Prüfungsformen: Performanzprüfung gemäß § 22 Abs. 1 PO des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre B.Sc. i.V.m. § 22 Abs. 8 RPO

Die Performanzprüfung umfasst in diesem Modul neben der Entwicklung und Umsetzung einer systematischen und problemorientierten Vorgehensweise (Problemlösungszyklus) sowie eines klar strukturierten analogen und/oder digitalen Projekt- und Teammanagements unter anderem auch

- mündliche Prüfungselemente (aktive analoge und digitale Kommunikation, Koordination und Zusammenarbeit im Projektteam, Ad-hoc- sowie Abschlusspräsentation(en) von (Gruppen-)Arbeitsergebnissen, Abgabe von Statusberichten, ggf. in digitaler/multimedialer Form) und
- schriftliche Prüfungselemente (Analysen, Recherchen, Konzepte, Pläne, Visualisierungen, Arbeits- und Projektdokumentationen, Protokolle, Portfolio; Einreichung in digitaler Form).

Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.

Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	erfolgreiche Teilnahme an den Modulen „Grundlagen der BWL“, „Supply-Chain- und Operations-Management“ und „Consulting & Information Systems“
Empfohlene Literatur:	<u>Basisliteratur zu Beratungsprojekten und -prozessen:</u> Bamberger, I.; Wrona, T. (2012): Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen, Prozesse, Methoden, 6. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler. Chereau, P.; Meschi, P.-C. (2018): Strategic Consulting: Tools and methods for successful strategy missions, Cham: Palgrave Macmillan. Curuksu, J. D. (2018): Data Driven: An Introduction to Management Consulting in the 21st Century, Cham: Springer Nature. Doppler, K.; Lauterburg, C. (2019): Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten, 14. Auflage, Frankfurt: Campus. Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung, München: Vahlen. Lippitt, G.; Lippitt, R. (2015): Beratung als Prozess: Was Berater und ihre Kunden wissen sollten (Edition Rosenberger), 4. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler. Lippold, D. (2021): Die Unternehmensberatung: Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung, 4. Auflage, Berlin/Boston: de Gruyter. Timinger, H. (2024): Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg, 2. Auflage, Weinheim: Wiley-VCH. Wegmann, C.; Winklbauer, H. (2006): Projektmanagement für Unternehmensberatungen: Mit Beispielen aus dem Inhouse Consulting von Deutsche Post World Net, Wiesbaden: Gabler. Wickham, L.; Wilcock, J. (2020): Business and Management Consulting: Delivering an Effective Project, 6. Auflage, Harlow: Pearson. <u>Projektspezifische Literatur:</u> Zu Veranstaltungsbeginn wird eine umfangreiche projektthemenspezifische Quellsammlung (Fachpublikationen, Studien, Vortragsunterlagen etc.) zur urbanen Logistik über die Lernplattform ILIAS/ILU zugänglich gemacht.

 Verwendung des
Moduls in weiteren
Studiengängen:

Besonderheiten:

Das Lehren und Lernen in diesem Modul ist gekennzeichnet durch

- die Vorgabe einer praxisorientierten Problemstellung mit hoher Komplexität und geringer Vorstrukturierung,
- systematisches Einüben und Einhalten des Problemlösungszyklus,
- selbständiges und gemeinsames Arbeiten in physisch-analog vor Ort bzw. virtuell-digital zusammenarbeitenden Teams,
- Anwesenheit, Ansprechbarkeit und Mitwirkung des/-r Lehrenden während der gesamten analogen und digitalen Präsenzzeit (Vorlesungs-/Seminarzeit),
- Selbstmanagement und analoges/digitales Projektmanagement in (gruppen)eigener Angelegenheit und Zuständigkeit,
- analoge und/oder digitale Werkstattgespräche mit Zwischenpräsentation des aktuellen Bearbeitungsstandes und Diskussion des Vorgehens und der bisher erzielten Arbeitsergebnisse unter Beteiligung aller Gruppen,
- Formulierung/Abgabe mündlicher Status(zwischen)berichte für interne und/oder externe Adressaten zu Beginn von Lehrveranstaltungen,
- analoge und/oder digitale Zwischenpräsentationen nach dem Erreichen bestimmter Meilensteine sowie
- analoge und/oder digitale Abschlusspräsentationen (Ausgangsfragestellung, gewählte Vorgehensweise, erzielte Arbeitsergebnisse) zum Semesterende u.a.m.

Die Lern- und Arbeitsprozesse und ihre Ergebnisse sind darüber hinaus von den Studierenden semesterbegleitend anhand von Aufzeichnungen jeglicher Art und Form, (Foto-)Protokollen und Ergebnisdarstellungen und Präsentationen hinreichend zu dokumentieren. Weiterhin müssen Rechercheergebnisse und weitere Materialien geeignet aufbereitet und zusammen mit den Dokumentationen zu digitalen Portfolios (Ordern mit Dokumenten) zusammengefasst und zu vorgegeben Terminen eingereicht werden.

Funktion und Wirkung des Lehr- und Lernkonzeptes und die von den Studierenden wahrgenommenen Lernfortschritte werden zusätzlich durch Auswertung der von jeder/m Studierenden jeweils zur Semestermitte und zum Semesterende zu verfassenden Selbstreflexionen überprüft.

Die Bewertung der Prüfungsleistungen richtet sich nach dem Ausmaß des Erfüllens spezifischer kompetenzorientierter Leistungsstandards (Anforderungen), die auf der Grundlage der Niveau- und Prozessstufen-Matrix nach Anderson/ Krathwohl (2001) festgelegt werden.

Bitte beachten:

Sowohl die projektbasierte Lehrkonzeption als auch die vollständig gestreckte Prüfungsform (Performanzprüfung) erfordern die – bis auf begründete Ausnahmen – durchgängige Teilnahme/Anwesenheit sowie die aktive Mitarbeit und Mitwirkung sowohl in den Lehrveranstaltungen als auch in den Projektteamsitzungen und -terminen (vor Ort und/oder digital).

 Letzte Aktualisierung: 30.07.2024

20 Nachhaltige Unternehmenssteuerung

20.1 Nachhaltige Entwicklung (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S09.01
Modulbezeichnung:	Nachhaltige Entwicklung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	5. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Ursula Binder
Dozierende:	Prof. Dr. Katharina Eckartz Prof. Dr. Ursula Binder
Learning Outcome:	Die Studierenden verstehen das Konzept der Nachhaltigkeit sowie dessen Bedeutung und Anwendungen in der Volkswirtschaft, indem sie die ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimensionen der Nachhaltigkeit analysieren, um fundierte Entscheidungen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung zu treffen und ihre Urteilsfähigkeit und Missionsorientierung zu stärken. Sie erkennen die Herausforderungen der Ungleichheit von Einkommens- und Vermögensverteilungen und Armut, indem sie wirtschaftliche Theorien und empirische Daten untersuchen, um Strategien zur Reduzierung sozialer Ungleichheit zu entwickeln. Sie erfassen dabei auch die Zusammenhänge zwischen Lebensqualität, Einkommen und Wohlstand, indem sie Indikatoren und Messmethoden vergleichen, um die Effektivität von Wohlstandsindikatoren zu bewerten und ihre Reflexionskompetenz zu stärken. Sie lernen die externen Effekte der Produktion kennen, indem sie Beispiele für positive und negative externe Effekte analysieren, um geeignete wirtschaftspolitische Instrumente zur Internalisierung dieser Effekte zu entwickeln und ihre Innovationskompetenz und Veränderungskompetenz zu stärken. Sie lernen die Methoden der umweltökonomischen Gesamtrechnung kennen, indem sie die Integration von Umweltaspekten in volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen studieren, um umfassende ökologische und ökonomische Analysen durchzuführen und ihre Innovationskompetenz und Veränderungskompetenz zu stärken. Die Studierenden erkennen die Auswirkungen von Schadstoffen und Klimawandel auf die Gesundheit, indem sie wissenschaftliche Studien und Daten über Schadstoffe und Klimafolgen recherchieren, um Maßnahmen zum Klimaschutz und zur Anpassung an den Klimawandel vorzuschlagen und ihr eigenes Verhalten in diesem Zusammenhang zu reflektieren. Sie verstehen dabei den Klimaschutz als globales öffentliches Gut, indem sie internationale Kooperationen und Abkommen analysieren, um Strategien für globalen Klimaschutz zu verstehen und zu entwickeln. Die Studierenden evaluieren verschiedene umweltpolitische Instrumente, indem sie die Effektivität von Steuern, Handelssystemen und Regulierungen analysieren, um effiziente und effektive Umweltpolitiken zu entwickeln und ihre Urteilsfähigkeit und Missionsorientierung zu stärken. Sie verstehen die Prinzipien nachhaltiger Finanzpolitik, indem sie fiskalische Maßnahmen und deren nachhaltige Auswirkungen untersuchen, um Budgetierungsstrategien zu entwickeln, die langfristige Nachhaltigkeit fördern und ihre Innovationskompetenz und Veränderungskompetenz zu stärken. Sie analysieren die Nachhaltigkeitsaspekte des internationalen Handels, indem sie Handelsabkommen und deren ökologische und soziale Implikationen bewerten, um politische Maßnahmen für fairen und nachhaltigen Handel zu empfehlen und ihre Urteilsfähigkeit und Missionsorientierung zu stärken.

	Die Studierenden lernen alternative ökonomische Konzepte wie die Postwachstumsökonomie und Gemeinwohlökonomie kennen und deren Umsetzungsmöglichkeiten verstehen, indem sie die theoretischen Grundlagen und praktischen Anwendungen dieser Konzepte analysieren, um innovative Ansätze für eine nachhaltige Wirtschaft zu fördern und ihre Innovationskompetenz und Veränderungskompetenz zu stärken.
Modulinhalte:	(es erfolgt jeweils eine aktuelle Auswahl): Konzept der Nachhaltigkeit, Einkommensverteilung und Armut, Bedingungsloses Grundeinkommen, Nachhaltiger Konsum, Lebensqualität, Einkommen und Wohlstand, Soziale Gerechtigkeit, Externe Effekte der Produktion, Schadstoffe/Gesundheitsfolgen/Klimawandel, Arbeitsbedingungen und Löhne, Umweltökonomische Gesamtrechnung, Umweltpolitische Instrumente, Nachhaltige Finanzpolitik, Internationaler Handel, Klimaschutz als globales öffentliches Gut, Menschliche Entwicklung, Nachhaltigkeits-Indikatoren (Better Life Index etc.), Neue ökonomische Konzepte (z.B. Gemeinwohlökonomie, Postwachstumsökonomie)
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsformen:	Portfolio-Prüfung Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Clement, R., Kiy, M. & Terlau, W. (2023). <i>Angewandte Makroökonomie: Makroökonomie, Wirtschaftspolitik und nachhaltige Entwicklung</i> (6. Auflage). München: Vahlen. Clement, R., Kiy, M. & Terlau, W. (2014). <i>Nachhaltigkeitsökonomie: Grundlagen und Fallbeispiele zur ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension der Nachhaltigkeit</i> . Stuttgart: Berliner Wiss.-Verlag. Kiy, M. (2023). <i>Klimawandel: Ursachen, Folgen und Lösungsansätze</i> . Kiy, M. (2023). <i>Abfallwirtschaft: nationale und internationale Problemfelder</i> . Binder, U. (2013). <i>Nachhaltige Unternehmensführung</i> . Stuttgart: Haufe.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	Exkursion zu :metabolon
Letzte Aktualisierung:	Oktober 2024

20.2 Nachhaltigkeitsberichterstattung (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S09.02
Modulbezeichnung:	Nachhaltigkeitsberichterstattung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Ute Bonenkamp-Menge
Dozierende:	Prof. Dr. Ute Bonenkamp-Menge
Learning Outcome:	WAS? - Die Studierenden können insbesondere zielorientierte Entscheidungen im Rahmen der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts auf Grundlage von Anforderungen, Prozessen und Problemstellungen treffen sowie die Vollständigkeit der dargestellten Daten beurteilen. - Sie können darüber hinaus die globalen und unternehmensspezifischen Aspekte der Nachhaltigkeit sowie die Relevanz der 17 Sustainable Development Goals (SDGs) für globale und lokale Nachhaltigkeitsinitiativen analysieren, die Aspekte ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext beurteilen und die Methoden und Werkzeuge zur Messung von Nachhaltigkeit auswählen. WOMIT? Indem die Studierenden - die zu berichtenden Nachhaltigkeitsdaten und deren Ableitung analysieren (analytisches Denken), - die dafür relevanten (gesetzlichen) Vorschriften nach dem GRI-Standard, dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) mit den European Sustainability Reporting Standards (ESRS), dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)/CSDDD, den Öko-Zertifizierungen, Börsen-Indizes, dem CDP Global, der Gemeinwohl-Ökonomie-Bilanz (GWÖ) und der EU-Taxonomie bestimmen und anwenden (Entscheidungs- und Problemlösungskompetenz), - die Auswirkungen der Wesentlichkeit auf den Nachhaltigkeitsbericht überprüfen (kritisches Denken und Urteilskompetenz), - Regeländerungen analysieren und zu deren Wirkungen Stellung nehmen (Veränderungskompetenz), - Fallstudien und praktische Beispiele zur Diagnose und Optimierung vorhandener Nachhaltigkeitsmaßnahmen in Unternehmen nutzen. WOZU? Um später - im Unternehmen den Nachhaltigkeitsbericht als Teil des handelsrechtlichen Lageberichts zur erstellen und zielorientiert zu gestalten sowie die Anforderungen an die Erfassung der Daten festzulegen und in den Unternehmensalltag zu integrieren, - die Nachhaltigkeitsleistung eines Unternehmens zu bewerten, die Auswirkung auf Entscheidungen von Investoren einzuschätzen und fundierte Entscheidungen zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens zu treffen, - zur Erreichung ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeitsziele Nachhaltigkeitsstrategien in Unternehmen zu entwickeln, umzusetzen und zu evaluieren.

Modulinhalte:	• Nachhaltigkeit global: 17 SDGs • Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext ◦ Drei Säulen: Ökologie, Ökonomie, Soziales (bzw. ESG) ◦ Nachhaltigkeit nach Funktionsbereichen • Messung von Nachhaltigkeit ◦ (Öko-)Zertifizierungen, Börsen-Indizes, CDP Global, GWÖ-Bilanz ◦ EU-Taxonomie • Nachhaltigkeitsberichterstattung ◦ GRI-Standard, DNK ◦ Insbesondere CSRD mit ESRS ◦ LkSG/CSDDD
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Empfohlene Prüfungsformen:	Klausur: 100 %, Dauer: 45 min Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS, 180 Stunden
Präsenzzeit:	4 SWS (4 Vorlesungs-Stunden à 45 Minuten $\pm$ 45 Zeit-Stunden)
Selbststudium:	135 Stunden
Empfohlene Voraussetzungen:	-
Empfohlene Literatur:	Binder, U. (2013). <i>Nachhaltige Unternehmensführung</i> . Stuttgart: Haufe Binder, U. (2024). <i>Nachhaltigkeitsberichterstattung in mittelständischen Unternehmen</i> . Stuttgart: Haufe.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	Oktober 2024

20.3 Wirtschaftspolitik und Unternehmensverantwortung

Modulnummer:	S09.W01
Modulbezeichnung:	Wirtschaftspolitik und Unternehmensverantwortung
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Einmal im Studienjahr (WS)
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Dominik Enste
Dozierende:	Prof. Dr. Katharina Eckartz
Learning Outcome:	WAS? Die Studierenden werden nach dem erfolgreichen Abschluss der Veranstaltung in der Lage sein: ▪ auf der Basis notwendiger Kenntnisse der Theorie der Wirtschaftspolitik konkrete wirtschaftspolitische Ziele, Aufgaben und Instrumente sowie mögliche Zielkonflikte zu beschreiben, kritisch zu reflektieren und zu bewerten und ▪ Grundbegriffe der Unternehmens- und Wirtschaftsethik zu erläutern und in Zusammenhang zueinander zu setzen, ▪ und die für die unternehmensethischen Fragestellungen relevanten Grundtatbestände des gesellschaftlichen Wirtschaftens, insbesondere die Bedeutung der Unternehmen und des marktwirtschaftlichen Koordinierungsmechanismus, zu erläutern und einer wirtschaftspolitischen und moralischen Bewertung zu unterziehen. WOMIT? Indem die Studierenden ▪ Wirtschafts- und ordnungspolitische Zusammenhänge analysieren (analytisches Denken). ▪ die Bedeutung verschiedener Arten von Nachhaltigkeit verstehen und mithilfe z.B. einer CSR-Formel eigenständig Empfehlungen für Politik und Gesellschaft ableiten (Problemlösungs- und Argumentationskompetenz sowie Gestaltungskompetenz). ▪ Kooperation, Vertrauen und Nachhaltigkeit als integrale Bestandteile eines funktionsfähigen marktwirtschaftlichen Systems erkennen und ihre Bedeutung für die Lösung unternehmens-ethischer Fragestellungen erläutern (Veränderungs- und Argumentationskompetenz) ▪ in Zeiten des gesellschaftlichen Wandels (z.B. durch Digitalisierung, KI und Migration) lernen, Dilemmata zu erkennen, strukturierte, faktenbasierte Analysen durchzuführen und anhand von Fallbeispielen Lösungen zu entwickeln (Problemlösungskompetenz). ▪ die Bedeutung einer eigenständigen Unternehmensethik sowie den Umfang und die Grenzen der Unternehmensverantwortung zu erkennen und kritisch zu diskutieren (Fach- und Argumentationskompetenz), WOZU? Auf dieser Basis können die Studierenden später (im Berufsleben; als Bürger/ Bürgerin) ▪ Unternehmens- und wirtschaftsethische Fragestellungen identifizieren, analysieren und strukturieren sowie unternehmensethische Instrumente zur Problemlösung aktiv anwenden (Gestaltungskompetenz), ▪ die Ideen des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung in einen größeren Zusammenhang setzen und Zielsetzungen der Umweltpolitik mit anderen Politikfeldern wie z.B. Sozial- und Wirtschaftspolitik verbinden (Argumentations- und Veränderungskompetenz). ▪ die erlernten Instrumente als Mitarbeiter oder Mitarbeiterin oder Führungskraft im Unternehmenskontext praktisch umzusetzen und so Wirtschaftsskandale und Reputationsverlust vermeiden helfen.
Modulinhalte:	▪ Theorien der Wirtschafts- und Ordnungspolitik

	▪ Aktuelle wirtschaftspolitische Herausforderungen (Demographischer Wandel, Dekarbonisierung, De-Globalisierung, Digitalisierung) und deren Wirkung auf Unternehmen/ Branchen ▪ Unternehmensethik und Unternehmensverantwortung/ Ethik-Management ▪ Nachhaltigkeit auf Unternehmensebene ▪ CSR-Konzepte und CSR-Management in der Praxis insbesondere in der Wertschöpfungskette ▪ Mitverantwortung der Unternehmen für gesellschaftliche Entwicklungen/ Transformation/ Digitalisierung
Lehr- und Lernmethoden:	Im seminaristischen Unterricht werden wirtschaftspolitische und unternehmensethische Fragestellungen theoretisch und empirisch behandelt. Das Studium der wirtschaftspolitischen und unternehmensethischen Themen und insbesondere der vielfältigen Aspekte des CSR wird durch Fallstudien und „class room experiments“ vertieft und durch Kontrollfragen und Problemlösungsaufgaben begleitet.
Empfohlene Prüfungsformen:	100 % Klausur
	Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	vorheriger Besuch der Module Mikroökonomik und Makroökonomik, Grundlagen der BWL
Empfohlene Literatur:	Conrad, C. A. (2020). Wirtschaftspolitik – eine praxisorientierte Einführung (2. Auflage). Wiesbaden: Springer. Klump, R. (2021). Wirtschaftspolitik – Instrumente, Ziele und Institutionen (4. Auflage). München: Pearson. Gogoll, F. & Wenke, M. (2024). Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (2. Auflage). Stuttgart: Kohlhammer. Weitere Literaturhinweise und Lehrmaterialien im ILU-Portal.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	-
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	WS 2024/25

20.4 Nachhaltige urbane Logistik

Modulnummer:	S09.W02
Modulbezeichnung:	nachhaltige urbane Logistik (NUL)
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Zweimal im Studienjahr
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Michael Lorth
Dozierende:	Prof. Dr. Michael Lorth
Learning Outcome:	Nach aktiver Teilnahme an diesem Modul/Seminar können die Studierenden ▪ im Rahmen eines geeignet abgegrenzten realen oder simulierten Beratungs- oder ggf. auch Forschungsprojektes ▪ gemeinsam mit weiteren Mitgliedern eines Projektteams, ▪ zielgerichtet und eigenverantwortlich denkend und handelnd, ▪ kreative, innovative und nachhaltige Ansätze und Lösungen für eine sinnvolle Aus- und/oder Neugestaltung einer modernen, leistungsfähigen, stadtraumverträglichen und nachhaltigen urbanen Mobilitäts- und Logistikinfrastruktur vorschlagen oder selbst entwickeln und ▪ Möglichkeiten ihrer technischen und wirtschaftlichen Umsetzung aufzeigen, indem sie ▪ entlang eines klar strukturierten Problemlösungsprozesses und ▪ unter Anwendung geeigneter Instrumente und Methoden (Ziel-Mittel-Konstrukte) ▪ die anspruchsvolle und herausfordernde(n) Aufgabe(n) der nachhaltigeren (Neu-)Gestaltung der urbanen Mobilitäts- und Logistikinfrastruktur in ihrer Gesamtheit erfassen und strukturieren (Problemerkennung) und in gut handhabbare Unterfragestellungen und -aufgaben bzw. Teilprojekte herunterbrechen (Problem- bzw. Aufgabendekomposition), ▪ die jeweiligen Problem- bzw. Fragestellungen im Ganzen und/oder in Teilen umfassend im Hinblick auf mögliche Symptome, Ursachen, Wirkungen, Interdependenzen, Beeinflussungsmöglichkeiten, Restriktionen u.a.m. analysieren und einschätzen (Problemanalyse und umfassendes Problemverständnis), ▪ geeignete Möglichkeiten bzw. Alternativen zur Lösung der Aufgaben- bzw. Problemstellungen eruieren und vorschlagen oder, soweit solche (noch) nicht vorhanden sind, selbst entwickeln (Problemlösungssuche und/oder -entwicklung), ▪ diese Lösungsalternativen selbstständig und/oder zusammen mit allen relevanten Akteuren kriterienorientiert bewerten (Problemlösungsbewertung und Ermittlung der am besten geeigneten Lösung), ▪ ferner, soweit diese und/oder die nachfolgenden Aufgaben im Rahmen eines zeitlich und ressourcenmäßig eng begrenzten studentischen Projektes überhaupt geleistet und daher im Projektauftrag vorgesehen werden können, ein Konzept zur technischen und wirtschaftlichen Umsetzung der (Optimal-)Lösung erarbeiten (Entwicklung eines Umsetzungskonzepts), ▪ die relevanten Akteure bei der technischen und wirtschaftlichen Umsetzung der Lösung unterstützen bzw. Begleitung (Lösungsumsetzung), ▪ anschließend die (Projekt-)Ergebnisse evaluieren und ▪ nach erreichtem Projekterfolg das Beratungsprojekt abschließen,

	um ▪ als Mitglied eines physisch-analog vor Ort und/oder virtuell-digital zusammenarbeitenden Projektteams oder, ▪ nach entsprechendem Kompetenz- und Erfahrungsaufbau, als verantwortliche/-r Projektmanager/-in in leitender Funktion ▪ auf die Gestaltung einer nachhaltigen urbanen Mobilitäts- und Logistikinfrastruktur oder auf vergleichbar anspruchsvolle und komplexe Aufgaben gerichtete Beratungs- bzw. Forschungsprojekte durchführen bzw. leiten zu können und ▪ auf diese Weise die Städte und Kommunen bei der Erstellung und Umsetzung eines nachhaltigen urbanen Güterverkehrs- bzw. Logistikkonzeptes/-plans (SULP) zu unterstützen sowie ▪ insbesondere zur Entwicklung nachhaltigerer, lebenswerterer und klimaresilienterer Städte und Kommunen beizutragen.
Modulinhalte:	13. Die Gestaltung einer nachhaltigen urbanen Mobilitäts- und Logistikinfrastruktur als Gegenstand von (studentischen) Beratungs- oder Forschungsprojekten 14. Der Problemlösungszyklus als strukturelles und methodisch-instrumentelles Grundgerüst des Beratungsprojektes und -prozesses 14.1. Problemerkfassung/-definition 14.2. Problemanalyse: Erarbeitung eines umfassenden, tiefen Problemverständnisses 14.3. Lösungssuche und/oder -entwicklung 14.4. Lösungsbewertung und -auswahl 14.5. Entwicklung eines Umsetzungskonzeptes und Umsetzung 14.6. Erfolgskontrolle (Evaluation) 14.7. Ergebnisabhängig: Neustart oder Abschluss des Problemlösungsprozesses 15. Die einzelnen Phasen von Beratungsprojekten (Projektlebenszyklus) 15.1. Projektinitialisierung und -definition 15.2. Projektplanung und -strukturierung 15.3. Projektdurchführung und -steuerung 15.4. Projektabschluss 16. Durchführung eines konkreten Beratungs- oder Forschungsprojektes Hinweis: Die Modulinhalte sind teilweise oder vollständig in die Bearbeitung konkreter Projekte integriert (Prinzip des forschenden Lernens). Dementsprechend erwerben bzw. erschließen die Studierenden im Rahmen der Auseinandersetzung mit konkreten Projektaufträgen/-aufgaben zusätzlich zu den Kompetenzen, die allgemein für ein integriertes Projektmanagement von Beratungs- oder Forschungsprojekten benötigt werden, weitere fachspezifische Kenntnisse und Kompetenzen. Diese resultieren insbesondere aus der Befassung mit den folgenden Inhalten: ▪ Akteure in der urbanen Logistik und ihre Interessen, ▪ Stadtentwicklungs- und (regionale) Raumordnungsplanung, ▪ städtische/kommunale Bauleitplanung, ▪ städtische/kommunale Verkehrsplanung, ▪ Gestaltungsoptionen für nachhaltigere Mobilitäts- und Logistikinfrastrukturen in urbanen Räumen, ▪ nachhaltige Transporttechnologien und -lösungen (nicht nur) für urbane Räume , ▪ innovative, nachhaltige Liefer-/Abholkonzepte und Übergabelösungen für die letzte/erste Meile, ▪ nachhaltige Mobilitätskonzepte und -lösungen für urbanen Räume, ▪ u.a.m.
Lehr- und Lernmethoden:	Kombination aus projektbasierter Lehre (Konzeption und Durchführung von realen oder simulierten Beratungs- oder Forschungsprojekten auf dem Gebiet der nachhaltigen urbanen Logistik), analogen und digitalen (Selbst-)Lehr-/Lerninhalten, analoger und/oder virtuell-digitaler Zusammenarbeit in Teams und ergänzendem seminaristischem Unterricht mit Workshop-elementen sowie konsequenter Anwendung des Prinzips des forschenden Lernens sowie der problemorientierten Vorgehensweise (Problemlösungszyklus) nach Vorgabe einer komplexen, realitätsnahen und nur geringfügig vorstrukturierten Problemstellung

Prüfungsformen: Performanzprüfung gemäß § 22 Abs. 1 PO des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre B.Sc. i.V.m. § 22 Abs. 8 RPO

Die Performanzprüfung umfasst in diesem Modul neben der Entwicklung und Umsetzung einer systematischen und problemorientierten Vorgehensweise (Problemlösungszyklus) sowie eines klar strukturierten analogen und/oder digitalen Projekt- und Teammanagements unter anderem auch

- mündliche Prüfungselemente (aktive analoge und digitale Kommunikation, Koordination und Zusammenarbeit im Projektteam, Ad-hoc- sowie Abschlusspräsentation(en) von (Gruppen-)Arbeitsergebnissen, Abgabe von Statusberichten, ggf. in digitaler/multimedialer Form) und
- schriftliche Prüfungselemente (Analysen, Recherchen, Konzepte, Pläne, Visualisierungen, Arbeits- und Projektdokumentationen, Protokolle, Portfolio; Einreichung in digitaler Form).

Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.

Workload (25 bis 30 $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	erfolgreiche Teilnahme an den Modulen „Grundlagen der BWL“, „Supply-Chain- und Operations-Management“ und „Consulting & Information Systems“
Empfohlene Literatur:	<u>Basisliteratur zu Beratungsprojekten und -prozessen:</u> Bamberger, I.; Wrona, T. (2012): Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen, Prozesse, Methoden, 6. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler. Chereau, P.; Meschi, P.-C. (2018): Strategic Consulting: Tools and methods for successful strategy missions, Cham: Palgrave Macmillan. Curuksu, J. D. (2018): Data Driven: An Introduction to Management Consulting in the 21st Century, Cham: Springer Nature. Doppler, K.; Lauterburg, C. (2019): Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten, 14. Auflage, Frankfurt: Campus. Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung, München: Vahlen. Lippitt, G.; Lippitt, R. (2015): Beratung als Prozess: Was Berater und ihre Kunden wissen sollten (Edition Rosenberger), 4. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler. Lippold, D. (2021): Die Unternehmensberatung: Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung, 4. Auflage, Berlin/Boston: de Gruyter. Timinger, H. (2024): Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg, 2. Auflage, Weinheim: Wiley-VCH. Wegmann, C.; Winklbauer, H. (2006): Projektmanagement für Unternehmensberatungen: Mit Beispielen aus dem Inhouse Consulting von Deutsche Post World Net, Wiesbaden: Gabler. Wickham, L.; Wilcock, J. (2020): Business and Management Consulting: Delivering an Effective Project, 6. Auflage, Harlow: Pearson. <u>Projektspezifische Literatur:</u> Zu Veranstaltungsbeginn wird eine umfangreiche projektthemenspezifische Quellsammlung (Fachpublikationen, Studien, Vortragsunterlagen etc.) zur urbanen Logistik über die Lernplattform ILIAS/ILU zugänglich gemacht.

 Verwendung des
Moduls in weiteren
Studiengängen:

Besonderheiten:

Das Lehren und Lernen in diesem Modul ist gekennzeichnet durch

- die Vorgabe einer praxisorientierten Problemstellung mit hoher Komplexität und geringer Vorstrukturierung,
- systematisches Einüben und Einhalten des Problemlösungszyklus,
- selbständiges und gemeinsames Arbeiten in physisch-analog vor Ort bzw. virtuell-digital zusammenarbeitenden Teams,
- Anwesenheit, Ansprechbarkeit und Mitwirkung des/-r Lehrenden während der gesamten analogen und digitalen Präsenzzeit (Vorlesungs-/Seminarzeit),
- Selbstmanagement und analoges/digitales Projektmanagement in (gruppen)eigener Angelegenheit und Zuständigkeit,
- analoge und/oder digitale Werkstattgespräche mit Zwischenpräsentation des aktuellen Bearbeitungsstandes und Diskussion des Vorgehens und der bisher erzielten Arbeitsergebnisse unter Beteiligung aller Gruppen,
- Formulierung/Abgabe mündlicher Status(zwischen)berichte für interne und/oder externe Adressaten zu Beginn von Lehrveranstaltungen,
- analoge und/oder digitale Zwischenpräsentationen nach dem Erreichen bestimmter Meilensteine sowie
- analoge und/oder digitale Abschlusspräsentationen (Ausgangsfragestellung, gewählte Vorgehensweise, erzielte Arbeitsergebnisse) zum Semesterende u.a.m.

Die Lern- und Arbeitsprozesse und ihre Ergebnisse sind darüber hinaus von den Studierenden semesterbegleitend anhand von Aufzeichnungen jeglicher Art und Form, (Foto-)Protokollen und Ergebnisdarstellungen und Präsentationen hinreichend zu dokumentieren. Weiterhin müssen Rechercheergebnisse und weitere Materialien geeignet aufbereitet und zusammen mit den Dokumentationen zu digitalen Portfolios (Ordern mit Dokumenten) zusammengefasst und zu vorgegeben Terminen eingereicht werden.

Funktion und Wirkung des Lehr- und Lernkonzeptes und die von den Studierenden wahrgenommenen Lernfortschritte werden zusätzlich durch Auswertung der von jeder/m Studierenden jeweils zur Semestermitte und zum Semesterende zu verfassenden Selbstreflexionen überprüft.

Die Bewertung der Prüfungsleistungen richtet sich nach dem Ausmaß des Erfüllens spezifischer kompetenzorientierter Leistungsstandards (Anforderungen), die auf der Grundlage der Niveau- und Prozessstufen-Matrix nach Anderson/ Krathwohl (2001) festgelegt werden.

Bitte beachten:

Sowohl die projektbasierte Lehrkonzeption als auch die vollständig gestreckte Prüfungsform (Performanzprüfung) erfordern die – bis auf begründete Ausnahmen – durchgängige Teilnahme/Anwesenheit sowie die aktive Mitarbeit und Mitwirkung sowohl in den Lehrveranstaltungen als auch in den Projektteamsitzungen und -terminen (vor Ort und/oder digital).

 Letzte Aktualisierung: 30.07.2024

20.5 Services Marketing & Sustainability

Modulnummer:	S09.W03
Modulbezeichnung:	Services Marketing & Sustainability
Art des Moduls:	Elective
ECTS credits:	6
Sprache:	Englisch
Dauer:	Ein Semester
Empfohlenes Studiensemester:	6. Semester
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Zelal Ates
Dozierende:	Prof. Dr. Zelal Ates
Learning Outcome:	In accordance with the specific learning objectives of this bachelor programme, at the end of this course, students will be able to develop <i>creative, innovative and sustainable</i> marketing strategies intended to contribute to a <i>transformation</i> to a more <i>sustainable</i> society by - describing the ambivalent relationship between <i>sustainability</i> and marketing - exploring and critically reflecting socio-ecological problems in case studies - conducting <i>data collection</i> and <i>data-based analyses</i> on barriers and drivers of <i>sustainable consumption</i> for a selected industry in small teams - effectively applying the fundamentals of services marketing and management for a selected industry in small teams - comparing different <i>sustainable</i> marketing concepts for a selected industry in small teams - fostering <i>dialogue</i> and applying <i>agile</i> working methods in small teams in order to - enhance students' <i>global citizenship mindset</i>, - empower students to act both <i>entrepreneurially</i> as well as <i>responsibly</i>, - raise students' <i>resilience</i> in facing challenges, - increase students' <i>scientific competence, problem-solving skills, judgement skills, decision-making competence and consequently their employability</i> to take on responsible positions.
Modulinhalte:	This course is intended for students who wish to complement their theoretical and practical knowledge in marketing and to stimulate their critical thinking skills concerning services marketing, marketing ethics and sustainability issues. Whether it is the socio- environmental impact of reverse logistics and last-mile delivery in e-commerce or of urban mobility, sustainability issues are the biggest challenges facing business and society. In this course, students will recognize how the increasing importance of product use and access over ownership creates a framework for more efficient and environmentally friendly resource utilization such as new mobility and sharing services on the one hand and moves the focus from the exchange of products to that of services on the other hand. The course shows how the complexities of sustainability issues can be integrated into services marketing and management using examples of real business cases and students performing their own group projects. The following topics are addressed in this course: 15. Understanding Sustainability and Marketing 16. Socio-Ecological Problems 17. Sustainable Consumer Behaviour 18. Demarketing for Sustainability 19. Service Economy: from Products to Services 20. Sharing Economy, Access-based Consumption and Collaborative Consumption 21. Principles of Services Marketing i. Service Quality and Servqual-Model ii. Services Marketing Mix 10. Artificial Intelligence, Robotics and the Future of Services - Inclusion, Equality and Well-being of Service Employees

Lehr- und Lernmethoden:	Seminar-like lecture including class discussions, case studies and group projects. This course is taught in English, however, students are free to participate in German.
Prüfungsformen:	The assessment for this course consists of an individual written exam and a team-based pitch presentation in the frame of a student group project. Acting as marketing consultants for a new sustainable venture in a specific industry, students will develop and deliver a comprehensive marketing strategy. This pitch has to reflect and incorporate key concepts covered throughout the course. Written exam: single-choice questions test ("Schriftliche Prüfung im Antwortauswahlverfahren", 60%) Group project: pitch presentation („mündlicher Beitrag“, 40%) and self-reflection paper (submission only, no grade) Dieses Modul hat eine Gewichtung von 3,37 Prozent im Verhältnis zur Gesamtnote.
Workload (25 bis 30 ± 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	60 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten)
Selbststudium:	135 Stunden unabhängige Studienzeit
Empfohlene Voraussetzungen:	Marketing
Empfohlene Literatur:	Belz, F.M., Peattie, K. (2012): Sustainability Marketing: A Global Perspective, 2 nd ed., Chichester: Wiley. Bhattacharyya, Jishnu, Manoj Kumar Dash, Chandana Hewege, M. S. Balaji und Weng Marc Lim, 2022. Social and sustainability marketing: a casebook for reaching your socially responsible consumers through marketing science. 1 st ed., Boca Raton, FL: Routledge, Taylor & Francis Group. Bruhn, Manfred und Karsten Hadwich, 2024. Sustainable Service Management: Band 1: Nachhaltigkeit aus Sicht von Kunden und Mitarbeitern. 1st ed., 2024. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Grönroos, C. (2013): Service Management and Marketing: customer management in service competition, 3rd ed., Wiley. Lovelock, C. and Wirtz, J. (2021): Services Marketing: people, technology, strategy, 9 th ed., World Scientific Publishing. Peterson, Mark, 2021. Sustainable marketing: a holistic approach. 2 nd edition. Los Angeles: Sage Meffert, Heribert, Peter Kenning und Manfred Kirchgeorg, 2014. Sustainable Marketing Management: Grundlagen und Cases. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Zeithaml, V. A./Bitner, M. J./Gremler, D./Mende, M. (2023): Services Marketing, 8 th ed., Mc Graw Hill.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	Betriebswirtschaftslehre
Besonderheiten:	-
Letzte Aktualisierung:	05.11.2024

International Business

20.6 Cross-Cultural Competence (Pflichtmodul)

Module Code:	S10.01
Module Title:	Cross-Cultural Competence
Type of Module:	Compulsory
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	5th semester
Frequency:	Every winter semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Michael Volkmann
Lecturers:	n.n.
Learning Outcome:	Students are able to analyze the strengths and weaknesses of different approaches to cultural responses (WHAT?). They do this through evaluating different cultural contexts, achieved through lectures, individual and group exercises, and case studies that explore cultural diversity, social cognition, and intercultural communication (BY MEANS OF). This will enable students to effectively navigate international business environments, manage multicultural teams, and adapt leadership and motivation strategies to diverse cultural contexts (WHAT FOR?).
Module Content:	The course mainly covers the following aspects: • Environment of international business • Cultural context of international business • Approaches to cultural diversity • Basics of social cognition to the context of cross-cultural interaction • Influence of culture on work relationships • Cross-cultural communication • Motivation and leadership across cultures • Multicultural work groups and teams • International business assignments
Teaching and Learning Methods:	In this course, teaching approaches include: • Lectures • Individual and group exercises and cases • Action-learning • Research, self-study and consulting assignments on students' role/organisations • Writing and presenting ideas to the class, based on cases and own insights Activities are composed to encourage self-assessment and reflection. Students are challenged to discover their own behaviors, attitudes, stereotypes and judgements, and to be open to debate among their peers. They are stimulated to listen and contribute to discussions on an equal basis.
Assessment Method:	- Group assignment (30%) and - Written Exam (70%). This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,
Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	135 hours of independent studies (incl. preparation, review and examinations)
Recommended Prerequisites:	- Unternehmensführung II: Führung und Ethik

	- Personalmanagement und Arbeitsrecht
Required Prerequisites:	- „Grundladen der BWL“ - at least B2 language skills in English
Recommended Reading:	Class notes Thomas, D.C. & Inkson, K. (2022). <i>Cross-Cultural Management: An Introduction</i>. Thousand Oaks: Sage Publications. French, R. (2015). <i>Cross-cultural management in work organisations</i> (2nd ed.). CIPD. Browaeys, M.-J., & Price, R. (2021). <i>Understanding cross-cultural management</i> (4th ed.). Pearson.
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	
Last update:	March 2025

20.7 International Management and Ethics (Pflichtmodul)

Module Code:	S10.02
Module Title:	International Management and Ethics
Type of Module:	Compulsory
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	5th semester
Frequency:	Every winter semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Andreas Fries
Lecturers:	Prof. Dr. Andreas Fries
Learning Outcome:	Students will develop a detailed understanding of the ethical challenges and dilemmas faced by international managers (WHAT?). This is accomplished by equipping them with the necessary conceptual frameworks covering internationalization theories, normative and descriptive ethics as well as ethical analysis frameworks (BY MEANS OF). By applying these concepts and analyzing international management case studies in a structured way they will be empowered to evaluate ethical conflicts in theory and transfer this knowledge to practical situations faced in their upcoming global management careers (WHAT FOR?). Knowledge: Students are able to describe the fundamental theories in international management and ethics. Understanding: Students can explain how specific frameworks may be used to respond to ethical challenges in various international management functions. Application: Students will apply conceptual knowledge and ethical analysis frameworks to ethical challenges based on a given structure in the international management. Analysis: Students are able to identify key cultural and contextual factors in international management forming the basis for developing ethical management solutions. Synthesis: Students will be able to generate new alternative solutions to ethical challenges that arise in international business. Evaluation: Students are able to assess the appropriateness of international management decisions in light of ethical & CSR standards based on problem analysis.
Module Content:	Part I: International Management, Culture & Leadership • Intro international management & ethics • Theories of internationalization • Global cultural context, communicating across cultures & transculturality • International leadership theories Part II: Understanding Ethics, CSR & Sustainability • Intro to ethics, morality, CSR & sustainability • Ethics and legal & regulatory compliance • Ethics and the Stakeholder Approach • Normative and descriptive ethical theories • Ethics analysis and decision frameworks Part III: Applying Ethical Frameworks in International Management • Ethics & Sales & Marketing • Ethics & SCM • Ethics in Finance & Controlling, General Management • Ethics & other Stakeholders (e.g., Society, Government, Shareholders) • Ethics & Artificial Intelligence

	Part IV: Conclusions of Ethical Learnings - Scientific and practical implications - Future outlook Students will develop AI literacy in the course of the Module "International Management and Ethics", gaining foundational knowledge on artificial intelligence concepts and their respective applications in the area of business. A special focus lies on the critical evaluation of ethical guidelines for AI, analyzing how ethical frameworks shape responsible AI development and mitigate potential ethical challenges.
Teaching and Learning Methods:	Presentations by instructor In-class discussion & reflection In-class case application exercises In-class experimental exercises
Assessment Method:	- Group Project with an oral presentation and written summary/assignment (Gruppenarbeiten): 50% and - Written exam (Klausur): 50% (60 minutes). This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,
Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	135 hours of independent studies
Recommended Prerequisites:	Students should have at least B2 language skills in English. The self-study module "Cultural Competences is recommended.
Required Prerequisites:	
Recommended Reading:	Base Literature: Crane, Andrew, Dirk Matten, Sarah Glozer, and Laura Spence. Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization. Oxford University Press, USA, 2019 (central source for ethical frameworks) Hollensen, S. (2020): Global Marketing, 8. Ed., Pearson, E-ISBN: 978-1-292-25183-7 (central source for internationalization frameworks) Selected scientific literature: Ariely, D., Mazar, N. & Amir, O. (2008). The dishonesty of honest people: A theory of self-concept maintenance. Journal of marketing research, 45(6), 633-644. Trevino, L. K., Hartman, L. P., & Brown, M. (2000). Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership. California management review , 42 (4), 128-142. Schwartz, Mark S. "Developing and sustaining an ethical corporate culture: The core elements." Business Horizons 56, no. 1 (2013): 39-50. Additional readings and case studies as posted on ILIAS.
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	- Interactive case study work - Self- and group-reflection of ethical dilemmas and potential solutions
Last update:	03.09.2024

20.8 Integrated International Sustainability Management

Module Code:	S10.W01
Module Title:	Integrated International Sustainability Management
Type of Module:	Elective
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	6th semester
Frequency:	Every summer semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Andreas Fries
Lecturers:	Prof. Dr. Andreas Fries
Learning Outcome:	Upon completing this course, students will be able to critically analyze and develop integrated sustainability strategies for international businesses, adapting sustainability frameworks to diverse cultural, legal, and operational contexts enhancing CSR initiatives (WHAT?). Students will engage with key sustainability frameworks, reporting standards (e.g., GRI, SASB), stakeholder theories, and impact measurement metrics, utilizing case studies from various industries (BY MEANS OF). The skills acquired will empower students to effectively contribute to sustainability management in their careers, preparing them to tackle global challenges and pursue leadership roles in sustainability-related functions within international corporations (WHAT FOR?).
Module Content:	Part 1: Introduction to Sustainability and CSR: • Frameworks and Definitions: Explore key concepts of sustainability and corporate social responsibility (CSR), including the triple bottom line and sustainable development goals (SDGs). • Historical Context: Examine the evolution of sustainability and CSR in business, including theories that shaped contemporary practices such as Rockström's Planetary Boundaries, Raworth's Donut Economics, Barriers to Growth (Club of Rome). • Sustainability Reporting: Introduce frameworks for sustainability reporting, such as the Global Reporting Initiative (GRI) and the Sustainability Accounting Standards Board (SASB). • Stakeholder Theory: Discuss the role of stakeholders in sustainability initiatives and CSR, emphasizing engagement strategies and their importance in decision-making. • Impact Measurement: Cover methods for measuring the impact of sustainability and CSR activities, including qualitative and quantitative metrics. Part 2: Sustainability and CSR in International Contexts: • Cultural Perspectives: Analyze how cultural differences influence sustainability practices and CSR initiatives in various countries and regions. • Regulatory Environments: Explore the impact of differing legal frameworks on sustainability efforts, including regulations related to environmental protection, labor rights, and corporate governance. • Global Sustainability Challenges: Discuss pressing global issues such as climate change, resource scarcity, and social inequality, and their implications for international businesses. • Management Practices: Explore how management styles & governance structures differ across countries and how they affect the implementation of sustainability initiatives. • Best Practices: Highlight successful case studies of international companies effectively integrating sustainability and CSR into their global operations. Part 3: Integrated International Sustainability Management: • Cross-Functional Integration: Examine how sustainability and CSR can be integrated across various business functions, such as marketing, purchasing, supply chain management (SCM), or human resources (HR). • Industry-Specific Strategies: Analyze sustainability practices within specific industries (e.g., automotive, fashion, chemicals & pharma, consumer goods).

	• Case Studies: Conduct in-depth case studies of companies that exemplify integrated sustainability management, evaluating their strategies, outcomes, and lessons learned. • Challenges and Opportunities: Identify the common barriers to integrating sustainability and CSR in international settings and discuss potential opportunities for innovation and growth. • Future Trends: Explore emerging trends in sustainability management, including digitalization, circular economy principles, and the role of technology in driving sustainable practices both from a practical and scientific standpoint
Teaching and Learning Methods:	• Presentations by instructor • In-class discussion & exercises • In-class case application exercises
Assessment Method:	• Group Project with an oral presentation and written summary/assignment (Gruppenarbeit): 50% and • Written exam (Klausur): 50% (60 minutes). This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,
Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	135 hours of independent studies
Recommended Prerequisites:	Students should have at least B2 language skills in English. The self-study module "Cultural Competences is recommended.
Required Prerequisites:	tbd
Recommended Reading:	Bosona, T. (2020). Urban freight last mile logistics – Challenges and opportunities to improve sustainability: A literature review. <i>Sustainability</i>, 12(21), 1-20. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. <i>Business Horizons</i>, 34(4), 39-48. Elkington, J., & Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. <i>Alternatives Journal</i>, 25(4), 42. Hahn, R. (2022). Sustainability management: Global perspectives on concepts, instruments, and stakeholders (Kapitel C3 & C4). Rüdiger Hahn. Kleindorfer, P. R., Singhal, K., & Van Wassenhove, L. N. (2005). Sustainable operations management. <i>Production and Operations Management</i>, 14(4), 482-49. LeBaron, G., Edwards, R., Hunt, T., Sempéré, C., & Kyritsis, P. (2022). The ineffectiveness of CSR: Understanding garment company commitments to living wages in global supply chains. <i>New Political Economy</i>, 27(1), 99-115. Meadows, D. H., Meadows, D. H., Randers, J., & Behrens III, W. W. (1972). The limits to growth: A report to the Club of Rome. Google Scholar. Paulraj, A., Chen, I. J., & Blome, C. (2017). Motives and performance outcomes of sustainable supply chain management practices: A multitheoretical perspective. <i>Journal of Business Ethics</i>, 145, 239-258. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. In <i>Managing sustainable business</i> (pp. 323-346). Springer, Dordrecht. Raworth, K. (2017). <i>Doughnut economics: Seven ways to think like a 21st-century economist</i>. Chelsea Green Publishing. Rockström, J., Steffen, W., Noone, K., Persson, Å., Chapin, F. S., Lambin, E. F., Lenton, T. M., et al. (2009). A safe operating space for humanity. <i>Nature</i>, 461(7263), 472-475. Seuring, S., & Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. <i>Journal of Cleaner Production</i>, 16(15), 1699-1710. Additional readings and case studies as posted on ILU.
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	• Interactive case study work • Optional: Practical case study project with a company
Last update:	24.09.2024

20.9 Economic Resilience and International Trade

Module Code:	S10.W02
Module Title:	Economic resilience and international trade
Type of Module:	Elective
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	6th semester
Frequency:	Every summer semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Galina Kolev-Schaefer
Lecturers:	Prof. Dr. Galina Kolev-Schaefer
Learning Outcome:	After taking this course, students will be able to assess current challenges and opportunities related to economic resilience in the context of international trade based on macroeconomic and trade data (WHAT?). For this purpose, they apply known quantitative methods to gather and analyze data and have planned, implemented, evaluated and communicated appropriately a small research project from the field of international trade (BY MEANS OF). The aim of their analysis is to assess how different challenges and opportunities of the global economy affect resilience of the home economy as well as of internationally operating firms and to support strategic decisions regarding internationalization, market and supplier diversification as well as building resilience of sustainable global value chains (WHAT FOR?). <i>Knowledge:</i> Students are able to describe current challenges and opportunities related to globalization and the activity of internationally operating firms in a globalized world. <i>Understanding:</i> Students identify, discuss and question basic challenges and opportunities related to new markets, competition, global value chains and international trade. <i>Application:</i> Students transfer their knowledge of theoretical concepts and models to the analysis of current developments of global markets, global value chains and international economic policy measures. <i>Analysis:</i> Students combine analysis of the current economic situation, trade flows, trade barriers and other market trends to impact strategic decisions of internationally operating companies. <i>Synthesis:</i> Students decide between different approaches and choose appropriate structures and frameworks to solve the task at hand and evaluate their own approach as well as the general theories. They justify and defend decisions as well as find compromises (synthesis). <i>Evaluation:</i> Students establish measures to evaluate success. They judge the success of the different stages of their own project and they are able to evaluate other projects in terms of suitability of applied theories, quality of data and data analysis and interpretation as well as evaluating decisions and outcomes with project targets.
Module Content:	Introduction to the concept of economic resilience • An overview of current trends in global trade and investment • Economic crises: a historical perspective • Country risk and competitiveness analysis: Long-run development profile and business cycle analysis • Analysis of trade flows and trade barriers in the context of export market diversification and increasing resilience and sustainability of global value chains • Other current topics in international trade and trade policy • Applied trade data analysis: • Assess quality and reliability of sources and validate assumptions in absence of perfect data • Elaborate on factors influencing the decision to enter a new market or select a supplying country for intermediate products along global value chains • Conduct analysis on supply, demand, trends and production of a certain product in another market • Report on developments in the identified market segments • Apply previously gained knowledge in the area of International Economics, Working with databases (e.g. ITC Trade Map and Access2Markets) • Apply quantitative methods to analyze data and derive conclusions and recommendations

Teaching and Learning Methods:	Moderated discussions; application of concepts and methods in groups; video-assisted instruction; video conferencing; educated visits and interviews; self-organized building of competences and coaching
Assessment Method:	• Oral contribution (mündlicher Beitrag): 50% (max. 45 minutes) and • Open-book examination (OB-Klausur): 50%. This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,
Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	135 hours of independent studies (incl. preparation, teamwork, review and examinations).
Recommended Prerequisites:	Modules of the first semesters, especially "Quantitative Methods A and B"; "Introduction to International Business"; "International Marketing"; "Managerial Microeconomics"; "International Macroeconomics"; "International Economics". Students should have at least B2 language skills in English.
Required Prerequisites:	
Recommended Reading:	Class notes European Commission (2024). Access2Markets Database. https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home. International Monetary Funds (2024). World Economic Outlook. https://www.imf.org/en/Publications/WEO, most recent edition. International Trade Center (2024). Tools. https://www.intracen.org/itc/market-info-tools/market-analysis-tools/. Krugman, P. / Obstfeld, M. / Melitz, M., International Economics: Theory and Policy (2022), 12th Global Edition, Pearson, The World Economic Forum (2024). The Global Risks Report 2024. https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/#:~:text=The%20Global%20Risks%20Report%20explores,a%20warming%20planet%20and%20conflict.
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	• (International) Project Work • A country and market brief is prepared individually and discussed in teams • Participation in scheduled presentations is required • Visiting organizations / companies (if appropriate) • Online communication and cooperation (e.g. ZOOM, ILIAS, MIRO, email...) is used by students and lecturers • Coaching is essential part of this course
Last update:	...

20.10 Simulation Game International Management

Module Code:	S10.W03
Module Title:	Simulation Game International Management
Type of Module:	Elective
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	6th semester
Frequency:	Every summer semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Andreas Fries
Lecturers:	Prof. Dr. Ridwan D. Rusli Prof. Dr. Andreas Fries
Learning Outcome:	By the end of this course, students will be able to analyze, develop, and evaluate comprehensive international corporate strategies by integrating knowledge of quantitative methods, budgeting, and strategic planning across finance, marketing, and supply chain management (WHAT?). This will be achieved through the use of simulation games and the preparation of strategic, business, and financial reports for company stakeholders (BY MEANS OF). Students will be able to use these skills to navigate complex global business environments, manage risks, and make informed decisions about international expansion, positioning them for leadership roles in global corporations or strategic consultancy (WHAT FOR?). The task for the students is to manage a global company through technological and market evolution. Students will develop and execute strategies for their simulated company operating in several global markets. This course is supposed to combine the knowledge of several business functions and the entrepreneurial abilities which have been acquired during the previous semesters (see below). <i>Knowledge:</i> Students are aware of management-related disciplines and the financial implications of the strategic, operational and financial decisions. <i>Understanding:</i> They have a clear understanding of the complexity of global business operations in a dynamic competitive environment. They understand the multidisciplinary nature and interdependencies of running business globally and the objectives of the relevant company stakeholders. <i>Application:</i> Students apply their knowledge to an international business simulation and the preparation a strategic, business and financial plans for the companies' stakeholders. <i>Analysis:</i> They are able to interpret relevant information as well as correlations between internal and external influencing factors. They identify risks and calculate profit, loss, cash flows, investment and funding requirements for several divisions across multiple countries. <i>Synthesis:</i> Students combine all relevant information into a pool of possible scenarios, appropriate strategies, business and financial decisions. They convincingly present their strategy and business plans to shareholders and investors. <i>Evaluation:</i> They evaluate possible strategies and select the strategy which most likely allows the company to reach its objectives.
Module Content:	The course covers mainly the following aspects: • Introduction to simulation games • Quantitative methods • Budgeting process • Integrated international corporate planning (corporate and international expansion strategy, finance, supply chain management, marketing and export management, accounting) • Strategic cost and performance management, price versus quality, advertising competition • Strategic, business and financial reporting to various company stakeholders • Strategic planning tools, digital platform and circular economy business models.

Teaching and Learning Methods:	Moderated discussions; reverse classroom student presentations; reading texts, team decision making for and simulation of a management game.
Assessment Method:	• Game Review presentation 20% and • Game Analysis, Decision Making and Documentation 40% and • Strategy and Business Plan Presentation to Shareholders 40%. This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,
Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	135 hours of independent studies (incl. preparation, teamwork, review and examinations).
Recommended Prerequisites:	Modules of the IB BSc curriculum especially "Introduction to International Business", "Introduction to International Accounting & Taxation", "International Management Accounting", "International Corporate Finance", "Introduction to Marketing", "International Marketing", "International Management & Ethics", "Digitalization & Consulting", "Quantitative Methods A", "Quantitative Methods B", "Managerial Microeconomics", "International Macroeconomics" and "International Economics" (or comparable courses from other universities). Students should have at least B2 language skills in English.
Required Prerequisites:	
Recommended Reading:	Class notes TOPSIM GOING GLOBAL Participants' Manuals 1 & 2, periodic Factsheets, Scenario- and Project Sheers Bowhill, B., Business planning and control, John Wiley/Son Ltd, 2008 Evans, V., Developing a Business Strategy: How to Use Strategic Planning to Start Up or Grow Your Business, 2013 (or any book about how to prepare Business Plans) Gaspar, J. / Arreolo-Risa, A. / Bierman, L. / Hise, R. / Kolari, J. / Smith, L., Introduction to global business: Understanding the international environment and global business functions, South-Western Cengage Learning, 2013 Parboteeah, K. / Cullen, J., Strategic international management. South-Western Cengage Learning, 5th ed., 2011 Rugman, A. / Collinson, S., International business, Pearson, 6th ed., 2012
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	
Last update:	October 2024

20.11 Global Leadership

Module Code:	S10.W04
Module Title:	Global Leadership
Type of Module:	Elective
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	6th semester
Frequency:	Every winter semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Michael Volkmann
Lecturers:	Prof. Dr. Michael Volkmann
Learning Outcome:	This course helps students within their development of becoming passionate leaders of tomorrow. They become familiar with different leadership styles and their actual challenges based on cultural influences. This module gives relevant knowledge about finding a personal, individual leadership style and leading people with different cultural background (WHAT?). This will be achieved by a deep understanding of cultural specifics in leadership, business simulations (e.g. review of bad performances, solving team conflicts) and real coaching sessions (BY MEANS OF). The overall objective of the course is to enable students to lead multi-cultural teams by developing competences in coaching, teambuilding, conflict solving, motivation, delegating etc. (WHAT FOR?) <i>Knowledge:</i> Students know leadership theories/approaches, methods and tools. <i>Understanding:</i> They explain typical leadership objectives and challenges depending on different cultural backgrounds. <i>Application:</i> Students apply their leadership knowledge to business simulations, small cases and exercises in an international context. <i>Analysis:</i> Students are able to classify different types of employees and their needs in leadership. <i>Synthesis:</i> Students solve multi-cultural team challenges out of the perspective of the team-leader in a constructive and motivating way. <i>Evaluation:</i> Students develop their own values how to lead people based on different personality types and different cultures.
Module Content:	The course mainly covers the following leadership aspects in combination with cultural impacts: • Overview about different leadership approaches as situational leadership, contingency theories, leadership-participation-model, transactional and transformational leadership, servant leadership etc. with a consequential link to cultural influences • Application of several leadership tools as practicing coaching sessions (as a coach) with the GROW-Model, 360 degree feedback, performance reviews within a business simulation etc. based on different cultural backgrounds • Managing conflicts in team constellations, depending on different phases of teams (forming, storming, norming, performing and adjourning) and on different cultural scenarios • Agility and digital/remote leadership with cultural background
Teaching and Learning Methods:	Moderated discussions; workshops; business simulations; conducting own coaching sessions; presentations, case studies, self-reflection exercises
Assessment Method:	• Oral exam (mündliche Prüfung): 60% and • Scientific paper (Hausarbeit): 40%. This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,

Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	135 independent studies (incl. Preparation, review and examinations)
Recommended Prerequisites:	Business Psychology, International Management&Ethics, Cross-Cultural Competences is recommended. Students should have at least B2 language skills in English.
Required Prerequisites:	
Recommended Reading:	Class notes Blokdyk, G.: Cross Cultural Leadership – A Complete Guide, 5Starcooks, 2022 Dhiman, S. / Marques, J. / Malakyan, P.: Handbook of Global Leadership and Followership – Integration the Best Leadership Theory and Practice, Springer 2023 Henson, R.: Successful Global Leadership – Framework for Cross-Cultural Managers and Organizations, Palgrave Macmillian, 2 nd ed., 2023 Mendenhall, M. / Osland, J. / Bird, A. / Oddou, G. / Stevens, M. / Maznevski, M. / Stahl, G.: Global Leadership – Research, Practice, and Development, Routledge, 3 rd ed., 2018 Salih, A.: Cross-Cultural Leadership, Routledge 2022
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	
Last update:	2025

20.12 Negotiating Across Cultures

Module Code:	S10.W05
Module Title:	Negotiating Across Cultures
Type of Module:	Elective
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	6th semester
Frequency:	Every summer semester
Module Coordinator:	Sprachlernzentrum (SLZ) der TH Köln
Lecturers:	Anastasia Hoffmann
Learning Outcome:	After successful completion of the module course, students will be able to communicate effectively and to negotiate relevant issues in an international work context (WHAT?). In order to achieve these objectives, they can apply a broad range of vocabulary and structures as well as rhetorical devices and linguistic strategies at level B2.2 as defined by the Common European Framework of Reference for Languages. In addition, they can apply their knowledge of models of intercultural communication to analyze and assess potentially critical situations (BY MEANS OF). They will thus be prepared to cooperate successfully with counterparts from different cultural backgrounds in professional contexts, achieving their own goals while at the same time forging or maintaining good relationships (WHAT FOR?). Knowledge: Students acquire and can apply specific vocabulary and typical structures and phrases used in business negotiations in order to reach specific communicative goals. Students familiarize themselves with various negotiation strategies. Students familiarize themselves with different models of intercultural competence. Understanding: Students can explain and compare strategies and frameworks used in international negotiations. Students can discuss models of intercultural competence in terms of their relevance to negotiating. Application: Students are able to interpret behavior of others and to adapt or modify their own behavior in international negotiations and discourse. Students can apply a variety of negotiation strategies in order to achieve their communicative goals. Students can apply AI tools in a meaningful and constructive way, e.g. to support their learning processes. Analysis: Students can analyze classification systems used in models of intercultural competence with a critical mind in order to detect and overcome potential bias. Students can reflect on the impact of culture on language and communication to develop an awareness of their own cultural identity and how it may affect the development of a negotiation. Students can critically assess the usefulness of AI tools for different purposes, e.g. for developing their language skills or when preparing for a negotiation. Evaluation: Students can evaluate the effectiveness of different negotiation strategies. Students can give and receive peer feedback. This implies that they can critically but constructively evaluate their own behavior and that of others in terms of reaching communicative goals in negotiations in order to hone their negotiation skills. Students can distinguish facts from inferences and opinions and assess reliability of information. Mediation skills: Students can cooperate with people of diverse cultural backgrounds and create a positive atmosphere by offering support and identifying areas of agreement. Students can find solutions for impasses in negotiation situations by elaborating on ideas of others, asking questions which invite others to take different perspectives and suggesting next steps in a negotiation. Students can effectively use their plurilingual and/or pluricultural repertoire in order to facilitate communication and the co-construction of meaning.
Module Content:	Successfully negotiating and communicating in intercultural settings • Discussing theories and strategies for successful negotiations • Developing language and structures for effective intercultural communication and successful cross-cultural negotiations • Exploring cultural dimensions relevant to deal-making and negotiation • Clarifying and justifying opinions and positions

	• Anticipating and dealing with conflicts in international negotiations • Negotiating in digital media • Communicating in written correspondence specific to negotiation scenarios • Agreeing on a policy for the critical and constructive use of AI tools for students' learning/competence development
Teaching and Learning Methods:	Learner-centered, action-oriented language teaching based on interactive learning units. Blended-learning course with synchronous and asynchronous components; asynchronous components include individual and collaborative tasks. For these purposes an ILU course will be used and the different tools it provides will be implemented, such as digital forums, exercises (self-study and collaborative units), glossary, and tools for collaborative writing (wiki, etherpad). In addition, students have access to the self-learning software Speexx, which can be used individually to address specific learning objectives in relation to vocabulary and structures.
Assessment Method:	Self-directed learning (20% of final mark) (Lernportfolio) consisting of: • appropriate completion of the e-learning units [50 % of self-directed learning] • portfolio task [50 % of self-directed learning] and Oral Exam (mündliche Prüfung) in the form of a negotiation scenario / role play 20% of final mark] and Written Exam (Klausur) [60% of final mark]. This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,
Contact hours:	52 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	8 E-Learning units (completed asynchronously) and 135 hours of independent studies (incl. preparation, teamwork, review and examinations).
Recommended Prerequisites:	The self-study module "Cultural Competences" is recommended. A minimum level of B2 is required.
Required Prerequisites:	
Recommended Reading:	Literature is provided to the students of the module. Meyer, Erin, 2015. The culture map: decoding how people think, lead, and get things done across cultures. First edition, international edition. New York, NY: Public Affairs. Fisher, Roger, William Ury and Bruce M. Patton, 2012. Getting to yes: negotiating an agreement without giving in. 3. updated and rev. ed. London: Random House Business Books.
Use of the Module in Other Degree Programs:	The module builds on the first part of the module Cross-Cultural Competences. It serves as a useful preparation for the semester abroad. The module is offered specifically for the institute. Whether credits can be transferred must be decided on a case-by-case basis by the respective program director.
Particularities:	Regular and active participation is compulsory. Compulsory additional e-learning units on ILU.
Last update:	September 2024

20.13 International Strategic Finance

Module Code:	S10.W06
Module Title:	International Strategic Finance
Type of Module:	Elective
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	6th semester
Frequency:	Every summer semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Ridwan D. Rusli
Lecturers:	Prof. Dr. Ridwan D. Rusli
Learning Outcome:	This course module aims to introduce advanced undergraduate and graduate students in IB/B&F/BWL to strategic financing and investment decisions of multinational corporations as well as financial institutions incl. banks and insurance companies. This includes the interaction between such multinationals and their coordinating financial advisors, often known as investment bankers. After taking this course, students will be able to critically evaluate strategic investment and financing, and M&A decisions of internationally operating chief financial-/strategy officers and management boards of multinational corporations and/or financial institutions (WHAT?). This is accomplished through strategic, M&A and cash flow analysis and valuation of multinational corporations and/or financial institutions (BY MEANS OF). Thus, students can apply international strategic management, corporate finance and capital markets tools and insights to evaluate a variety of strategic corporate and senior management-level investment (incl. M&A) and financing transactions of multinational corporations and/or financial institutions (WHAT FOR?). <i>Knowledge and Understanding:</i> Familiar with the strategic and transactional aspects of international private and capital market debt and equity financings and mergers and acquisitions (M&A) transactions, interpret and describe securities and company valuation, financial and cashflow planning. <i>Application:</i> Calculate securities- and company values, calculate investment and project returns, forecast financial statements. <i>Analysis:</i> Derive and compare cashflow forecasts and financial ratios, debt- and equity financing instruments, impact of financings and M&A on shareholder equity, as well as legal-, accounting- and tax- structuring of financial transactions. <i>Synthesis and Evaluation:</i> Formulate and evaluate optimal restructuring and M&A, as well as financing and investment plans of case study companies.
Module Content:	This course starts with 3 or 4 review lectures on (i) financial transactions incl. corporate financing and M&A, private equity, bank loans and private debt, capital market equity and bond offerings, as well as the (ii) contractual, tax, accounting and structuring aspects of international financial transactions. In this course students shall form teams of 3-5 students. Each team shall receive information on and be assigned to work on [2 to 4] corporate finance case studies. Team members will serve in the role of investment bankers, external legal counsels, auditors and tax consultants (collectively the "advisory team") helping their corporate clients plan the commercial, legal, structural and executional aspects of the said financial transactions The instructor shall formally introduce the case studies, following which the teams will conduct their analysis, prepare answers to the case study questions and prepare presentations to the class and the instructors. The team presentations shall be held on the last day of lectures. The advisory teams shall present to the class and the instructor, the latter acting as senior managers and decision makers of the advisors' corporate clients.

	Potential case studies incl. the financial and corporate restructuring of German energy and/or automobile companies facing energy crises and/or decarbonization challenges; a Chinese state-owned oil company's acquisition of a US/Asian oil company; the Thai national oil and gas company's restructuring, privatization and initial public equity offering (IPO); the structured debt financing of a small or mid-size corporation.
Teaching and Learning Methods:	The course will be taught as seminars in an interactive fashion with the instructors serving as facilitators for student discussions of the various issues raised. Course activities shall include preparatory readings, interactive lectures and class discussions, [2 to 4] team case studies and final team presentations.
Assessment Method:	Grading will comprise two parts • Case analysis and write-ups (Fallstudie): 80% and • Final presentation and discussion/Q&A (Präsentation): 20%. This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\pm$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,
Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	135 hours of independent studies (incl. preparation, review and examinations)
Recommended Prerequisites:	Modules of the previous IBB semesters, especially "Managerial Microeconomics", "International Economics", "Introduction to International Business", "Introduction to International Accounting and Taxation", "International Management Accounting", "International Corporate Finance", "International Capital Markets" or equivalents.
Required Prerequisites:	Modules of the previous IBB semesters, especially "Introduction to International Accounting and Taxation", "International Management Accounting", "International Corporate Finance" and "International Capital Markets". Students should have at least B2 language skills in English.
Recommended Reading:	Books Main textbook 1: Brealey, R. / Myers, S. / Allan F., Principles of Corporate Finance, McGraw Hill, 13th ed., 2020 (selected chapters). Main textbook 2: Weygandt, J. / Kimmel, P. / Kieso, D.: Accounting Principles (IFRS Version), Global Edition, 2019, chapters 1-18. Main textbook 3: Bowhill, B., Business Planning and Control: Integrating Accounting, Strategy and People, Wiley's, 2013, 5th edition, chapters 11-12, 21 Reference textbook 1: Copeland, T. / Koller, T. / Murrin, J., Valuation, Measuring and Managing the Value of Companies, 1996. Articles Pearl, J. / Rosenbaum, J., Investment banking: valuation, leveraged buyouts, and mergers & acquisitions, Wiley, 2019. Prof. Rusli's Lecture notes and case studies.
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	
Last update:	September 2024

20.14 International Economics

Module Code:	S10.W07
Module Title:	International Economics.
Type of Module:	Elective
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	6th semester
Frequency:	Every winter semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Galina Kolev-Schaefer
Lecturers:	Prof. Dr. Galina Kolev-Schaefer
Learning Outcome:	After taking this course, students will be able to identify international economic interdependencies and assess the effects of changes in different variables on prices and quantities of internationally traded goods and on international movement of capital and labour (WHAT?). For this purpose, they apply context, markets and data analysis as well as basic theoretical concepts and models from the field of International economics (BY MEANS OF). The aim of their analysis is to assess how these different aspects of the global economy affect internationally operating firms and to support strategic decisions regarding internationalization, market diversification as well as resilience and sustainability of global value chains (WHAT FOR?). <i>Knowledge:</i> Students are able to identify the relevant sources of information for empirical analysis of international economic issues and for verification of the role of domestic political constituencies in the international economic policy formulation. <i>Understanding:</i> Students discuss the basic motives of trade and international financial transactions as well as the role of domestic political constituencies for international trade and investment policy formulation. <i>Application:</i> Students are able to transfer their knowledge of theoretical concepts and empirical evidence to describe the effects of international economic policies and developments on firms both at home and abroad. <i>Analysis:</i> Students use data freely provided on the internet to analyse the decision making by firms active in a global context as well as the impact of international policy making on firms' activity. <i>Synthesis:</i> Students generate appropriate own solutions to current challenges related to the activity of internationally operating firms in the global economy. <i>Evaluation:</i> Students evaluate the suitability of applied theories, quality of data and data analysis as well as the outcomes of their analysis.
Module Content:	• Key concepts and developments of international trade and its interaction with national policymaking will be presented and analysed with economic data. • The relevance and driving forces of exchange rates and the balance of payments for cross border business decisions will be highlighted and models of exchange rate determination will be briefly discussed. • The importance of international policy coordination and the role of international institutions (IMF, World Bank, WTO) will be emphasized. • The synthesis of empirical analysis regarding business and economic conditions in the context of international economic decisions will be performed.
Teaching and Learning Methods:	Lecture and seminar; online research of data and relevant literature; remote agile working on a selected issue from the field of International Economics
Assessment Method:	Written Exam (Klausur): 100% (60 minutes) This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,

Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	135 hours of independent studies (incl. preparation, teamwork, review and examinations).
Recommended Prerequisites:	The modules of the first semesters, especially "Managerial Microeconomics", "International Macroeconomics". Students should have at least B2 language skills in English.
Required Prerequisites:	
Recommended Reading:	Krugman, P. / Obstfeld, M. / Melitz, M., International Economics: Theory and Policy (2022), 12th Global Edition, Pearson, The World Economic Forum (2024). The Global Risks Report 2024. https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	
Last update:	September 2024

20.15 International Marketing

Module Code:	S10.W08
Module Title:	International Marketing
Type of Module:	Elective
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	6th semester
Frequency:	Every winter semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Michael Volkmann
Lecturers:	Prof. Dr. Michael Volkmann
Learning Outcome:	This course focuses on the specifics of international marketing approaches. Especially the question about the constant battle between standardization and individualization within marketing concepts is intensively discussed (WHAT?). This will be achieved by applying concepts and methods with the help of international case studies and market research project (BY MEANS OF) Based on the knowledge about national marketing students are supposed to develop different marketing concepts for several countries taking cultural difference in terms of customer needs, markets, trends and competitors into account (WHAT FOR?). <i>Knowledge:</i> Students know the specific principles, concepts and tools of international marketing management as well as the differences between national and international marketing approaches. <i>Understanding:</i> They explain the necessity of standardization on the one hand and individualization on the other hand. They describe the impact of an international marketing strategy for the management. <i>Application:</i> Students apply national marketing concepts to new cultures to reveal differences. <i>Analysis:</i> They are able to analyze potentials for possible market entries. <i>Synthesis:</i> Students combine consumer, market and competitor information into management tools and interpret the data to draw a reviewed decision. <i>Evaluation:</i> Students are able to evaluate marketing decisions in terms of cultural adaption. The more they assess and compare the extent of complexity and coordination among different cultures and come to a recommendation for market expansion strategies.
Module Content:	The course covers mainly the following aspects: • Specifics of international marketing approaches • Specifics of international market research • International market selection process and target group defining • International market entry strategies • International customer journeys • International brand positioning • International marketing mix (focus on social media and artificial intelligence) • International digital marketing trends
Teaching and Learning Methods:	Weekly seminars with integrated practical tasks & case studies – Possible Student Group presentation
Assessment Method:	Group Presentation (Präsentation): 35% and Individual exam (Klausur): 65%, (60 minutes, open questions and/or multiple-choice). This module has a weight of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,
Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)

Self-study:	135 hours of independent studies (incl. preparation, review and examinations)
Recommended Prerequisites:	Modules of the first semesters, especially "Introduction to International Business", "Introduction to Marketing"; "International Management and Ethics", "Consulting & Digitalization" as well as "Quantitative Methods A" (or comparable courses from other universities). Students should have at least B2 language skills in English.
Required Prerequisites:	
Recommended Reading:	Class notes Hollendsen, S., Global Marketing, Addison Wesley, 8th ed., 2020 Doole I. / Lowe, R. / Kenyon, A., International Marketing Strategy, Cengage Learning Emea, 8th ed., 2019
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	
Last update:	September 2024

20.16 Introduction to International Business Law

Module Code:	S10.W09
Module Title:	Introduction to International Business Law.
Type of Module:	Elective
ECTS Credits:	6 ECTS
Language:	English
Duration of Module:	One semester
Recommended for Semester:	6th semester
Frequency:	Every winter semester
Module Coordinator:	Prof. Dr. Michael Volkmann
Lecturers:	Prof. Dr. Albrecht Drobnig, Prof. Dr. N.N.
Learning Outcome:	Students are able to explain the most relevant legal framework in the context of international business (WHAT?). Students analyze facts of cases, find in the internet (digital learning) applicable national and supranational (European Union) laws and develop understanding of legal language (BY MEANS OF). Students respect national and international legal frame work as fair, value comprising assistance for business transactions (WHAT FOR?). <i>Knowledge:</i> Students know the most relevant legal framework in the context of international business. They appreciate the threefold fragmentation of power in legislation, administration and jurisdiction in democratic states. Students are aware of different sources of law – national as well as European Union – and understand the role of United Nations Commission of International Trade Law (UNCITRAL) for discussing and designing Model Laws. Students know to differentiate between the democratic procedure of resolving laws by national parliaments or by European Parliament and the international object of a law, e.g. cross border international sales. Students are familiar with different methods of dispute settlement originating from international private-law contracts. They are able to compare advantages and disadvantages of different dispute settling methods. <i>Understanding:</i> Students are able to differentiate international contract types from each other and are able to identify major risks. They can prepare a problem efficiently for assessment by a legal counsel. They are familiar with special legal features of international business in comparison to domestic contracts. <i>Application:</i> Students are able to apply their knowledge to some simple international law cases. They can analyse the structure of a contract and identify key elements.
Module Content:	This course focuses on the most important legal aspects for students studying international business: • Introduction to International Business Law • Legal fields (public law, private law) • Sources of law (national, European Union) • Differences between common law countries and civil law countries • Contractual and non-contractual obligations • Transfer of property • Overview: European Union (EU), institutions, competences, laws by EU • Overview: German law, different types of contracts and non-contractual obligations • United Nations International Sales Law: Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG) • International Commercial Terms (INCOTERMS 2020) by International Chamber of Commerce (ICC), Paris • Choice of law clause (private autonomy) • Conflict of laws and its solution by Private International Law • Choice of jurisdiction clause (private autonomy) • Bill of lading and its function for property transfer of shipped goods • International dispute resolution: Litigation, arbitration, mediation.

Teaching and Learning Methods:	Lecture; moderated discussions; application of law cases studies in groups.
Assessment Method:	Written Exam (Klausur): 100% (60 minutes)
	This module has a weighting of 3.37 percent in relation to the overall grade
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	4 SWS; 180 hours workload,
Contact hours:	60 contact hours (45 minutes each)
Self-study:	135 hours of independent studies (incl. preparation, teamwork, review and examinations).
Recommended Prerequisites:	Students should have at least B2 language skills in English.
Required Prerequisites:	
Recommended Reading:	Class notes Jaeger, Thomas, Introduction to European Union Law, Foundations – Institutions – Enforcement – Internal Market Rules 240 p., 2. edition 2024 Elspeth Berry, Barbara Bogusz, Matthew Homewood and Sophie Strecker, Complete EU Law: Text, Cases, and Materials, 5th edition., 2022 Schlechtriem / Butler UN Law on International Sales, The UN Convention on the International Sale of Goods, eBook. PDF 352 p., 200 Schlechtriem, P. / Schwenger, I., Commentary on the UN Convention on the International Sale of Goods (CISG), Oxford University Press, 5th ed., 2022, 2,144 pages. Wevers, Harm, A Basic Guide to International Business Law, Subjects, Economics, Finance, Business & Industry, Law, 5th Edition, 2021, eBook Pages 224 August, R. / Mayer, D. / Bixby, M., International Business Law, 6th ed., 2014, 736 pages
Use of the Module in Other Degree Programs:	International Business, Betriebswirtschaftslehre
Particularities:	
Last update:	September 2024

21 Bachelor-Thesis

21.1 Bachelorarbeit mit Kolloquium (Pflichtmodul)

Modulnummer:	S11.01
Modulbezeichnung:	Bachelorarbeit mit Kolloquium
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	12 ECTS, siehe § 28 Abs. 3 PO
Sprache:	Deutsch oder Englisch, siehe § 25 Abs. 6 PO
Dauer des Moduls:	Regelbearbeitungszeit: 9 Wochen, siehe § 27 Abs. 2 PO
Empfohlenes Studiensemester:	6. oder 7. Fachsemester, zur Zulassung siehe § 26 PO
Häufigkeit des Angebots:	Fortlaufendes Angebot
Modulverantwortliche*r:	Der/Die Vorsitzende des Prüfungsausschusses
Dozierende:	Betreuung durch alle Professorinnen und Professoren des Schmalenbach Instituts für Wirtschaftswissenschaften, siehe § 28 Abs. 2 PO
Learning Outcome:	Die Studierenden zeigen, dass sie befähigt sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Thema aus ihrem Fachgebiet sowohl in seinen fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden weitgehend selbstständig zu bearbeiten, um später eigenständig Themenfelder und fachübergreifende Fragestellungen selbstständig in ihrer Bedeutung für die Praxis wissenschaftsbasiert bearbeiten, bewerten und ihre Folgen einschätzen zu können.
Modulinhalte:	Die Bachelorarbeit ist eine weitgehend eigenständige Untersuchung mit einer wissenschaftlichen Fragestellung, primär aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften. Das Thema der Arbeit wird durch den Prüfungsausschuss vergeben.
Lehr- und Lernmethoden:	Eigenständige Bearbeitung der Aufgabenstellung mit Betreuung durch Dozierende
Prüfungsformen:	siehe § 28 Abs. 2 PO
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit) :	360 Stunden Arbeitsaufwand
Präsenzzeit:	-
Selbststudium:	360 Stunden
Empfohlene Voraussetzungen:	...
Zwingende Voraussetzungen:	120 ECTS, siehe § 26 Abs. 1 PO
Empfohlene Literatur:	Abhängig vom Thema der Bachelorarbeit
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	...
Besonderheiten:	...
Letzte Aktualisierung:	März 2025

Impressum:

TH Köln
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln

www.th-koeln.de