

Technische Hochschule Brandenburg

Modulkatalog

**des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs
Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.)**

Verantwortlicher:

Prof. Dr. rer. pol. Jürgen Schwill

Stand: August 2020

Impressum

Verantwortlich: Prof. Dr. rer. pol. Jürgen Schwill, Studiendekan

Kontakt: Technische Hochschule Brandenburg

University of Applied Sciences

Magdeburger Straße 50

14770 Brandenburg an der Havel

T +49 3381 355 - 200

F +49 3381 355 - 299

E juergen.schwill@th-brandenburg.de

www.th-brandenburg.de

Stand: August 2020

© Technische Hochschule Brandenburg

Spezialisierungsmodule.....	6
Wahlpflichtmodule.....	7
Scientific work and writing	8
Buchführung.....	10
Externes Rechnungswesen.....	12
Internes Rechnungswesen	14
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	16
Materialwirtschaft und Produktion.....	18
Marketing.....	20
Human Resources Management und Organisationsmanagement	22
Finanzierung und Investition	24
Mikroökonomische Entscheidungsmodelle	26
Makroökonomisches Umfeld unternehmerischer Entscheidungen.....	28
Wirtschaftsmathematik	30
Statistik.....	32
Wahrscheinlichkeitsrechnung	34
Recht des unternehmerischen Geschäftsverkehrs.....	36
Wirtschaftsrecht.....	38
Interkulturelles Team- und Projektmanagement.....	40
Internationales Management.....	42
Praxisprojekt	44
Grundlagen des Arbeitsrechts und Individualarbeitsrecht	46
Schutzrechte der Arbeitnehmer und Kollektivarbeitsrecht.....	48
Unternehmensnachfolge	50
Rechtliche Aspekte der Unternehmensnachfolge	52
IT-Recht – Grundlagen	54
IT-Domainrecht/Elektronische Signatur	56
Grundlagen Enterprise Resource Planning (ERP) Systeme	58
ERP in Unternehmen	60
English for international business I	62
English for international business II	64
Teammanagement	65
Präsentations- und Moderationstechnik	67
Risikoidentifikation, -analyse und -bewertung	69
Risikohandhabung und -überwachung.....	71

Unternehmensbewertung.....	73
Bilanzanalyse.....	75
Interkulturelle Kommunikation – Theoretische Grundlagen	77
Interkulturelle Kommunikation – Praktische Anwendung.....	79
Grundlagen des Controlling	81
Strategisches Controlling	83
Operatives Controlling	85
Investitionsentscheidungen.....	87
Finanzierungsmanagement	89
Finanzwirtschaftliches Ergebnis- und Risikomanagement	91
Grundlagen des Steuerrechts	93
Steuern der Unternehmen.....	95
Internationale Steuerlehre	97
Dienstleistungsmanagement	99
Dienstleistungsmarketing: Theoretische Fundierung.....	102
Dienstleistungsmarketing: Implementierung und Controlling.....	105
Gründungs- und Wachstumsmanagement kleiner und mittelgroßer Unternehmen.....	108
Geschäftsprozesse und Change-Management in kleinen und mittelgroßen Unternehmen.....	110
Risikomanagement und Finanzierung kleiner und mittelgroßer Unternehmen.....	112
Informationsgrundlagen des Marketing	114
Strategische Marketingentscheidungen	116
Marketinginstrumentarium	119
Strategisches Human Resources Management	122
Operatives Human Resources Management.....	124
Personalführung und Wissensmanagement	127
Grundlagen des Dienstleistungsmanagements im Gesundheitswesen.....	129
Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen	131
Betriebliches Gesundheitsmanagement	133
Marktforschung und Marketing im Tourismus.....	136
Interkulturelles Management im Tourismus.....	138
Operations im Tourismus	140
Angewandte empirische Forschung.....	142
Bachelor-Seminar	144
Bachelor-Arbeit	146
Bachelor-Kolloquium.....	148

Modultafel berufsbegleitender Bachelor BWL ab WS 2020/2021

Semester	Module				
1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Materialwirtschaft und Produktion	Mikroökonomische Entscheidungsmodelle	Wirtschaftsmathematik	Buchführung
2	Marketing	Scientific work and writing	Makroökonomisches Umfeld unternehmerischer Entscheidungen	Statistik	Externes Rechnungswesen
3	Finanzierung und Investition	Human Resources Management und Organisationsmanagement	Recht des unternehmerischen Geschäftsverkehrs	Wahrscheinlichkeitsrechnung	Internes Rechnungswesen
4	Spezialisierung BWL A1*	Spezialisierung BWL B1*	Wirtschaftsrecht	Wahlpflicht	
5	Spezialisierung BWL A2*	Spezialisierung BWL B2*	Interkulturelles Team- und Projektmanagement	Wahlpflicht	
6	Spezialisierung BWL A3*	Spezialisierung BWL B3*	Internationales Management		Praxisprojekt
7	Angewandte empirische Forschung	Bachelor-Seminar	Bachelor-Arbeit	Bachelor-Kolloquium	

*Im 4. Semester sind zwei Spezialisierungsrichtungen (A und B) aus dem Katalog der Spezialisierungsmodule zu wählen, diese bestehen jeweils aus drei Modulen.

Spezialisierungsmodule

1. Spezialisierung Controlling	Grundlagen des Controlling
	Strategisches Controlling
	Operatives Controlling
2. Spezialisierung Finanzierung & Investition	Investitionsentscheidungen
	Finanzierungsmanagement
	Finanzwirtschaftliches Ergebnis- und Risikomanagement
3. Spezialisierung Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	Grundlagen des Steuerrechts
	Steuern der Unternehmen
	Internationale Steuerlehre
4. Spezialisierung Dienstleistungsmanagement und -marketing	Dienstleistungsmanagement
	Dienstleistungsmarketing: Theoretische Fundierung
	Dienstleistungsmarketing: Implementierung und Controlling
5. Spezialisierung Management von kleinen und mittleren Unternehmen	Gründungs- und Wachstumsmanagement kleiner und mittelgroßer Unternehmen
	Geschäftsprozesse und Change-Management in kleinen und mittelgroßen Unternehmen
	Risikomanagement und Finanzierung kleiner und mittelgroßer Unternehmen
6. Spezialisierung Marketing	Informationsgrundlagen des Marketing
	Strategische Marketingentscheidungen
	Marketinginstrumentarium
7. Spezialisierung Human Resources Management	Strategisches Human Resources Management
	Operatives Human Resources Management
	Personalführung und Wissensmanagement
8. Spezialisierung Management im Gesundheitswesen	Grundlagen des Dienstleistungsmanagements im Gesundheitswesen
	Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen
	Betriebliches Gesundheitsmanagement
9. Spezialisierung Tourismusmanagement	Marktforschung und Marketing im Tourismus
	Interkulturelles Management im Tourismus
	Operations im Tourismus

Wahlpflichtmodule

1. Arbeitsrecht	Grundlagen des Arbeitsrechts und Individualarbeitsrecht
	Schutzrechte der Arbeitnehmer und Kollektivarbeitsrecht
2. Unternehmensnachfolge/Wirtschaftsrecht	Unternehmensnachfolge
	Rechtliche Aspekte der Unternehmensnachfolge
3. IT-Recht	IT-Recht - Grundlagen
	IT-Recht – Domainrecht/Elektronische Signatur
4. ERP	Grundlagen ERP Systeme
	ERP in Unternehmen
5. English for international Business	English I
	English II
6. Soft Skills	Teammanagement
	Präsentations- und Moderationstechnik
7. Risikomanagement	Risikoidentifikation, -analyse und -bewertung
	Risikohandhabung und -überwachung
8. Unternehmensbewertung und Bilanzanalyse	Unternehmensbewertung
	Bilanzanalyse
9. Interkulturelle Kommunikation	Theoretische Grundlagen
	Praktische Anwendung

Modul-Nr./Code:	B11
Modulbezeichnung:	Scientific work and writing
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	2. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Nadine-Christine Wessel (M.Sc.)
Lehrsprache:	Deutsch und Englisch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 18 Stunden Präsenz, 22 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 85 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Hausarbeit oder/und 2. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verfügen über grundlegende Fähigkeiten zur Anwendung wissenschaftlicher Denkstrukturen und relevanter Arbeitsmethoden. Sie haben ein Verständnis für die Notwendigkeit wissenschaftlichen Arbeitens und die Fähigkeit, eigenständig Fragestellungen zu entwickeln und einen Arbeitsplan für deren Bearbeitung zu entwerfen. Die Studierenden kennen die relevanten Vorschriften wissenschaftlichen Denkens, Argumentierens und Handelns (Wissenschaftstheorie, Hypothesenbildung, Verifizierung und Falsifizierung), verfügen über Werkzeuge und Anwendungswissen zur Rezeption und Produktion englischsprachiger wissenschaftlicher Texte und haben Kenntnisse über den Aufbau und das Schreiben wissenschaftlicher Texte. Insgesamt haben sie die Fähigkeit, wissenschaftliche Texte zu erstellen.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Einordnung und Bedeutung wissenschaftlicher Forschung • Grundlagen zur wissenschaftlicher Methodik • Entstehung und Bedeutung von (Wirtschafts-) Theorien • Elemente und Aufbau wissenschaftlichen Arbeitens Erarbeiten von wissenschaftlichen Fragestellungen • Erstellen eines MindMap • Gruppenarbeit – Erfolgsfaktoren

	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitmanagement (ALPE(E)N-Methode, Eisenhower-Prinzip, Leistungskurve, Projektstrukturplan) • Literatursuche / -verwertung • Gliederung (formal) und Aufbau (inhaltlich) von deutschen und englischsprachigen wissenschaftlichen Texten • Tabellen und Graphiken • Grundlagen zu Zitiertechniken • Formatierungs- u. Gestaltungshinweise
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung mit Folien und Beamer - Übungen in kleinen Teams - Schriftliche Ausarbeitung (Dokument), Vorlesungsskript, Lehrmaterialien etc. - E-Learning-Inhalte in moodle-Lernplattform bzw. moodle-Online-Plattform (als Kommunikationsplattform für den Kurs und die Lernteams) - Ausarbeitung eines Themas in Gruppen
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre</i></p> <p>Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Aufl., München 2017</p> <p>Bailey, S.: Academic Writing. A Handbook for International Students, 5. Aufl.; London [u.a.] 2018</p> <p><i>ergänzende Literatur:</i></p> <p>Hildebrand, W.-C.; Johannsen, A.: Leitfaden für die Erstellung und Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten im Fachbereich Wirtschaft, Brandenburg an der Havel 2014</p> <p>Hildebrand, W.-C.; Johannsen, A.: Hinweise zur Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten, Brandenburg an der Havel 2014</p> <p>Karmasin, M.; Ribing, R.: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, 8. Aufl., Wien 2014</p> <p>Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht – für Bachelor, Master und Dissertation, 7. Aufl., Bern 2016</p> <p>Manschwetius, U.: Ratgeber wissenschaftliches Arbeiten, Lüneburg 2016</p> <p>Rehborn, A.: Fit für die Prüfung: Wissenschaftliches Arbeiten, Konstanz 2013</p> <p>Rogers, S. M.: Mastering Scientific and Medical Writing. A Self-Help Guide, Heidelberg 2007</p> <p>Schüle, J. A.; Reitze, S.: Wissenschaftstheorie für Einsteiger, Wien 2002</p> <p>Stalzer, L.; Ebster, C.: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 4. Aufl., Wien 2013</p> <p>Stöwer, L.: Wissenschaftliches Arbeiten, http://www.blume-im-inter.net/shop/wissenschaftliches-arbeiten/wissenschaftliches-arbeiten-din-a4.html: blume Verlag, o.J.</p> <p>Voss, R.: Wissenschaftliches Arbeiten ... leicht verständlich, 3. Aufl., Konstanz 2014</p>
Besonderes:	

Modul-Nr./Code:	B510
Modulbezeichnung:	Buchführung
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	1. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Rechnungswesen im Studiengang. Es dient der Vorbereitung darauf aufbauender Veranstaltungen und kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Stefan Kettenburg
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 18 Stunden Präsenz, 42 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 65 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Klausur (90 Minuten)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls besitzen die Studierenden grundlegende Fähigkeiten der Finanzbuchhaltung (Financial Accounting). Sie werden in der Lage sein, Geschäftsvorfälle einzuordnen und Buchungen selbständig durchzuführen sowie aus der Buchhaltung einen Jahresabschluss zu entwickeln. Die erworbenen Kompetenzen sind Grundlage für weiterführende Lehrveranstaltungen (internes und externes Rechnungswesen, Controlling) und zielen auf die Vorbereitung für das Berufsleben.
Inhalte:	Erlernen der Technik der doppelten Buchführung und dem Erstellen einfachster Jahresabschlüsse. Der Student/-in kann grundlegende Rechtsgrundlagen der Rechnungslegung anwenden. Schwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Auswirkung von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz • Erfolgsneutrale Vermögensumschichtungen • Veränderungen des Betriebsvermögens • Kontoeröffnung und Buchungstechnik • System doppelter Buchführung

	<ul style="list-style-type: none"> • Buchen auf Bestands-, Erfolgs- und gemischten Konten • Buchung im Handelsbetrieb • Buchungen im Warenverkehr • Buchungen von Personalaufwendungen • Vorbereitende Abschlussbuchungen • Buchungen zum Jahresabschluss • Erläuterungen zum Inhalt des Jahresabschlusses • Erläuterungen zur Bilanz • Erläuterungen zur GuV • Vollständige Bilanzierung von Vermögen und Schulden • Kriterien zur Aktivierung • Kriterien zur Passivierung • Ansatzverbote und Wahlrechte • Grundsätze für die Bewertung und periodengerechte Gewinnermittlung und ihre gesetzlichen Grundlagen (Vorsichtsprinzip, Realisationsprinzip, Grundsatz der sachlichen Abgrenzung, Imparitätsprinzip) • Ausgangswerte für Vermögensgegenstände (Anschaffungskosten, Herstellkosten, Teilwert; • Ausgangswerte abnutzbarer Anlagen bei planmäßiger Abschreibung) • Korrekturen überhöhter Ausgangswerte • Bewertung von Verbindlichkeiten und Rückstellungen
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung mit Tafel und Beamer, begleitende Übungen
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Schmolke, S.; Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen, 45. Aufl., Braunschweig 2016</p> <p>Schmolke, S.; Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR- Lösungen, 45. Aufl., Braunschweig 2016</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Coenenberg, A.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 24. überarbeitete Aufl., Stuttgart 2016</p> <p>Heinhold, M.: Buchführung in Fallbeispielen, 12. überarbeitete Aufl., Stuttgart 2012</p> <p>Mottl, R.; Schoening, M.: Jahresabschluss/Bilanzierung, 6. Aufl., Brandenburg 2010</p> <p>Thommen J.-P. et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 9. Aufl., Wiesbaden 2020</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B520
Modulbezeichnung:	Externes Rechnungswesen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	2. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Rechnungswesen im Studiengang. Es dient der Vorbereitung darauf aufbauender Veranstaltungen und kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dipl.- Finw. Detlef Hergaden
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 40 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 65 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Klausur (90 Minuten)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verfügen über Kenntnisse und grundlegende Fähigkeiten der Bilanzierung nach dem HGB und Steuerrecht. Sie sind in der Lage, Geschäftsvorfälle selbständig zu bewerten in einfachen Abschlüssen zu verarbeiten. Weiterhin können sie Fremdotschlüsse in sehr vereinfachter Form analysieren und bewerten.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtsgrundlagen der Rechnungslegung, Erstellen einfacher Jahresabschlüsse und deren Auswertung • Grundlagen des handels- und steuerrechtlichen Jahresabschlusses <ul style="list-style-type: none"> ○ Einführung ○ Erläuterungen zum Inhalt des Jahresabschlusses ○ Erläuterungen zur Bilanz ○ Erläuterungen zur GuV ○ Vollständige Bilanzierung von Vermögen und Schulden ○ Kriterien zur Aktivierung ○ Kriterien zur Passivierung ○ Ansatzverbote und Wahlrechte in Handels- und Steuerbilanz ○ Bewertung in Handels- und Steuerbilanz

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Grundsätze für die Bewertung und periodengerechte Gewinnermittlung und ihre gesetzlichen Grundlagen (Vorsichtsprinzip, Realisationsprinzip, Grundsatz der sachlichen Abgrenzung, Imparitätsprinzip ○ Ausgangswerte für Vermögensgegenstände (Anschaffungskosten, Herstellkosten, Teilwert; Ausgangswerte abnutzbarer Anlagen bei planmäßiger Abschreibung) ○ Korrekturen überhöhter Ausgangswerte ○ Bewertung von Verbindlichkeiten und Rückstellungen
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung mit Tafel und Beamer, begleitende Übungen
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Schmolke, S.; Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen, 45. Aufl., Braunschweig 2016</p> <p>Schmolke, S; Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR- Lösungen, 45. Aufl., Braunschweig 2016</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Coenenberg, A.; Haller, Axel; Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 24. überarbeitete Aufl., Stuttgart 2016</p> <p>Heinhold, M.: Buchführung in Fallbeispielen, 12. überarbeitete Aufl., Stuttgart 2012</p> <p>Mottl, R.; Schoening, M.: Jahresabschluss/Bilanzierung, 6. Aufl., Brandenburg 2010</p> <p>Peemüller, V.: Bilanzanalyse und Bilanzpolitik [Analysis of Balance Sheet and its Policy], 3rd current ed., Wiesbaden 2003</p> <p>Thommen J.-P. et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 9. Aufl., Wiesbaden 2020</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B530
Modulbezeichnung:	Internes Rechnungswesen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	3. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Rechnungswesen im Studiengang. Es kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Thomas Schulze
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Externes Rechnungswesen
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 40 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 65 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Klausur (90 Minuten)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden können sich in konkrete Situationen des betrieblichen Rechnungswesens einarbeiten. Sie kennen die unterschiedlichen Instrumente der Kostenrechnung und können sie anwenden. Sie sind in der Lage, Kostenrechnungen selbstständig durchzuführen und die Ergebnisse entscheidungswirksam zu interpretieren. Auch können sie Kalkulationen durchführen. Sie kennen die Instrumente der Teilkostenrechnung und können diese in der betrieblichen Praxis anwenden.
Inhalte:	<p>Einleitung Grundlagen und Grundbegriffe der Kostenrechnung Organisation der Kostenrechnung Kostenerfassung und Kostenverrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Kostenartenrechnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Zweck der Kostenartenrechnung ○ Systematisierung der Kostenarten ○ Gliederung der Kostenarten ○ Erfassung und Verrechnung der Kostenarten • Kostenstellenrechnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Aufgaben der Kostenstellenrechnung ○ Gliederungskriterien und Arten von Kostenstellen ○ Prinzipien der Kostenstellenbildung

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Durchführung der Kostenstellenrechnung im Betriebsabrechnungsbogen (BAB) • Kostenträgerstückrechnung (Kalkulation) • Aufgaben der Kalkulation <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundprinzipien der Kalkulation ○ Kalkulationsverfahren • Betriebsergebnisrechnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Aufgaben der Betriebsergebnisrechnung ○ Vor- und Nachteile der Verfahren ○ Gegenüberstellung Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren ○ Die Aussagefähigkeit von Systemen der Vollkostenrechnung • Systeme der Teilkostenrechnung
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung/Übung/Seminar
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Schmolke, S.; Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen, 45. Aufl., Braunschweig 2016</p> <p>Schmolke, S; Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR- Lösungen, 45. Aufl., Braunschweig 2016</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Olfert, K. [Hrsg.]: Kostenrechnung, 17. Aufl., Herne 2013</p> <p>Scheld, G.: Das Interne Rechnungswesen im Industrieunternehmen. Band 1 Istkostenrechnung, 5. Aufl., Büren 2008</p> <p>Scheld, G.: Das Interne Rechnungswesen im Industrieunternehmen. Band 2 Plankostenrechnung, 4. Aufl., Büren 2009</p> <p>Thommen J.-P. et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 9. Aufl., Wiesbaden 2020</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B110
Modulbezeichnung:	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	1. Semester
Art des Moduls:	Pflichtsemester
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Betriebswirtschaftslehre im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Stefan Kettenburg
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten), oder 3. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verstehen die begrifflichen, theoretischen und methodischen Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Sie können konstitutive Grundsatzentscheidungen thematisieren und auf Situationen im betrieblichen Umfeld anwenden. Sie sind in der Lage, den Aufbau, die Funktionsbereiche und die Wirkungsweisen eines Betriebs zu erläutern.
Inhalte:	Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre, Einordnung und Grundzüge des strategischen Managements (Betriebswirtschaftliche Zielkonzeptionen; Unternehmensführung und Organisation) sowie konstitutive Entscheidungen mit den Inhalten (Geschäftsfeldbestimmung und -bewertung, Standortwahl, Unternehmensrechtsformen, Unternehmenszusammenschlüsse), Funktionsbereiche des Unternehmens im Überblick, Konzept der Wertschöpfungskette, Messgrößen wirtschaftlichen Handelns
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Bearbeitung eines Falls aus dem theoretischen Input, Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.

Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Thommen J.-P. et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 9. Aufl., Wiesbaden 2020</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 12. Aufl., Mün- chen, Wien 2010</p> <p>Olfert, K.; Rahn, H.-J.: Einführung in die Betriebswirtschafts- lehre, 11. Aufl., Herne 2013</p> <p>Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl., Berlin 2016</p> <p>Wöhe, G.; Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebs- wirtschaftslehre, 26. Aufl., München 2016</p>
Besonderes:	Übertragung der theoretischen Inhalte auf die Berufspraxis in Form von Online-Aufgaben

Modul-Nr./Code:	B120
Modulbezeichnung:	Materialwirtschaft und Produktion
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	1. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Betriebswirtschaftslehre im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden können die Bedeutung der Materialwirtschaft und der Produktion auch im Kontext sich ändernder Rahmenbedingungen. Sie kennen die wesentlichen materialwirtschaftlichen Ziele und Instrumente wie z. B. ABC-Analyse, Nutzwertanalyse oder Lieferantanalyse und können anschließend selbständig eine Lieferantenauswahl nach betriebspezifischen Kriterien durchführen. Im Rahmen der Produktion kennen sie vor allem unterschiedliche Fertigungsverfahren und Fertigungstypen, die sie auch kritisch bewerten können. Sie kennen zudem unterschiedliche Produktionsplanungs- und -steuerungssysteme. Sowohl im Rahmen der Materialwirtschaft als auch der Produktion sind die Studierenden in der Lage, relevante Entscheidungen unter Zugrundelegung spezifischer Methoden rechnerisch und/oder grafisch zu ermitteln (z. B. Ermittlung der optimalen Bestellmenge, des optimalen Lagerbestandes oder der optimalen Losgröße).
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Definitionen • Aufgaben und Ziele der Materialwirtschaft • Beschaffungsmarktforschung • Beschaffungsplanung, -arten und -strategien

	<ul style="list-style-type: none"> • Mengenplanung • Lagerhaltung • Entscheidungsgrundlagen für „Make or buy“ Entscheidungen • Internationale Lieferketten • Auftrags- und Bereitstellungsplanung bei Fremdbezug • Aufgaben und Ziele einer modernen Produktion • Produktionstypen • Grundkonzepte der Produktionsplanung und –steuerung • Internationale Produktionsnetzwerke
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Bearbeitung eines Falls aus dem theoretischen Input, Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Thommen J.-P. et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 9. Aufl., Wiesbaden 2020</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Bräking, E.; Oidtman, K.: Power im Procurement. Erfolgreich einkaufen – Wettbewerbsvorteile sichern – Gewinne steigern, Wiesbaden 2012</p> <p>Corsten, H.; Gössinger, R.: Produktionswirtschaft. Eine Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, 13. Aufl., München 2012</p> <p>Krampf, P.: Beschaffungsmanagement. Eine praxisorientierte Einführung in Materialwirtschaft und Einkauf, München 2014</p> <p>Schneeweiß, C.: Einführung in die Produktionswirtschaft, 8. Aufl., Berlin, Heidelberg 2008</p>
Besonderes:	Übertragung der theoretischen Inhalte auf die Berufspraxis in Form von Online-Aufgaben

Modul-Nr./Code:	B130
Modulbezeichnung:	Marketing
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	2. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Betriebswirtschaftslehre im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht/4 SWS
Studien-/Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, den gesamten Marketingprozess und die damit zusammenhängenden Aufgaben zu beschreiben. Zentrale Marktforschungsmethoden wie z. B. Befragungen können sie selber entwerfen und die Ergebnisse interpretieren. Das marketingpolitische Instrumentarium können die Studierenden nach den Anforderungen der Umwelt des Unternehmens und unter Berücksichtigung der allgemeinen unternehmenspolitischen und spezifischen Marketing-Ziele sowie der identifizierten Marktsegmente differenziert einsetzen. Sie sind damit in der Lage, ein Marketing-Konzept in ihrer Grundstruktur zu erstellen.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Wandel vom Verkäufer- zum Käufermarkt • Begriff und Bedeutung des Marketing • Erklärungsansätze des Käuferverhaltens • Marktforschung: Primär- und Sekundärforschung

	<ul style="list-style-type: none"> • Marktsegmentierung • Strategische Marketingplanung • Marketingpolitisches Instrumentarium <ul style="list-style-type: none"> ○ Produkt- und Programmpolitik ○ Kommunikationspolitik ○ Preispolitik ○ Distributionspolitik • Marketingcontrolling • Marketing im internationalen Kontext
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Konzeption eines Fragebogens und Durchführung einer Befragung, Auswertung der Befragung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Grunwald, G.; Schwill, J.: Toolbox Marketing. Praxiserprobte Werkzeuge für die gelungene Marketingarbeit, Stuttgart 2019</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis. Mit Online-Extras, 14. Aufl., Wiesbaden 2019</p> <p>Grunwald, G.; Schwill, J.: Beziehungsmarketing: Gestaltung nachhaltiger Geschäftsbeziehungen – Grundlagen und Praxis, Stuttgart 2017</p> <p>Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 5. Aufl., Wiesbaden 2017</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C.; Piercy, N.: Grundlagen des Marketing, 7. Aufl., Hallbergmoos 2019</p> <p>Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Marketing. Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele, 5. Aufl., Wiesbaden 2017</p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden 2019</p> <p>Walsh, G.; Deseniss, A.; Kilian, T.: Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies, 3. Aufl., Berlin 2020</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B150
Modulbezeichnung:	Human Resources Management und Organisationsmanagement
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	3. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Betriebswirtschaftslehre im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die Aufgaben im Bereich des Human Resources Management. Sie erkennen die Bedeutung dieses Bereiches unter den Einflüssen vor allem der externen Umwelt. Sie kennen und verstehen die verschiedenen Instrumente des Human Resources Management und wenden sie auf einfache Aufgabenstellungen an. Die Studierenden kennen verschiedene Möglichkeiten der Unternehmensorganisation. Sie können verschiedene Formen der Aufbauorganisation analysieren und ihren effizienten Einsatz auf Unternehmen unterschiedlichster Voraussetzungen begründen. Die Prozessorganisation ordnen sie nach der Wichtigkeit für unterschiedliche Unternehmensformen und erläutern die verschiedenen Möglichkeiten der Analyse und Restrukturierung in diesem Bereich. Moderne Organisationsformen sowie Möglichkeiten der Organisationsentwicklung können sie erläutern.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Definitionen • Theoretische Ansätze als Ausgangspunkt personalpolitischer Entscheidungen

	<ul style="list-style-type: none"> • Rahmenbedingungen des Human Resources Management • Zentrale personalpolitische Entscheidungsbereiche <ul style="list-style-type: none"> ○ Personalplanung ○ Personaleinsatz ○ Personalbeschaffung ○ Personalauswahl ○ Personalentgeltfindung ○ Personalfreistellung ○ Personalentwicklung • Ausgewählte personalpolitische Problembereiche <ul style="list-style-type: none"> ○ Fehlzeiten ○ Personalcontrolling • Organisationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriffliche Grundlegung ○ Zielsetzungen, Aufgaben ○ Aufbauorganisation ○ Ablauforganisation ○ Organisatorischer Wandel • Aspekte des Personalmanagements internationaler Unternehmen • Internationale Netzwerkorganisationen
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Bearbeitung eines Falls aus dem theoretischen Input, Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Thommen J.-P. et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 9. Aufl., Wiesbaden 2020</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, 7. Aufl., Stuttgart 2016</p> <p>Jung, H.: Personalwirtschaft, 10. Aufl., München 2017</p> <p>Oechsler, W.: Personal und Arbeit. Einführung in das Personalmanagement, 10. Aufl. München, Wien 2018</p> <p>Olfert, K.: Personalwirtschaft, 17. Aufl., Ludwigshafen (Rhein) 2019</p> <p>Vahs, D.: Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch, 10. Aufl., Stuttgart 2019</p>
Besonderes:	Übertragung der theoretischen Inhalte auf die Berufspraxis in Form von Online-Aufgaben

Modul-Nr./Code:	B140
Modulbezeichnung:	Finanzierung und Investition
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	3. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Betriebswirtschaftslehre im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Andreas Wilms
Dozent/in:	Dipl.- Finw. Detlef Hergaden
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden haben methodische Fähigkeiten zur Vorbereitung optimaler Entscheidungen auf quantitativer Grundlage. Im Bereich der Investition verfügen sie über Kenntnisse der Bewertung der Investitionsalternativen mit den grundlegenden Methoden der statischen und dynamischen Investitionsrechnung. Im Bereich der Finanzierung kennen sie die Finanzierungsalternativen (Innen- vs. Außenfinanzierung; Eigen- vs. Fremdfinanzierung) und können sie bewerten sowie finanzierungsrelevante Lösungen entwickeln. Die Studierenden sind ebenfalls in der Lage, bei der Finanzplanung und der finanzwirtschaftlichen Unternehmensanalyse mitzuwirken.
Inhalte:	Finanzwirtschaftliche Grundlage Finanzplanung Grundlagen Investitionsrechnung <ul style="list-style-type: none"> - Statische Verfahren - Dynamische Verfahren

	<p>Grundlagen Finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innen- vs. Außenfinanzierung - Eigen- vs. Fremdfinanzierung <p>Finanzwirtschaftliche Unternehmensanalyse</p>
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Vorlesung mit gemischten Medien (Folien, Tafelarbeit, Beamer etc.)</p> <p>Übungen u. a. im Labor, am Computer etc.</p> <p>Fallstudiendiskussion</p>
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Thommen J.-P. et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 9. Aufl., Wiesbaden 2020</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition, 32. Aufl., München 2015</p> <p>Perridon, L.; Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 12. Aufl., München 2012</p> <p>Putnoki, H.; Schwadorf, H.; Then Berg, F.: Investition und Finanzierung, München 2011</p> <p>Zantow, R.; Dinauer, J.; Schäffler, Ch.: Finanzwirtschaft des Unternehmens, 4. Aufl., München 2016</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B310
Modulbezeichnung:	Mikroökonomische Entscheidungsmodelle
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	1. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Volkswirtschaftslehre im Studiengang.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Romy Niemann
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 25 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 80 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 2 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die einzelnen Akteure der Volkswirtschaft. Sie sind in der Lage, grundlegende Zusammenhänge im ökonomischen Verhalten von Individuen/einzelnen Unternehmen zu beschreiben. Die wichtigsten Marktformen können auf spezielle Teilmärkte angewandt und die damit verbundenen Marktsituationen können analysiert werden. Mikroökonomische Einflüsse des Staates können analysiert und hinsichtlich der zu erwartenden Ergebnisse bewertet werden, um im späteren betriebswirtschaftlichen Berufsfeld mögliche Einflussnahmen auf Unternehmen und Kunden einordnen zu können.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Volkswirtschaftslehre: <ul style="list-style-type: none"> ○ Abgrenzung zur Betriebswirtschaftslehre ○ Struktur der VWL ○ Methodendarstellung • Haushaltstheorie: <ul style="list-style-type: none"> ○ Betrachtung des Nutzens menschlicher Handlungen ○ Die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen ○ Der zeitveränderliche Konsum über Sparen und Kredite

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Das Arbeitsangebot incl. des Einflusses weiterer Einkommen • Unternehmenstheorie: <ul style="list-style-type: none"> ○ Die Produktionsfunktionen und der technische Fortschritt ○ Die Kostenbetrachtung in der VWL ○ Die Gewinnmaximierung der Unternehmen (Minimalkostenkombination) und die Nachfrage nach Produktionsfaktoren ○ Das Verhalten von Unternehmen am Markt • Markttheorie: <ul style="list-style-type: none"> ○ Das Einordnen und Abgrenzen von Märkten ○ Preisbildungs- und Wettbewerbsmöglichkeiten ○ Das Konzept des vollkommenen Marktes von Jevons ○ Marktformen und deren Mengen- und Preisbestimmungen. ○ Volkswirtschaftliche Einordnung der einzelnen Marktformen. ○ Eingriffe des Staates in Märkte und deren Auswirkungen.
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Fachliteratur und studienbegleitendem Folienmaterial, Vorlesung mit gemischtem Medieneinsatz, Besprechung von Aufgabenstellungen, Diskussionen über die Lernplattform Moodle
Literatur:	<p><i>Literaturempfehlung:</i> Lorenz, W. <mikro online>, in: http://www.mikrooekonomie.de/ (o.J.)</p> <p>Paschke, D.: Mikroökonomie anschaulich dargestellt, Heidenau 2008</p> <p>Pindyck, R.; Rubinfeld, D. L.; Krupp, A.: Mikroökonomie + Übungsbuch, München 2009</p> <p>Sloman, J.: Mikroökonomie, 3. Aufl. (nur noch in Bibliotheken und antiquarisch)</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B320
Modulbezeichnung:	Makroökonomisches Umfeld unternehmerischer Entscheidungen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	2. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Volkswirtschaftslehre im Studiengang.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Romy Niemann
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 25 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 80 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 2 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten), oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen den grundlegenden Kreislaufaspekt einer Volkswirtschaft und die damit verbundenen Akteure. Sie können die einzelnen Teilmärkte benennen, die Bestandteile beschreiben und die Wirkungsweise verstehen. Sie können die unterschiedlichen volkswirtschaftlichen Schulen und deren Erkenntnisse auf aktuelle Sachverhalte anwenden und Problemstellungen der realen Wirtschaft analysieren und anhand der theoretischen Wirtschaftspolitik die Auswirkungen der Geld- und Fiskalpolitik einordnen.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Die Darstellung der Volkswirtschaftlichen Gesamtbetrachtung und die Entstehung, Verwendung und Verteilung des Bruttoinlandsprodukts • Die klassische Theorie: <ul style="list-style-type: none"> - Betrachtung der einzelnen Teilmärkte und der dort existierenden Preismechanismen - Einführung des Geldes und dessen Funktionen

	<ul style="list-style-type: none"> - Das Zusammenwirken aller Märkte und aller Akteure anhand des Totalmodells - Die Rolle des Staates • Die keynesianische Theorie: <ul style="list-style-type: none"> - Die gesamtwirtschaftliche Nachfrage und deren Bestandteile - Das IS-LM-Modell als Verbindung von Geld-, wertpapier- und Kapitalmarkt + Erweiterung zum Mundell-Fleming-Modell - Geld- und Fiskalpolitik - Die Keynesfälle der Entstehung von Arbeitslosigkeit • Internationale Wirtschaftsbeziehungen und ausgewählte Probleme der internationalen Makroökonomik
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Fachliteratur und studienbegleitendem Folienmaterial, Vorlesung mit gemischtem Medieneinsatz, Besprechung von Aufgabenstellungen, Diskussionen über die Lernplattform Moodle, Arbeiten mit interaktiven Javatools
Literatur:	<p><i>Literaturempfehlung:</i> Felderer, B.; Homburg, S.: Makroökonomik und neuere Makroökonomik + Übungsbuch, Heidelberg 2005</p> <p>Krugmann, P.; Obstfeld, M.: Internationale Wirtschaft, München 2011</p> <p>Mankiw, G.: Makroökonomie, Stuttgart 2011</p> <p>Siebert, H.; Lorz, O.: Außenwirtschaft, Stuttgart 2006</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B610
Modulbezeichnung:	Wirtschaftsmathematik
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	1. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Mathematik/ Statistik im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Hugo Schlichting
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz und 105 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, mathematische Instrumente zur Lösung ökonomischer Problemstellungen anzuwenden. Dazu sind grundlegende mathematische Kenntnisse und Fertigkeiten notwendig. Insbesondere erfolgt eine Einführung in die Finanzmathematik, um Zahlungs- und Zinsströme zu ermitteln und inhaltlich in die Betriebswirtschaftslehre einzubetten.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzmathematik <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundbegriffe und Grundlagen ○ Ermittlung von Effektivzinssätzen ○ Rentenrechnung • Anwendung der Differentialrechnung in der Ökonomie • Anwendung der Integralrechnung in der Ökonomie
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesungen während der Präsenzen Ausgewählte Übungen während der Präsenzen Selbststudium ausgewählter Themen Übungen im Rahmen des Selbststudiums

Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Christiaans, Th.; Ross, M.: Wirtschaftsmathematik für das Bachelor-Studium, 2. Aufl., Wiesbaden 2016</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Schoening, M.: Mathematik – Vorbereitung auf ein Studium, Brandenburg 2011</p> <p>Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 17. Aufl., Berlin 2013</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B620
Modulbezeichnung:	Statistik
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	2. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Mathematik/Statistik im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Autor/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Hugo Schlichting
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz und 105 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der deskriptiven Statistik und sind in der Lage, statistische Maßzahlen zu berechnen und zu interpretieren.
Inhalte:	Grundlagen und Begriffe <ul style="list-style-type: none"> • Lagemaße <ul style="list-style-type: none"> ○ Arithmetisches Mittel ○ Median ○ Modus ○ Geometrisches Mittel • Streuungsmaße <ul style="list-style-type: none"> ○ Varianz ○ Standardabweichung ○ Variationskoeffizient • Indexzahlen <ul style="list-style-type: none"> ○ Preis- und Mengenindizes nach LASPEYERES und PAASCHE ○ Verbraucherpreisindex (VPI) ○ Aktienindizes

	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitreihenanalysen <ul style="list-style-type: none"> ○ Linearer Trend ○ Quadratischer Trend ○ Exponentieller Trend
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Vorlesungen während der Präsenzen Ausgewählte Übungen während der Präsenzen Selbststudium ausgewählter Themen Übungen im Rahmen des Selbststudiums</p>
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Holland, H.; Scharnbacher, K.: Grundlagen der Statistik, 8. Aufl., Wiesbaden 2010</p> <p><i>ergänzende Literatur</i> Bleymüller, J.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 17. Aufl., München 2015</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B630
Modulbezeichnung:	Wahrscheinlichkeitsrechnung
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	3. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Mathematik/ Statistik im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Schwill
Dozent/in:	Dr. Hugo Schlichting
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 105 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten), oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden erwerben Kenntnisse über die Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung und der schließenden Statistik. Sie sind in der Lage, diese Kenntnisse anzuwenden und Intervallschätzungen, Stichprobenanalysen und Hypothesenschätzungen im Rahmen eines betriebswirtschaftlichen Kontextes vorzunehmen.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundbegriffe ○ Rechnen mit Wahrscheinlichkeiten ○ Entscheidungsbaumanalyse • Diskrete Verteilungen • Stetige Verteilungen <ul style="list-style-type: none"> ○ Normalverteilung und Standardnormalverteilung ○ Repräsentations- und Inklusionsschluss ○ Intervallschätzung ○ Stichprobenumfang

	<ul style="list-style-type: none"> • Hypothesentestverfahren
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Vorlesungen während der Präsenzen Ausgewählte Übungen während der Präsenzen Selbststudium ausgewählter Themen Übungen im Rahmen des Selbststudiums</p>
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Holland, H.; Scharnbacher, K.: Grundlagen statistischer Wahrscheinlichkeiten, Wiebaden 2004</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Bleymüller, J.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 17. Aufl., München 2015</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B710
Modulbezeichnung:	Recht des unternehmerischen Geschäftsverkehrs
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls	Einsemestrig
Studiensemester:	3. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Recht im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	RA Ronald Wolfgang Scholz (2. jurist. Staatsexamen)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 16 Stunden Präsenz, 44 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 65 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verfügen über ein generalistisches fachliches und methodisches Verständnis der Rechtsanwendung. Sie haben Kenntnis über den Allgemeinen Teil des BGB, das Schuldrecht und das Sachenrecht sowie in der Durchsetzung zivilrechtlicher Ansprüche. Sie sind in der Lage, diesbezügliche kleinere Rechtsfälle zu lösen.
Inhalte:	Im Modul erwerben die Studierenden generelle Rechtskenntnisse zum unternehmerischen Geschäftsverkehr, um insbesondere die Grundlagen der Vertragsgestaltung, die schuld- und sachenrechtlichen Ansprüche sowie familien- und erbrechtliche Aspekte zu erkennen und anzuwenden. Gleichermaßen werden sie befähigt, auf dieser Grundlage Kenntnisse zur außergerichtlichen und gerichtlichen Durchsetzung unternehmerischer Ansprüche zu entscheiden.
Lehr- und Lernmethoden:	Die wichtigsten Wissensinhalte werden von den Studierenden soweit wie möglich und unter strukturierender Begleitung des Dozenten im Eigenstudium vorbereitet, im Lehrgespräch vertieft und durch Sachverhaltslösungen weiterentwickelt und

	gesichert. Dabei ist auf eine möglichst interaktive und seminaristische Unterrichtsgestaltung zu achten. Das Finden, Verstehen und Anwenden der konkreten Rechtsnorm auf den jeweiligen Geschäftsvorfall ist zu fordern.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre</i></p> <p>Bürgerliches Gesetzbuch: BGB (aktuellste, überarbeitete Aufl.), Beck-Texte im dtv, München (o. J.)</p> <p>Wörten R.; Metzler-Müller, K.: BGB AT: Einführung in das Recht, 14. Aufl., München 2016</p> <p>Wörten R.; Müller-Metzler, K.: BGB Schuldrecht BT, 12. Aufl., München 2016</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i></p> <p>Schröter, M.: Skript zur Durchsetzung zivilrechtlicher Ansprüche, Brandenburg 2017</p> <p>Zivilprozessordnung: ZPO (aktuellste, überarbeitete Aufl.), Beck-Texte im dtv, München (o. J.)</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B720
Modulbezeichnung:	Wirtschaftsrecht
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Recht im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	RA Ronald Wolfgang Scholz (2. jurist. Staatsexamen)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 16 Stunden Präsenz, 44 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 65 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Klausur (90 Minuten)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verfügen über ein generalistisches fachliches und methodisches Verständnis der Rechtsanwendung. Sie haben Kenntnisse zur rechtlichen Bestimmung und der Stellung eines Kaufmanns, der Hilfspersonen der Kaufleute und Besonderheiten der Handelsgeschäfte. Sie verfügen über die Fähigkeit, das besondere Recht der Kaufleute auf unternehmerische Sachverhalte anzuwenden. Die Studierenden haben einen Überblick über die in der KMU-Praxis relevanten Personen- und Kapitalgesellschaften. Sie kennen die rechtlichen Voraussetzungen der Gründung und Auflösung dieser Gesellschaften, ihre haftungsrechtliche Differenzierung und die geltenden Regelungen zur Vertretung und Geschäftsführung.
Inhalte:	Im Modul erwirbt der Studierende Rechtskenntnisse zur <ul style="list-style-type: none"> • Rechtsstellung Kaufmann, • Hilfspersonen des Kaufmanns, • Handelsgeschäfte, • Struktur der Personengesellschaften, • Struktur der Kapitalgesellschaften, • Haftung der Gesellschaften und gesetzlicher Vertreter und • Gründe sowie • Rechtsfolgen der Auflösung von Gesellschaften

Lehr- und Lernmethoden:	Die wichtigsten Wissensinhalte werden von den Studierenden soweit wie möglich und unter strukturierender Begleitung des Dozenten im Eigenstudium vorbereitet, im Lehrgespräch vertieft und durch Sachverhaltslösungen weiterentwickelt und gesichert. Dabei ist auf eine möglichst interaktive und seminaristische Unterrichtsgestaltung zu achten. Das Finden, Verstehen und Anwenden der konkreten Rechtsnorm auf den jeweiligen Geschäftsvorfall ist zu fordern. Vorlesung mit Tafel, begleitende Übungen mit Hausaufgaben.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Handelsgesetzbuch (aktuellste, überarbeitete Aufl.), Beck-Texte im dtv, München (o.J.).</p> <p>Wörten, R., Kokemoor, K.: Sachenrecht mit Kreditsicherungsrecht, 10. Aufl., München 2017</p> <p>Wörten, R., Kokemoor, K.: Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht, 12. Aufl., München 2017</p> <p><i>ergänzende Literatur:</i> Alpmann, Schmidt: Gesellschaftsrecht, Münster 2012</p> <p>Gesellschaftsrecht (aktuellste, überarbeitete Aufl.), Beck-Texte im dtv, München (o.J.)</p> <p>Wörten R.: Handelsrecht, Köln 2010</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B210
Modulbezeichnung:	Interkulturelles Team- und Projektmanagement
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Betriebswirtschaftslehre im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill Dipl. - Betriebsw. (FH) Emil Hondelink
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 18 Stunden Präsenz, 42 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 65 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Problem Based Learning/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten), oder 3. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden können Projekte charakterisieren und die Aufgaben und Instrumente des Projektmanagements erläutern. Sie kennen die Methoden der (internationalen) Projektplanung und des Projektcontrollings und können sie anwenden. Sie können sich schnell in neue Aufgabengebiete einarbeiten und haben die Fähigkeit zur projektbezogenen (interkulturellen) Teamarbeit. Sie sind in der Lage, ein Projekt zu planen, zu organisieren, umzusetzen und zu kontrollieren.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Management und Führung von Unternehmen im internationalen Kontext • Methoden, Instrumente und Vorgehensmodelle zu Teamarbeit im interkulturellen Kontext • Innovationsmanagement im Kontext der internationalen Projektarbeit <ul style="list-style-type: none"> ○ Gründe für Innovationen ○ Aufbau eines Innovationsmanagementkonzeptes ○ Kreativitätstechniken ○ Ideengenerierung ○ Open Innovation-Konzepte ○ Voraussetzungen für Innovationsmanagement

	<ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement <ul style="list-style-type: none"> ○ Organisation des Projektmanagement ○ Instrumente des Projektmanagement ○ Projektstrukturplan ○ Projektablaufplan ○ Ressourcenplanung ○ Zeitplanung ○ Kostenplanung ○ Projektmanagement im internationalen Kontext
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen auch online, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, Lösung der Fallstudien über WIKIS.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Becker, L.; Gora, W.; Wagner, R. (Hrsg.): Erfolgreiches interkulturelles Projektmanagement, Düsseldorf 2015</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Bannys, F.: Interkulturelles Management. Konzepte und Werkzeuge für die Praxis, Weinheim 2012</p> <p>Gassmann, P.; Sutter, O.: Praxiswissen Innovationsmanagement. Von der Idee zum Markterfolg, 3. überarb. Aufl., München 2013</p> <p>Haller, P.; Nägele, U.: Praxishandbuch Interkulturelles Management, Berlin 2013</p> <p>Hoffmann, H.-E.; Schoper, Y.-G.; Fitzsimons, C. J.: Internationales Projektmanagement. Interkulturelle Zusammenarbeit in der Praxis, München 2004</p> <p>Keup, M.: Internationale Kompetenz, Wiesbaden 2010</p> <p>Kuster, J.; Huber, E.; Lippmann, R.; Schmid, A.; Schneider, E.; Witschi, U.; Wüst, R.: Handbuch Projektmanagement, 3. erw. Aufl., Berlin 2011</p> <p>Litke, H.-D.: Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement, 5. Aufl., München 2007</p> <p>Schelle, H.: Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt, 7. Aufl., München 2014</p> <p>Thomas, A., Kammhuber, Schroll-Machl, S.: Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation Band 2. Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit, 2. Aufl., Göttingen 2007</p> <p>Thonemann, U.: Operations Management. Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3. akt. Aufl., München 2015</p> <p>Vahs, D.; Bream, A.: Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 4. überarb. Aufl., Stuttgart 2013</p> <p>Wannke, M.; Storm, M.; Liebsch, U.: Wie erfolgreiche Ideen entstehen und umgesetzt werden, Wiesbaden 2012</p>
Besonderes:	Problem Based Learning, WIKIS

Modul-Nr./Code:	B220
Modulbezeichnung:	Internationales Management
ggf. Lehrveranstaltungendes Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Betriebswirtschaftslehre im Studiengang. Dieses Modul kann auch als Grundlagenmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 18 Stunden Präsenz, 42 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 65 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Problem Based Learning/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die grundlegenden Aspekte des internationalen Managements und den kulturellen Einfluss im Rahmen von Internationalisierungsentscheidungen. Sie können unterschiedliche Methoden zur Analyse der strategischen Ausgangsposition differenzieren, einsetzen und beurteilen. Sie sind in der Lage, eine länderübergreifende Marktforschung zu konzipieren. Des Weiteren sind sie befähigt, eine Internationalisierungsstrategie zu planen. Die Studierenden sind zudem in der Lage, im Rahmen des funktionalen Managements Entscheidungen vor allem im Kontext des internationalen Marketing und des internationalen Personalmanagements vorzubereiten und ihren Einsatz kritisch zu reflektieren.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Internationales Management als betriebswirtschaftliche Teildisziplin • Internationalisierungsmotive, -anreize und -hemmnisse • Kultureller Einfluss in der Internationalisierung • Analyse der Ausgangssituation

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Analyse der Makro- und Mikroumwelt ○ Branchenanalyse ○ Wettbewerbsanalyse und Analyse des Wettbewerbsvorteils ○ Analyse von Ressourcen und Fähigkeiten ○ Länderübergreifende Marktforschung ● Planung der Internationalisierungsstrategie <ul style="list-style-type: none"> ○ Strategieformulierung und international Strategieoptionen ○ Diskussion wesentlicher Teilstrategien ○ Nachhaltigkeitsstrategien ● Funktionales Management in internationalen Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> ○ Überblick über Möglichkeiten des funktionalen Managements ○ Internationales Marketingmanagement ○ Internationales Personalmanagement
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand Literatur; Vorlesung, Gruppenübungen auch online, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, Lösung der Fallstudien über WIKIS.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Holtbrügge, D.; Welge, M. K.: Internationales Management. Theorien, Funktionen, Fallstudien, 6. Aufl., Stuttgart 2015</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Backhaus, K.; Voeth, M.: Internationales Marketing, 6. Aufl., Stuttgart 2010</p> <p>Bleuel, H.-H.: Internationales Management. Grundlagen, Umfeld und Entscheidungen, Stuttgart 2017</p> <p>Blom, H.; Meier, H.: Interkulturelles Management, 3. Aufl., Herne 2017</p> <p>Meier, H.; Roehr, S. (Hrsg.): Einführung in das Internationale Management, Herne, Berlin 2004</p> <p>Perlitz, M.; Schrank, R.: Internationales Management, 6. Aufl., Konstanz und München 2013</p> <p>Scherm, E.; Süß, S.: Internationales Management. Eine funktionale Analyse, München 2001</p> <p>Shenkar, O.; Luo, Y.: International Business, Hoboken 2004</p> <p>Sure, M.: Internationales Management. Grundlagen, Strategien und Konzepte, Wiesbaden 2017</p> <p>Wiesner, K.: Internationales Management, München 2005</p> <p>Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, 3. Aufl., Wiesbaden 2013</p>
Besonderes:	Problem Based Learning, WIKIS

Modul-Nr./Code:	B3200
Modulbezeichnung:	Praxisprojekt
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul kann auch in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden (z. B. Wirtschaftsinformatik).
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	StudiengangsmanagementmitarbeiterInnen sowie Lehrende, die über Work Based Learning Kenntnisse verfügen.
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung ⁹ :	Insgesamt 125 Stunden, davon 65 Stunden Selbststudium und 60 Stunden berufsintegrierende Projektarbeit
Lehrform/SWS:	//
Studien-/ Prüfungsleistungen:	1. Variante: Projektarbeit: Erstellung eines Projektberichts, dessen Umfang ca. 20 Seiten (ohne Anhänge) beträgt. 2. Variante: Exposé zur Bachelorarbeit mit praktischer Fragestellung (ca. 15 Seiten) Die Bewertung erfolgt mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Im Praxisprojekt wenden die Studierenden den in den Modulen erarbeiteten Stoff im Rahmen ihrer Berufstätigkeit bzw. ihres Praktikums an und können die Ergebnisse schriftlich nach wissenschaftlichen Kriterien bzw. formalen Anforderungen dokumentieren. Die Kompetenzen der Studierenden, präzise Forschungsfragen (bzw. Hypothesen) zu formulieren und diese auf Basis methodischer Instrumente und Operationalisierungen eigenständig zu beantworten, werden gefördert. Sie sind in der Lage, die theoretischen Grundlagen im Studium und deren Anwendung in der Praxis kritisch zu reflektieren.
Inhalte:	Das betreute Praxisprojekt ist ein in das Studium integrierter Abschnitt der Berufspraxis. Die Studierenden nehmen eine mit dem Betreuer abgestimmte Aufgabenstellung mit an ihren Arbeitsplatz in einem Unternehmen, setzen sich praktisch intensiv mit diesem Thema auseinander und dokumentieren dieses anhand eines Projektberichtes von ca. 20 Seiten Umfang. Sie bekommen dadurch die Gelegenheit sich schwerpunktspezifisch kritisch

	<p>mit praktischen Tätigkeiten auseinander zu setzen (Reflexion).</p> <p>Alternativ dazu erstellen die Studierenden ein Konzept ihrer Bachelorarbeit. Sie strukturieren ihre Arbeit und Formulieren die Problemstellung, sowie Fragestellung und Hypothesen. Sie beschreiben die erwarteten Ergebnisse und reflektieren diese an Hand von realistischen Ziel- Ergebniskombinationen.</p>
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium, Projektarbeit inklusive der Anfertigung eines Projektberichtes bzw. eines Exposés
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Friedrich, E.; Reuß, S.; Schwill, U.: Leitfaden für die Durchführung des Praxisprojekts und die Erstellung und Gestaltung eines Projektberichts für das Modul Praxisprojekt II im berufsbegleitenden Bachelorstudien- gang Betriebswirtschaftslehre, Brandenburg 2015</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Bischof, A.; Bischof, K.: Selbstmanagement. Effektiv und effizient, 6. Aufl., Freiburg 2015 Cottrell, S.: The Study Skills Handbook, New York 2003 Eckeberg, P.: Zeit- und Selbstmanagement. Situationsana- lyse, Zielfindung, Maßnahmen- und Zeitplanung, München 2004 Franck, N.; Sary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbei- tens: Eine praktische Anleitung, 16. Aufl., Stuttgart 2011 Karmasin, M., Ribing, R.: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Ba- chelor-, Master- und Magisterarbeiten sowie Disserta- tionen, 8. Aufl., Stuttgart 2014 Kornmeier, M.: Wissenschaftliche schreiben leicht gemacht – für Bachelor, Master und Dissertation, 7. Aufl., Bern 2016 Litke, H.-D.: Projektmanagement. Methoden, Techniken, Ver- haltensweisen, Evolutionäres Projektmanagement. 5. Aufl., München 2007</p> <p>Sowie Fachliteratur bezüglich der zu bearbeitenden Aufgabenstellung.</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4021
Modulbezeichnung:	Grundlagen des Arbeitsrechts und Individualarbeitsrecht
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	RA Heidi Müßig (2. jurist. Staatsexamen)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (10-20 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen rechtliche Regelungen der arbeitsrechtlichen Normen und sind in der Lage, diese auf entsprechende arbeitsrechtliche Beziehung, insbesondere vertraglicher Art, anzuwenden.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Arbeitsrechts <ul style="list-style-type: none"> ○ Einführung in das Arbeitsrecht ○ Rechtsquellen des Arbeitsrechts • Individualarbeitsrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Begründung eines Arbeitsverhältnisses ○ Inhalt von Arbeitsverträgen ○ Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis ○ Beendigung des Arbeitsverhältnisses
Lehr- und Lernmethoden:	Die Lehre basiert aus einem Methodenmix aus: interaktiver und seminaristischer Unterrichtsgestaltung und animierendem Selbststudium und strukturiert begleitendem Eigenstudium und hat das Ziel des Verstehens und Anwendens von korrekten Rechtsnormen auf typische Rechtsfälle

Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre</i> Richardi, R.: Arbeitsgesetze: ArbG (fortlaufend aktuelle Aufl.)</p> <p>Wörten, R., Kokemoor, A.: Arbeitsrecht – Lernbuch Strukturen Übersichten, 12. Aufl., München 2017</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Marschollek, G.: Arbeitsrecht, 20. Aufl., Münster 2015</p> <p>Schade, F.: Arbeitsrecht, 2. Aufl., Stuttgart 2013 (fortlaufend aktuelle Aufl.)</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4022
Modulbezeichnung:	Schutzrechte der Arbeitnehmer und Kollektivarbeitsrecht
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	RA Heidi Müßig (2. jurist. Staatsexamen)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Grundlagen des Arbeitsrechts und Individualarbeitsrecht“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsbegleitende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen Grundregelungen des technischen und sozialen Arbeitsschutzes sowie des kollektiven Arbeitsrechtes und sind in der Lage, entsprechende arbeitsrechtliche Vorgänge anzuwenden.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Technischer und sozialer Arbeitsschutz <ul style="list-style-type: none"> ○ Allgemeiner Kündigungsschutz ○ Besonderes Arbeitsschutzrecht ○ Arbeitsgerichtsbarkeit • Kollektives Arbeitsrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Tarifvertragsrecht ○ Arbeitskampfrecht ○ Betriebliche Mitbestimmung
Lehr- und Lernmethoden:	Die Lehre basiert aus einem Methodenmix aus: <ul style="list-style-type: none"> • interaktiver und seminaristischer Unterrichtsgestaltung und animierendem Selbststudium und • strukturiert begleitendem Eigenstudium und hat das Ziel des Verstehens und Anwendens von korrekten Rechtsnormen auf typische Rechtsfälle

Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre</i> Junker, A.: Grundkurs Arbeitsrecht, 16. Aufl., München 2017</p> <p>Richardi, R.: Arbeitsgesetze: ArbG (fortlaufend aktuelle Aufl.), München 2017</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Marschollek, G.: Arbeitsrecht, 20., neu bearbeitete Aufl., Münster 2015</p> <p>Schade, F.: Arbeitsrecht, 2. Aufl., (fortlaufend aktuelle Aufl.), Stuttgart 2013</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4031
Modulbezeichnung:	Unternehmensnachfolge
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Dauer des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche und rechtliche Probleme der Unternehmenssicherung, -fortführung und -nachfolge zu bewerten und zu lösen. Sie begreifen die Nachfolge und Übernahme als Einheiten betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Anwendungen und verfügen über grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten zu deren Umsetzung. Sie können Nachfolge- und Übernahmekonzepte entwickeln und problemlösungsorientiert umsetzen.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Wertermittlung eines Unternehmens, • Umsatz und Gewinnvorausschau, • Grundlagen der Preisermittlung, • Finanzierung, • geeignete Unternehmensformen • Vertragliche Grundlagen im nationalen Kontext, • Aspekte des Familien- und Erbrechts, • geeignete Unternehmensformen und Haftungsaspekte bei Betriebsübernahme • Steuerrecht,

	<ul style="list-style-type: none"> • Versicherungsfragen, • Vertragsarten zur Übernahme bzw. Weiterführung
Lehr- und Lernmethoden:	Die Lehre basiert aus einem Methodenmix aus: interaktiver und seminaristischer Unterrichtsgestaltung und animierendem Selbststudium und strukturiert begleitendem Eigenstudium und hat das Ziel des Verstehens und Anwendens von korrek- ten Rechtsnormen auf typische Rechtsfälle
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Lehrskripte des Dozenten</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Beisel, D.; Friedhold, E. A.; Biester-Junker, F.: Due Diligence, 3. Aufl., München 2017 Degenhardt K.: Das neue GmbH-Recht ab 2008, VWEW, 2007 Erhardt, M.: Nachfolge in Familienunternehmen, Kornwest- heim 2001 Hermann R.: Unternehmensnachfolge mittelständischer Un- ternehmen, VWEW, 2007 Meyer, A.: Familienmanagement, Stuttgart 2007 Mueller-Harju, D.: Generationswechsel im Familienunterneh- men, Stuttgart 2002 Nagl, A.: Wie regele ich meine Nachfolge?, Stuttgart 2005 Schackmann, V.: Unternehmensnachfolge im Familienbetrieb, Stuttgart 2003</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4032
Modulbezeichnung:	Rechtliche Aspekte der Unternehmensnachfolge
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Michaela Schröter
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Unternehmensnachfolge“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die rechtlichen Grundlagen unternehmerischer Nachfolge und können sie sachbezogen auf Beispiele betrieblicher Unternehmensnachfolge im KMU-Bereich anwenden.
Inhalte:	Rechtliche und steuerliche Aspekte in der Unternehmensnachfolge <ul style="list-style-type: none"> • geeignete Unternehmensformen und Haftungsfragen • Aspekte des Familienrechts • Aspekte des Erbrechts • steuerliche Aspekte
Lehr- und Lernmethoden:	Die Lehre basiert aus einem Methodenmix aus: interaktiver und seminaristischer Unterrichtsgestaltung und animierendem Selbststudium und strukturiert begleitendem Eigenstudium und hat das Ziel des Verstehens und Anwendens von korrekten Rechtsnormen auf typische Rechtsfälle

Literatur:	Lehrskripte der lehrenden Person
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4041
Modulbezeichnung:	IT-Recht – Grundlagen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Michaela Schröter
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verfügen über ein generalistisches fachliches und methodisches Verständnis des Rechts und der Rechtssicherheit im Internet. Insbesondere haben sie Kenntnisse zum Vertragsschluss im Internet, über Anforderungen an Verbraucherverträge, über Rechtsfragen der Internationalität im Internet sowie Kenntnisse über Urheber- und Lizenzrecht. Sie sind in der Lage, diesbezügliche kleinere Rechtsfälle zu lösen.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung E-Commerce Auftritt • Form der Rechtsgeschäfte im Internet • Herkunftslandprinzip • Vertragsschluss im Internet • Online-Verträge • Anforderungen an Verbraucherverträge • Anforderungen an Zahlungsverfahren im Internet
Lehr- und Lernmethoden:	Die Lehre basiert aus einem Methodenmix aus: <ul style="list-style-type: none"> • interaktiver und seminaristischer Unterrichtsgestaltung • und animierendem Lehrgespräch und

	<ul style="list-style-type: none"> • strukturiert begleitendem Eigenstudium und hat das Ziel des Verstehens und Anwendens von korrekten Rechtsnormen auf typische Geschäftsfälle <p>Die Lehre beinhaltet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungen mit Folien und Beamer • Übungen u. a. im Labor, am Computer etc. • Seminarvorträge
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Skript der Lehrveranstaltung</p> <p><i>Gesetze:</i> Bürgerliches Gesetzbuch (aktuellste, überarbeitete Aufl.), Beck- Texte im dtv IT- und Computerrecht (neueste Aufl.), Beck-Texte im dtv</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Hoeren: IT-Vertragsrecht, Köln, 2012 Hoeren: Internet- und Kommunikationsrecht, Köln 2012</p>
Besonderes:	Praxiskontakte zu IT-Unternehmen

Modul-Nr./Code:	B4042
Modulbezeichnung:	IT-Domainrecht/Elektronische Signatur
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Michaela Schröter
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „IT-Recht - Grundlagen“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten), oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verfügen über ein generalistisches fachliches und methodisches Verständnis des Rechts und der Rechtssicherheit im Internet. Insbesondere haben sie Kenntnisse zum Namensrecht, gewerblichen Rechtsschutz unter Sicht digitaler Identifizierung, zu Verschlüsselungsarten digitaler Dokumente bzw. des elektronischen Geschäfts- und Rechtsverkehrs, über prozessrechtliche Beweiserhebung mittels digitaler Dokumente sowie über Besonderheiten des digitalen Datenschutzes und der Aufbewahrung digitaler Dokumente. Sie sind in der Lage, diesbezügliche kleinere Rechtsfälle zu lösen.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • IT-Compliance, rechtliche Haftungsrisiken • Revisionskonforme Gestaltung und Aufbewahrung digitaler Dokumente und Beweisführung mit digitalen Dokumenten • Domainrecht (Namens-, Wettbewerbs- und Markenrecht) • Datenschutz und Datensicherheit

	<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen an digitalen Rechtsverkehr
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Die Lehre basiert aus einem Methodenmix aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • interaktiver und seminaristischer Unterrichtsgestaltung und animierendem Lehrgespräch und • strukturiert begleitendem Eigenstudium und hat das Ziel des Verstehens und Anwendens von korrekten Rechtsnormen auf typische Geschäftsfälle <p>Die Lehre beinhaltet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungen mit Folien und Beamer • Übungen u. a. im Labor, am Computer etc. • Seminarvorträge
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Bürgerliches Gesetzbuch (aktuellste, überarbeitete Aufl.), Beck- Texte im dtv IT- und Computerrecht (neueste Aufl.), Beck-Texte im dtv</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Hoeren, T.: IT-Vertragsrecht, Köln 2012 Hoeren, T.: Internet- und Kommunikationsrecht, Köln 2012</p>
Besonderes:	Praxiskontakte zu IT-Unternehmen

Modul-Nr./Code:	B4051
Modulbezeichnung:	Grundlagen Enterprise Resource Planning (ERP) Systeme
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Robert Franz
Dozent/in:	Prof. Dr. Robert Franz
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (10-20 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Teilnehmer führen in einem ERP-System typische Geschäftsprozesse eines Unternehmens aus. Sie kennen die Architekturen und Berechtigungskonzepte von integrierten betrieblichen Anwendungssystemen. Sie kennen die Komplexität und haben ein Verständnis für die Datenhaltung in solchen Systemen.
Inhalte:	Die Lehrveranstaltung führt in die Konzepte, Architektur und Funktionen von Standardsoftware ein. Diese integrierten betriebswirtschaftlichen Anwendungssysteme spielen heute bei der Wertschöpfung in den Unternehmen und über Unternehmensgrenzen hinweg eine bedeutende Rolle. Anhand von Fallbeispielen soll deshalb der Sinn und Nutzen sowie der Aufbau dieser ERP-Systeme den Teilnehmern aufgezeigt werden. Im Einzelnen sind dies: Softwareklassifikation <ul style="list-style-type: none"> • Eigenentwicklung vs. Standardsoftware • Anwendungszweck und betriebliche Funktionsbereiche

	<p>von ERP-Systemen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Branchenlösungen <p>Anforderungen an Standardsysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführungsprojekte • Sicherung des Funktionsumfangs • Integrationsfähigkeit • Benutzerfreundlichkeit • Wartbarkeit • Zusammenarbeit über System und Unternehmensgrenzen hinweg (EDI, Web-Services, Enterprise Application Integration, e-Commerce) • Aspekte der Sicherheit <p>Architektur von ERP-Systemen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationsstrukturen und -elemente • Berechtigungskonzepte • Datenhaltung <p>Führungsinformationssysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategische Unternehmensplanung • Business Intelligence • Management-Cockpit • Datawarehouse
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung mit gemischten Medien (Beamer und Folien), Übung im PC-Hörsaal in kleinen Gruppen (bis 15 Personen)
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Vorlesungsskript</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Dorrhauer, C., Zlender, A.: Business Software – ERP, CRM, EAI, E-Business – eine Einführung, Tectum 2004</p> <p>Gronau, N.: Enterprise Resource Planning: Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen, Oldenburg 2014</p> <p>Shields, M.: ERP-Systeme und E-Business, Weinheim 2002</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4052
Modulbezeichnung:	ERP in Unternehmen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Robert Franz
Dozent/in:	Prof. Dr. Robert Franz
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls ERP I: Grundlagen von Enterprise Resource Planning (ERP) Systemen wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (10-20 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, für eine Modellfirma die Geschäftsprozesse zu analysieren und zu modellieren. Sie können anschließend ein ERP-System derart konfigurieren, dass die Prozesse hier ablauffähig implementiert sind. Sie können dabei in Gruppen die verschiedenen Funktionsbereiche einer Firma wie Personalwesen, Finanzbuchhaltung, Produktion und Vertrieb in Teilprojekten bearbeiten und erkennen in dem Zusammenhang die Komplexität von ERP-Einführungen.
Inhalte:	Organisation und Management von ERP-Projekten Prozess-Reengineering Organisationselemente in den verschiedenen Funktionsbereichen eines ERP-Systems <ul style="list-style-type: none"> • Systemtechnisch: Mandaten, Benutzer, Berechtigungsobjekte • Finanz- und Rechnungswesen: Buchungskreise, Kostenstellen, Kontenpläne, Kreditkontrollbereiche • Logistik: Werke, Verkaufsorganisationen,

	<p>Vertriebsbereiche, Vertriebswege, Lagerorte, Sparten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalwesen: Organisationseinheiten, Planstellen • Informationssysteme: Erstellen von Analysen und Berichten
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung mit gemischten Medien (Beamer und Folien), Übung im PC-Hörsaal in kleinen Gruppen (bis 15 Personen)
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Vorlesungsskript</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Patig, S.: SAP R/3 am Beispiel erklärt, Kirchheim 2003</p> <p>Ritter, B.: Enterprise Resource Planning, 4. Aufl., Heidelberg 2008</p> <p>Shields, M.: ERP-Systeme und E-Business schnell und erfolgreich einführen, Weilheim 2002</p>
Besonderes:	Nach Verfügbarkeit werden Gastreferenten aus der Praxis berichten und Unternehmensbesuche durchgeführt

Module no./code:	B4061
Module description:	English for international business I
Division into teaching sessions, if applicable:	//
Duration of module:	One semester
Classification in the curriculum:	4 th Semester
Module type:	Elective module
Usability of the module:	This module is one of the elective modules in the extra-occupational bachelor programme. The module can also be used as part of other (bachelor's) degree programmes according to their particular study and examination regulations.
Frequency offered:	Every academic year
Module leader:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lecturer:	Christof Reinecke Wolf Böttcher Kay Sturzwage
Language of instruction:	English
Prerequisites:	//
ECTS credits:	5
Total workload and composition of course:	In total 125 hours, of which 20 hours attendance, 45 hours extra-occupational project work and 60 hours self-study
Form of teaching/semester hours per week:	Lectures / 4 contact hours
Study and examination requirements:	Oral examination, presentation (max. 30 minutes) Individual or in pairs, depending on number of students
Weighting of grade in the overall grade:	According to the study and examination regulations
Learning outcomes:	The students are able to prepare presentations relevant to studies and work and to present them in the foreign language. The acquired special linguistic knowledge in the field of intercultural competence will allow you to deal sensitively with foreign cultures. The acquired knowledge will allow you to express yourself in English and work in an international context.
Contents:	Forms of interactive oral and written language activities for presentation, description and discussion of case studies with the purpose of acquiring intercultural knowledge Discussion and comparison of different business locations and important trading nations. Presentation work and examination preparation.
Teaching and learning methods:	Seminars with use of language lab Occupational integration part: Creation of a country profile, relation to the workplace Presentation of intercultural experiences from working life and/or private life in the seminar
Literature:	Educational material: recent newspapers/magazines, such as Economist, Guardian Weekly, Business Spotlight, Relevant websites: BBC, New York Times, Washington Post, Forbes etc.

Additional information:	Work in the language lab, Use of Moodle for internal communication as well as for collection of contributions in the occupational integrating part
-------------------------	---

Module no./code:	B4062
Module description:	English for international business II
Division into teaching sessions, if applicable:	//
Duration of module:	One semester
Classification in the curriculum:	5 th Semester
Module type:	Elective module
Usability of the module:	This module is one of the elective modules in the extra-occupational bachelor programme. The module can also be used as part of other (bachelor's) degree programmes according to their particular study and examination regulations.
Frequency offered:	Every academic year
Module leader:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lecturer:	Christof Reinecke Wolf Böttcher Kay Sturzwage
Language of instruction:	English
Prerequisites:	Attendance at elective module: "English for international business I" is recommended
ECTS credits:	5
Total workload and composition of course:	In total 125 hours, of which 20 hours attendance, 45 hours extra-occupational project work and 60 hours self-study
Form of teaching/semester hours per week:	Lectures / 4 contact hours
Study and examination requirements:	Synopsis 1,500 words +/- 10 %
Weighting of grade in the overall grade:	According to the study and examination regulations
Learning outcomes:	Students will be able to write scientific papers in English. They will be able to read, evaluate and critically discuss study-related and job-relevant economic texts.
Contents:	<ul style="list-style-type: none"> • Instruction or deepening of scientific work • Selection and narrowing of the topic with relevance to the current or planned job • Intensive consultation during the seminar and on Moodle. • Presentation, defence, discussion of the work in the seminar
Teaching and learning methods:	Seminars with use of language lab Occupational integration part: Topic of work with respect to and with relevance to the workplace. Creation of a company profile.
Literature:	Learning material: recent newspapers/magazines, such as Economist, Guardian Weekly, Business Spotlight, as well as relevant websites BBC, New York Times, Washington Post, Forbes etc.
Additional information:	Work in language lab, use of Moodle

Modul-Nr./Code:	B4071
Modulbezeichnung:	Teammanagement
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Claudia Naumann-Schiel (M.A.)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsbegleitende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Exposé (3 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Präsentation) und 30 % (Exposé) oder
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Teilnehmer erfahren wesentliche Grundlagen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit in der Praxis. Sie erkennen, welche Voraussetzungen in der Teamarbeit erfüllt werden müssen und wann welche Kooperationsformen geeignet sind. Sie erwerben Kenntnisse über zugrunde liegende Konzepte und Techniken und sind in der Lage, daraus persönliche Handlungskompetenzen zu generieren und mit anderen zusammen zu lernen und zu arbeiten.
Inhalte:	Faktoren erfolgreicher Teamarbeit, Teamentwicklungsprozess, Teamintelligenzen, Führungsmodelle, Nutzen und Anwendung, Praktische Übungen zur Selbsterfahrung
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung mit gemischten Medien, Gruppenarbeit
Literatur:	<i>Pflichtlektüre</i> van Dick, R.; West, M.: Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung, 2. Aufl., Göttingen 2013 <i>ergänzende Lektüre</i> Katzenbach, J.R.; Smith, D. K.: Teams - der Schlüssel zur Hochleistungsorganisation, Wien 2003

	Lubbers, B. W.: TeamIntelligenz: Ein intelligentes Team ist mehr als die Summe seiner Kompetenzen, Wiesbaden 2005
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4072
Modulbezeichnung:	Präsentations- und Moderationstechnik
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Claudia Naumann-Schiel (M.A.)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Soft Skills - Teammanagement“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	mündliche Prüfung (30 Minuten)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden erkennen den Unterschied zwischen Präsentation und Moderation. Die Studierenden wissen, wie eine gelungene Rede oder Präsentation gestaltet wird. Sie erfahren, welche Rolle der Rhetorik und Visualisierung zukommt und welche Medien eingesetzt werden können. Die Studierenden kennen weiterhin Ziele und Aufgaben einer Moderation, können diese planen, gestalten und durchführen. Sie kennen die Bedeutung und die Einsatzmöglichkeiten verschiedener Medien und wenden verschiedene Visualisierungsmöglichkeiten an.
Inhalte:	Sprach- und Vortragsgestaltung, Körpersprache, Präsentationsmethoden, Elemente der Rhetorik, Visualisierung, Gesprächsleitung, Gesprächsführung, Aktives Zuhören, Fragetechniken, Moderationszyklus, Methodenkompetenz, Praktische Übungen
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung mit gemischten Medien, Übungen

Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Hartmann M.; Funk R.; Nietmann H.: Präsentieren, Präsentationen zielgerichtet und adressatenorientiert, 9. Aufl., Weinheim 2012</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Klebert, K.; Schrader, E.; Straub, W.: Moderationsmethode. Das Standardwerk, Hamburg 2002</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4081
Modulbezeichnung:	Risikoidentifikation, -analyse und -bewertung
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dipl. - Betriebsw. (FH) Emiel Hondelink
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden können Risiken identifizieren und analysieren. Sie sind in der Lage, die Risiken unter Berücksichtigung relevanter Kriterien quantitativ und qualitativ zu bewerten.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Grundbegriffe • Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG) • Risikoanalyse <ul style="list-style-type: none"> a. Risikoidentifikation <ul style="list-style-type: none"> i. Grundlagen ii. Vorgehensweise iii. Instrumente iv. Ermittlung der Kern-Risikotreiber b. Risikobewertung <ul style="list-style-type: none"> i. Einflussgrößen ii. Quantitative Aspekte iii. Qualitative Aspekte

	<ul style="list-style-type: none"> • Risikostrategien <ul style="list-style-type: none"> c. Risikovermeidung d. Risikoverminderung e. Risikoüberwälzung f. Risikoübernahme
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Vorlesungen während der Präsenzen Ausgewählte Übungen während der Präsenzen Selbststudium ausgewählter Themen Übungen im Rahmen des Selbststudiums</p>
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Ehrmann, H.: Risikomanagement im Unternehmen, 2. Aufl., Herne 2012</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Schneck, O.: Risikomanagement - Grundlagen, Instrumente, Fallbeispiele, Weinheim 2010 Wolke, T.: Risikomanagement; 2. Aufl., München 2008</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4082
Modulbezeichnung:	Risikohandhabung und -überwachung
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dipl. - Betriebsw. (FH) Emiel Hondelink
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Risikoidentifikation, -analyse und -bewertung“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsbegleitende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen und verstehen die einzelnen Maßnahmen der Risikohandhabung und -überwachung als Bestandteil des betrieblichen Führungsprozesses. Sie sind in der Lage, Maßnahmen der Risikohandhabung und -überwachung problembezogen zuzuordnen und anzuwenden.
Inhalte:	1. Risikohandhabung <ul style="list-style-type: none"> • Instrumente • Organisatorische Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> ○ Einflussgrößen ○ Organisatorische Einordnung ○ Aufgaben der Mitarbeiter ○ Balanced Scorecard

	<p>2. Risikoüberwachung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand • Permanente Kontrolle <ul style="list-style-type: none"> ○ Kontrollformen ○ Bestehende Kontrollsysteme • Frühwarnsysteme <p>3. Rating und Risikomanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffe • Ratingarten • Eigenes Rating • Ratingagenturen
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Vorlesungen während der Präsenzen Ausgewählte Übungen während der Präsenzen Selbststudium ausgewählter Themen Übungen im Rahmen des Selbststudiums</p>
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre</i> Ehrmann, H.: Risikomanagement im Unternehmen, 2. Aufl., Herne 2012</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Schneck, O.: Risikomanagement - Grundlagen, Instrumente, Fallbeispiele, Weinheim 2010 Wolke, T.: Risikomanagement, 2. Aufl., München 2008</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4091
Modulbezeichnung:	Unternehmensbewertung
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Christiane Büch
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verstehen, dass der Unternehmenswert nach heutigem Verständnis vom Anlass bzw. Zweck der Bewertung abhängig ist. Sie kennen mögliche Anlässe einer Unternehmensbewertung, wie u. a. den Kauf/Verkauf eines Unternehmens, den Ein- bzw. Austritt eines Gesellschafters, Erbauseinandersetzungen. Sie beherrschen die Grundsätze ordnungsmäßiger Unternehmensbewertung nach den Richtlinien des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW) und verfügen über ein grundlegendes Verständnis für die Unterscheidung von „Wert“ und „Preis“ eines Unternehmens. Sie sind in der Lage eine Unternehmensbewertung mit Hilfe von Instrumenten und Methoden nach bestimmten Kriterien durchzuführen. Die Studierenden verfügen über ein geschärftes Problembewusstsein, indem sie Anwendungsvoraussetzungen und Aussagegehalt der einzelnen Methoden kritisch hinterfragen können.

Inhalte:	<p>Grundlagen der Unternehmensbewertung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anlässe, Zweckabhängigkeit, Wert vs. Preis • Bewertungsverfahren (Substanzwert-, Ertragswert-, Kombinations-, Discounted-Cashflow-, Vergleichsverfahren) • Berücksichtigung von Risiko in der Unternehmensbewertung
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungen während der Präsenzen • Ausgewählte Übungen während der Präsenzen • Selbststudium zu ausgewählten Themen • Übungen im Rahmen des Selbststudiums
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Henselmann, K.: Unternehmensbewertung: Praxisfälle mit Lösungen, 5. Aufl., Herne 2015</p> <p><i>ergänzende Literatur:</i> Peemöller, V.: Praxishandbuch für Unternehmensbewertung, 6. Aufl., Herne 2014</p> <p>Schmidlin, N.: Unternehmensbewertung & Kennzahlenanalyse: Praxisnahe Einführung mit zahlreichen Beispielen börsennotierter Unternehmen, München 2013</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4092
Modulbezeichnung:	Bilanzanalyse
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Christiane Büch
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls Unternehmensbewertung wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	4 SWS, davon 3 SWS Vorlesung, 1 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse zu den Techniken der Bilanzanalyse. Sie haben ein Verständnis für den Zweck der Bilanzanalyse und deren Umsetzung in der Praxis. Sie sind in der Lage, eine Bilanzanalyse mit Hilfe von Instrumenten und Methoden nach bestimmten Kriterien durchzuführen.
Inhalte:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen und Grundbegriffe <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Grundlagen • Methoden, Instrumente und Techniken der Analyse • Interpretation der Erkenntnisse der Teilanalysen mit Hilfe von Vergleichsmaßstäben 2. Kennzahlenanalyse des Einzeljahresabschlusses <ul style="list-style-type: none"> • Erfolgswirtschaftliche Jahresabschlussanalyse • Finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse 3. Kapitalmarktorientierte Analyse von Konzernjahresabschlüssen <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten und Grundlagen der Analyse von Konzernabschlüssen

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Nutzung des Informationsgehaltes von Kapitalflussrechnungen <p>4. Statistische Verfahren zur Früherkennung von Insolvenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Diskriminanzanalyse • Vorgehensweise • Der Einsatz geeigneter Kennzahlen und deren Kombination
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungen während der Präsenzen • Ausgewählte Übungen während der Präsenzen • Selbststudium zu ausgewählten Themen • Übungen im Rahmen des Selbststudiums
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Gräfer, H.; Schneider, G.: Bilanzanalyse, 13. Aufl., Herne 2015</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Küting, K.; Weber C.-P.; Boecker C.: Die Bilanzanalyse. Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, 11. Aufl., Stuttgart 2015</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4101
Modulbezeichnung:	Interkulturelle Kommunikation – Theoretische Grundlagen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Stefanie Reuss
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsbegleitende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Exposé (3 - 4 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Präsentation) und 30 % (Expose)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden erkennen die Bedeutung des konstruktiven Umgangs mit kultureller Vielfalt als Schlüsselqualifikation. Sie sind in der Lage, mit anderen Meinungen und Werthaltungen umzugehen und verfügen über die Bereitschaft, sich mit eigenen Sicht- und Wahrnehmungsweisen kritisch auseinander zu setzen. Sie hinterfragen scheinbar selbstverständliche Handlungs- und Deutungsmuster der eigenen kulturellen Gruppe und entwickeln Wissen über die soziale Bedeutung und Funktion von Stereotypen und Vorurteilen.
Inhalte:	Empathie, Multiperspektivität, Selbstreflexivität, Ambiguitätstoleranz, Bewusstsein über soziale Werte, Pflichten, Normen, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit, Offenheit für neue Erkenntnisse und Sichtweisen, Flexibilität
Lehr- und Lernmethoden:	Gemischte Medien, Übungen
Literatur:	<i>Pflichtlektüre:</i> Heringer, H. J.: Interkulturelle Kommunikation: Grundlagen und Konzepte, 4. Aufl., Stuttgart 2014

	<i>ergänzende Lektüre:</i> Hofstede, G.: Globales Denken, lokales Handeln, 5. Aufl., München 2011
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B4102
Modulbezeichnung:	Interkulturelle Kommunikation – Praktische Anwendung
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zu den Wahlpflicht-Kompaktmodulen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs. Dieses Modul kann auch als Wahlpflichtmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Stefanie Reuss
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Interkulturelle Kommunikation – theoretische Grundlagen“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 20 Stunden Präsenz, 45 Stunden berufsbegleitende Praxisarbeit und 60 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden erkennen „Vielfalt“ als Wert und können diesbezügliche Chancen und Herausforderungen analysieren sowie „Vielfalt“ im Sinne des Diversity-Managements produktiv nutzen. Sie können evtl. Konflikte und Potentiale der unterschiedlichen Kulturebenen identifizieren. In der Folge sind sie in der Lage, Umsetzungsstrategien, durch die Unternehmen in einer globalisierten Welt wettbewerbsfähig bleiben können, zu entwickeln.
Inhalte:	Empathie, Multiperspektivität, Selbstreflexivität, Ambiguitätstoleranz, Bewusstsein über soziale Werte, Pflichten, Normen, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit, Offenheit für neue Erkenntnisse und Sichtweisen, Flexibilität
Lehr- und Lernmethoden:	Gemischte Medien, Übungen

Literatur:	<i>Pflichtlektüre:</i> Bendl, R.; Hannappi-Egger, E.; Hofmann, R.: Diversität und Diversitätsmanagement, Stuttgart 2012
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1110
Modulbezeichnung:	Grundlagen des Controlling
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Stefan Kettenburg
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 95 Selbststudium und 80 Stunden berufsintegrierende Projektarbeit.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Klausur 90 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden können den Begriff des Controllings definieren und die Controllingelemente Information, Planung, Kontrolle und Steuerung detailliert abgrenzen. Sie können Controllingziele benennen und operatives und strategisches sowie Funktions- und Unternehmenscontrolling richtig abgrenzen. Die Studierenden kennen die Organisationsmethodik und Organisation des Controllings und können die Quellen der Informationsbeschaffung aufzeigen. Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Kennzahlen des Controllings anzuwenden und kennen die Vorzüge und die Problematik von Kennzahlen.
Inhalte	Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung des Controllingbegriffes • Controllingziele, -konzepte und -systeme • Aufgaben und Anforderungen an den Controller • Abgrenzung des Controllings zu verwandten Bereichen • Organisationsmethoden im Unternehmen • Organisation des Controllings Betriebliches Informationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeiten der Informationsbeschaffung • Instrumente der Informationsanalyse, -selektion und -aufbereitung • Instrumente der Informationsbereitstellung

	<ul style="list-style-type: none"> • Berichtstypen und Handbücher • Charakteristika von Kennzahlen • Problematik des Vergleichsmaßstabes
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung mit Tafel und Beamer, begleitende Übungen
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Britzelmeier, B.: Controlling: Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Hallbergmoos 2013</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Horvath, P.: Controlling, 5. Aufl., München 2012</p> <p>Scheld, G.: Controlling im Mittelstand, Band 1: Grundlagen und Informationsmanagement, 5. Aufl., Büren 2017</p> <p>Scheld, G.: Controlling im Mittelstand, Band 2: Unternehmenscontrolling, 5. Aufl. Büren 2017</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1120
Modulbezeichnung:	Strategisches Controlling
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Stefan Kettenburg
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Grundlagen des Controlling“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 95 Stunden Selbststudium und 80 Stunden berufsbegleitende Projektarbeit
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Klausur 90 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden können den Begriff des strategischen Controllings definieren und die Aufgaben des strategischen Controllings detailliert benennen. Sie kennen die Inhalte des Stakeholder-, Konzernkunden-, Konzernumfeld und Risikomanagements sowie des Portfolio-, Ressourcen- und Geschäftsfeldmanagements. Die Studierenden sind in der Lage, ein strategisches Controllingkonzept zu anzufertigen.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Inhalte des strategischen Controllings • Konzernbegriff und -organisation • Stakeholdermanagement • Kundenmanagement • Berechnung des Kundenwertes • Umfeld und Risikomanagement • Berechnung von Risiken und deren Auswirkungen auf den Kundenwert • Portfoliomanagement • Ressourcenmanagement • Geschäftsfeldmanagement
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung mit Tafel und Beamer, begleitende Übungen

Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Britzelmeier, B.: Controlling: Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Hallbergmoos 2013</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Horvath, P.: Controlling, 5. Aufl., München 2012</p> <p>Lube, M.-M.: Strategisches Controlling in international tätigen Konzernen, Wiesbaden 1997</p> <p>Scheld, G.: Controlling im Mittelstand, Band 1. Grundlagen und Informationsmanagement, 5. Aufl., Büren 2017</p> <p>Scheld, G.: Controlling im Mittelstand, Band 2. Unternehmenscontrolling, 5. Aufl., Büren 2017</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1130
Modulbezeichnung:	Operatives Controlling
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Stefan Kettenburg
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Grundlagen des Controlling“ und „Strategisches Controlling“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 95 Stunden Selbststudium und 80 Stunden berufsbegleitende Projektarbeit.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Klausur 90 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden beherrschen die relevanten Instrumente des operativen Controllings und können diese entsprechend einer gegebenen Unternehmenssituation sinnvoll auswählen. Sie können insbesondere operative Unternehmenssituationen qualifiziert analysieren und bewerten. Zudem sind sie in der Lage, ein operatives Controllingkonzept zu erarbeiten.
Inhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instrumente des operativen Controlling <ul style="list-style-type: none"> • Operative Unternehmensplanung • Vertriebsplanung • Produktionsplanung • Liquiditätsplanung • Investitionsplanung 2. Kostenrechnung als Controllingelement <ul style="list-style-type: none"> • DB-Rechnung • Target-Costing • Zero-Base-Budgeting • Prozesskostenrechnung
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung mit Tafel und Beamer, begleitende Übungen
Literatur:	<i>Pflichtlektüre:</i> Britzelmeier, B.: Controlling: Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Hallbergmoos 2013

	<p><i>ergänzende Lektüre</i></p> <p>Horvath, P.: Controlling, München 2006</p> <p>Scheld, G.: Controlling im Mittelstand, Band 1. Grundlagen und Informationsmanagement, 5. Aufl., Bären 2017</p> <p>Scheld, G.: Controlling im Mittelstand, Band 2. Unternehmenscontrolling, 5. Aufl., Bären 2017</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1210
Modulbezeichnung:	Investitionsentscheidungen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Christiane Büch
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden haben Fähigkeiten zur Vorbereitung optimaler Entscheidungen im Bereich der Investition auf quantitativer Grundlage. Sie können Investitionsalternativen mit der in der Praxis zentralen Methode der dynamischen Investitionsrechnung bewerten und durchführen. Die Studierenden haben außerdem ein vertieftes Verständnis für den Zusammenhang zwischen Risiko und Rendite. Darauf aufbauend kennen sie Werkzeuge, um Unternehmen, Aktien und Anleihen bewerten zu können.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Einleitung • Wiederholung Grundbegriffe: Bilanz, GuV, Cash-Flow • Einführung Finanzmanagement • Wiederholung Finanzmathematik • Investitionsrechnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Statische Verfahren ○ Dynamische Verfahren

	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung Kapitalmarkttheorie <ul style="list-style-type: none"> ○ Portfoliotheorie – Risiko und Rendite ○ Das CAPM • Vertiefung Bewertung <ul style="list-style-type: none"> ○ Kapitalkosten ○ Unternehmensbewertung ○ Bewertung von Aktien und Anleihen
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung mit gemischten Medien (Folien, Tafelarbeit, Beamer etc.) • Übungen u. a. im Labor, am Computer etc. • Fallstudiendiskussion
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Berk, J.; DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft, 3. Aufl., München 2015</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Koller, T.; Goedhart, M.; Wessels, D.: Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, 6th ed., Weinheim 2015</p> <p>Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition, 3. Aufl., München 2015</p> <p>Perridon, L.; Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., München 2016</p> <p>Putnoki, H.; Schwadorf, H.; Then Berg, F.: Investition und Finanzierung, 2. Aufl., München 2017</p> <p>Ross, St. A.; Westerfield, R.W.; Jaffe, J.F.: Corporate Finance, 7th ed., McGraw-Hill 2005</p> <p>Zantow, R.; Dinauer, J.: Finanzwirtschaft des Unternehmens. 4. Aufl., München 2016</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1220
Modulbezeichnung:	Finanzierungsmanagement
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Christiane Büch
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Investitionsentscheidungen“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden haben methodische Fähigkeiten zur Vorbereitung optimaler Entscheidungen im Bereich der Finanzierung auf quantitativer Grundlage. Sie verfügen über vertiefte Kenntnisse bezüglich der Finanzierungsalternativen (Innenfinanzierung, Eigenfinanzierung, Kreditfinanzierung, Finanzierung mit Effekten und Sonderformen der Finanzierung) und können im Finanzierungsfall über die optimale Auswahl und Kombination entscheiden. Die Studierenden sind ebenfalls in der Lage, die Finanzen eines Unternehmens ganzheitlich zu planen, d. h. unter Berücksichtigung sowohl der Ertragssituation als auch der Liquidität.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung <ul style="list-style-type: none"> ○ Überblick Finanzierungsformen ○ Innenfinanzierung ○ Eigenfinanzierung ○ Exkurs Private Equity

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fremdfinanzierung ○ Exkurs: Finanzierung junger Unternehmen • Finanz-/Liquiditätsplanung • Zusammenführung von Investition, Finanzierung und Finanzplanung im Rahmen einer Excel-basierten Fallstudienbearbeitung
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung mit gemischten Medien (Folien, Tafelarbeit, Beamer etc.) • Übungen u. a. im Labor, am Computer etc. • Fallstudiendiskussion
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre</i> Zantow, R.; Dinauer, J.: Finanzwirtschaft des Unternehmens, 4. Aufl., München 2016</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Koller, T.; Goedhart, M.; Wessels, D.: Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, 6th ed., Weinheim 2015</p> <p>Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition, 3. Aufl., München 2015</p> <p>Perridon, L.; Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., München 2016</p> <p>Putnoki, H.; Schwadorf, H.; Then Berg, F.: Investition und Finanzierung, 2. Aufl., München 2017</p> <p>Ross, St. A.; Westerfield, R.W.; Jaffe, J.F.: Corporate Finance, 7th ed., McGraw-Hill 2005</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1230
Modulbezeichnung:	Finanzwirtschaftliches Ergebnis- und Risikomanagement
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dr. Christiane Büch
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch der Module „Investitionsentscheidungen“ und „Finanzierungsmanagement“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen Instrumente, die für das Management der Finanzen eines Unternehmens relevant sind. Sie können finanzwirtschaftliche Risiken identifizieren und kennen Strategien und Instrumente, um diese zu steuern. Sie können außerdem Finanzkennzahlen interpretieren und damit Rückschlüsse auf die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens ziehen. Neben den Analyseinstrumenten kennen die Studierenden Controllinginstrumente und Kennzahlen und sind in der Lage, die finanzwirtschaftliche Sphäre eines Unternehmens zu steuern.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Risikomanagement <ul style="list-style-type: none"> ○ Einführung Risikomanagement und Finanzderivate ○ Forwards und Futures, Swaps ○ Optionen • Investitionsbeurteilung mit Realoptionsansatz • Unternehmensanalyse <ul style="list-style-type: none"> ○ Finanzwirtschaftliche Analyse ○ Erfolgswirtschaftliche Analyse

	<ul style="list-style-type: none"> • Kosten- und Ergebniscontrolling • Steuerung mit Kennzahlen
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung mit gemischten Medien (Folien, Tafelarbeit, Beamer etc.) - Übungen u. a. im Labor, am Computer etc. - Fallstudiendiskussion
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Zantow, R.; Dinauer, J.: Finanzwirtschaft des Unternehmens, 4. Aufl., München 2016</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Culp, C.L.: The Risk Management Process, Weinheim 2001</p> <p>Hull, J.C.: Options, Futures, and Other Derivatives, 8th ed., Prentice Hall 2011</p> <p>Penman, S.H.: Financial Statement Analysis and Security Valuation, 5th ed., McGraw-Hill 2012</p> <p>Perridon, L.; Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., München 2016</p> <p>Ross, St. A.; Westerfield, R.W.; Jaffe, J.F.: Corporate Finance, 7th ed., McGraw-Hill 2005</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1310
Modulbezeichnung:	Grundlagen des Steuerrechts
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r::	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dipl. - Finanzw. Detlef Hergaden
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die Struktur des Steuersystems der Bundesrepublik Deutschland. Sie beherrschen die wichtigsten Inhalte der Abgabenordnung (AO) und des Einkommensteuergesetzes (EStG). Sie sind in der Lage, grundlegende Steuerberechnungen durchzuführen und verstehen die Inhalte von Steuererklärungen und –bescheiden.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Grundbegriffe • Abgabenordnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Steuerverwaltungsakt ○ Fristen und Folgen der Fristversäumnis ○ Steuerfestsetzung und –erhebung ○ Steuerstraftaten und –ordnungswidrigkeiten • Einkommensteuer <ul style="list-style-type: none"> ○ Steuerpflichten ○ Einkunftsarten ○ Werbungskosten ○ Gewinnermittlung ○ Sonderausgaben

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Außergewöhnliche Belastungen ○ Steuertarif ○ Steuerermäßigungen
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Vorlesungen während der Präsenzen Ausgewählte Übungen während der Präsenzen Selbststudium ausgewählter Themen Übungen im Rahmen des Selbststudiums</p>
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Breithecker, V.: Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 10. Aufl., Berlin 2016 Aktuelle Steuergesetze (NWB-Verlag oder Beck)</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Wehrheim, M.: Einkommensteuer und Steuerwirkungslehre, 3. Aufl., Wiesbaden 2008</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1320
Modulbezeichnung:	Steuern der Unternehmen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r::	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dipl. - Finanzw. Detlef Hergaden
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Grundlagen des Steuerrechts“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verfügen über Kenntnisse auf dem Gebiet der Körperschaftsteuer, der Gewerbesteuer und der Umsatzsteuer. Sie sind in der Lage, die wichtigsten Regelungen anzuwenden und Berechnungen durchzuführen. Die Zusammenhänge mit der Einkommensteuer werden ebenfalls praktisch beherrscht.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Körperschaftsteuer <ul style="list-style-type: none"> ○ Steuerpflicht ○ Gewinnermittlung und Steuertarif ○ Verdeckte Gewinnausschüttungen ○ Ausschüttungen an KSt-pflichtige Anteilseigner • Gewerbesteuer <ul style="list-style-type: none"> ○ Steuerpflicht ○ Hinzurechnungen und Kürzungen ○ Freibetrag ○ Ermittlung des Gewerbesteuermessbetrages ○ Ermittlung der Gewerbesteuer

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Anrechnung der Gewerbesteuer auf die Einkommensteuer • Rechtsformvergleiche bezüglich der Steuerbelastung • Umsatzsteuer <ul style="list-style-type: none"> ○ Steuerpflichtige und steuerbare Umsätze ○ Steuersätze ○ System der Umsatzsteuer ○ Steuerbefreiungen ○ Umsatzsteuer bei internationalen Geschäften ○ USt-Voranmeldung ○ Soll- und Istbesteuerung ○ Kleinunternehmerregelung
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungen während der Präsenzen - Ausgewählte Übungen während der Präsenzen - Selbststudium ausgewählter Themen - Übungen im Rahmen des Selbststudiums
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Breithecker, V.: Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 10. Aufl., Berlin 2016 Aktuelle Steuergesetze (NWB-Verlag oder Beck)</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Wehrheim, M.: Einkommensteuer und Steuerwirkungslehre, 3. Aufl., Wiesbaden 2008</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1330
Modulbezeichnung:	Internationale Steuerlehre
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dipl.- Finanzw. Detlef Hergaden
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch der Module „Grundlagen des Steuerrechts“ und „Steuern im Unternehmen“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verstehen die besonderen steuerlichen Regelungen bei grenzüberschreitenden Aktivitäten. Sie sind in der Lage, die verschiedenen Methoden zur Vermeidung und Verminderung der internationalen Doppelbesteuerung zu analysieren und praktisch anzuwenden.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Grundbegriffe • Rechtliche Grundlagen • Internationale Doppelbesteuerung • Nationale Regelungen zur Verminderung der Doppelbesteuerung gem. § 34c EStG • Außensteuergesetz (AStG) • Recht der Doppelbesteuerungsabkommen (DBA) • Internationale Steuerplanung und -gestaltung
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungen während der Präsenzen • Ausgewählte Übungen während der Präsenzen • Selbststudium ausgewählter Themen • Übungen im Rahmen des Selbststudiums

Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Breithecker, V.; Klapdor, R.: Einführung in die internationale betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 4. Aufl., Berlin 2016 Aktuelle Steuergesetze (NWB-Verlag oder Beck)</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Brähler, G.: Internationales Steuerrecht, 8. Aufl., Wiesbaden 2014</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1410
Modulbezeichnung:	Dienstleistungsmanagement
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse im Marketing, z. B. erworben durch den Besuch der Veranstaltung „Grundlagen des Marketing“, durch adäquate Berufspraxis im Dienstleistungsbereich oder in Leitungspositionen
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium.
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die Bedeutung, Charakteristika und Modelle zur Systematisierung von Dienstleistungen und erkennen die Besonderheiten der Produktion und des Absatzes von Dienstleistungen. Sie sind in der Lage, die Theorien zur Erklärung und Gestaltung des Dienstleistungsbereichs zu beschreiben und zu bewerten und verstehen die besondere Rolle des Kunden im Dienstleistungsmanagement. Sie erkennen die Bedeutung des Qualitätsmanagements für Dienstleistungen und können unterschiedliche Ansätze zur Messung der Dienstleistungsqualität umsetzen. Sie sind in der Lage, Aufgaben der strategischen Planung und der operativen Gestaltung des Qualitätsmanagements zu erfüllen sowie die Wirtschaftlichkeit des Qualitätsmanagements zu analysieren und zu bewerten.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung, Charakteristika und Modelle von Dienstleistungen

	<ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten der Produktion und des Absatzes von Dienstleistungen • Theorien zur Erklärung und Gestaltung des Dienstleistungsbereichs <ul style="list-style-type: none"> ○ Erklärungsansätze der Neuen Institutionenökonomik ○ Psychologische Erklärungsansätze ○ Sozialpsychologische Erklärungsansätze ○ Organisationstheoretische Erklärungsansätze • Der Kunde im Fokus des Dienstleistungsmanagements • Qualitätsmanagement im Dienstleistungsbereich <ul style="list-style-type: none"> ○ Bedeutung des Qualitätsmanagements ○ Grundlagen des Qualitätsmanagements für Dienstleistungen ○ Ansätze zur Messung der Dienstleistungsqualität ○ Strategische Planung des Qualitätsmanagements ○ Operative Gestaltung des Qualitätsmanagements ○ Wirtschaftlichkeit des Qualitätsmanagements
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Literatur; Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien; in der berufsintegrierenden Phase Erstellung eines Qualitätsmanagementkonzeptes im Unternehmen und Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Haller, S.: Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, 7. Aufl., Wiesbaden 2017</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Bieger, T.: Dienstleistungs-Management. Einführung in Strategien und Prozesse bei Dienstleistungen, 4. Aufl., Stuttgart 2007</p> <p>Biermann, T.: Kompakt-Training Dienstleistungsmanagement, 2. Aufl., Ludwigshafen (Rhein) 2006</p> <p>Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement, Grundlagen, Konzepte, Methoden, 10. Aufl., Heidelberg 2016</p> <p>Bruhn, M.; Georgi, D.: Dienstleistungsmanagement in Banken. Konzeption und Umsetzung auf Basis der Service Value Chain, Frankfurt/M. 2006</p> <p>Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsproduktivität. Management, Prozessgestaltung, Kundenperspektive, Forum Dienstleistungsmanagement, Band 1, Wiesbaden 2011</p> <p>Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsproduktivität. Innovationsentwicklung, Internationalität, Mitarbeiterperspektive, Forum Dienstleistungsmanagement, Band 2, Wiesbaden 2011</p> <p>Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsproduktivität. Customer Experience, Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2012</p> <p>Bruhn, M.; Meffert, H.: Handbuch Dienstleistungsmarketing. Planung – Umsetzung – Kontrolle, Wiesbaden 2012</p>

	<p>Burr, W.; Stephan, M.: Dienstleistungsmanagement. Innovative Wertschöpfungskonzepte für Dienstleistungsunternehmen, Stuttgart, Berlin, Köln 2006</p> <p>Corsten, H.; Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement, 5. Aufl., München 2007</p> <p>Fließ, S.: Dienstleistungsmanagement. Kundenintegration gestalten und steuern, Wiesbaden 2008</p> <p>Grunwald, G.; Schwill, J.: Dienstleistungsprozesse mit Kunden-Koproduktion – Qualitätsbeurteilung, Herausforderungen und Lösungsansätze, in: zfo - Zeitschrift Führung + Organisation, 86. Jg. (2017), H. 6, S. 360 - 365</p> <p>Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 3. Aufl., Wiesbaden 2012</p> <p>Leimeister, J. M.: Dienstleistungsengineering und -management, Berlin 2012</p> <p>Meffert, Heribert; Bruhn, Manfred: Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden, 7. Aufl., Wiesbaden 2012</p> <p>Pepels, W.; Servicemanagement, 2. Aufl., München 2012</p> <p>Reichwald, R.; Frenz, M.; Hermann, S.; Schipanski, A. (Hrsg.): Zukunftsfeld Dienstleistungsarbeit. Professionalisierung, Wertschätzung, Interaktion, Wiesbaden 2012</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1420
Modulbezeichnung:	Dienstleistungsmarketing: Theoretische Fundierung
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse im Marketing, z. B. erworben durch den Besuch der Veranstaltung „Grundlagen des Marketings“, durch adäquate Berufspraxis im Dienstleistungsbereich, im Marketing oder in Leitungspositionen. Der Besuch des Moduls „Dienstleistungsmanagement“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die konstitutiven Merkmale von Dienstleistungen und die sich daraus ergebenden Implikationen für das Dienstleistungsmarketing. Sie kennen die zentralen Methoden, die für die Analyse der strategischen Ausgangsposition herangezogen werden können, und können auf der Basis der Analyseergebnisse Ziele und Strategien für Dienstleistungsunternehmen bestimmen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Möglichkeiten im Rahmen der dienstleistungsspezifischen Marketinginstrumente zu bewerten und zu planen.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Dienstleistungsmarketings • Strategisches Dienstleistungsmarketing

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Analyse der Umweltfaktoren (Makro-Umwelt), der Marktgegebenheiten (Mikro-Umwelt) und der Situation des Unternehmens ○ Marketingziele ○ Festlegung der Strategien im Dienstleistungsbereich • Operatives Dienstleistungsmarketing (7 P` s) <ul style="list-style-type: none"> ○ Product (Leistungspolitik) ○ Promotion (Kommunikationspolitik) ○ Place (Distributionspolitik) ○ Price (Preispolitik) ○ Personnel (Personalpolitik) ○ Physical Facilities (Ausstattungspolitik) ○ Process Management (Prozesspolitik)
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Literatur; Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden, 9. Aufl., Wiesbaden 2018</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Bieberstein, I.: Dienstleistungsmarketing, 4. Aufl., Ludwigshafen (Rhein) 2005</p> <p>Bruhn, M.; Georgi, D.: Dienstleistungsmanagement in Banken. Konzeption und Umsetzung auf Basis der Service Value Chain, Frankfurt/M. 2006</p> <p>Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsproduktivität. Management, Prozessgestaltung, Kundenperspektive, Forum Dienstleistungsmanagement, Band 1, Wiesbaden 2011</p> <p>Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsproduktivität. Innovationsentwicklung, Internationalität, Mitarbeiterperspektive, Forum Dienstleistungsmanagement, Band 2, Wiesbaden 2011</p> <p>Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsproduktivität. Customer Experience, Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2012</p> <p>Bruhn, M.; Meffert, H.: Handbuch Dienstleistungsmarketing. Planung – Umsetzung – Kontrolle, Wiesbaden 2012</p> <p>Fließ, S. (Hrsg.): Beiträge zur Dienstleistungsmarketing-Forschung. Aktuelle Forschungsfragen und Forschungsergebnisse, Wiesbaden 2011</p> <p>Grunwald, G.; Schwill, J.: Dienstleistungsprozesse mit Kunden-Koproduktion – Qualitätsbeurteilung, Herausforderungen und Lösungsansätze, in: zfo - Zeitschrift Führung + Organisation, 86. Jg. (2017), H. 6, S. 360 - 365</p> <p>Haller, S.: Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, 5. Aufl., Wiesbaden 2012</p>

	<p>Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 3. Aufl., Wiesbaden 2012</p> <p>Pepels, W.: Servicemanagement, 2. Aufl., München 2012</p> <p>Reichwald, R.; Frenz, M.; Hermann, S.; Schipanski, A. (Hrsg.): Zukunftsfeld Dienstleistungsarbeit. Professionalisierung, Wertschätzung, Interaktion, Wiesbaden 2012</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1430
Modulbezeichnung:	Dienstleistungsmarketing: Implementierung und Controlling
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse Marketing, z. B. erworben durch den Besuch der Veranstaltung Human Resources Management und Organisation oder durch adäquate Berufspraxis im HR Bereich oder in Leitungspositionen. Der Besuch der Module „Dienstleistungsmanagement“ und „Dienstleistungsmarketing: Theoretische Fundierung“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die Besonderheiten bei der Implementierung des Dienstleistungsmarketings und die Barrieren der Implementierung. Sie sind in der Lage, die Unternehmensstruktur, die Unternehmenssysteme und die Unternehmenskultur als zentrale Implementierungsebenen zu beschreiben und zu gestalten. Sie kennen die zentralen Aufgaben des Dienstleistungscontrollings und können wichtige Instrumente des Dienstleistungscontrollings bewerten und anwenden. Sie beherrschen zentrale Methoden zur Analyse des Kundenwertes und Berechnungsmodelle des Customer Lifetime Value.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Implementierung des Dienstleistungsmarketings

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Besonderheiten bei der Implementierung des Dienstleistungsmarketings ○ Implementierungsbarrieren des Dienstleistungsmarketings ○ Gestaltungsebenen bei der Implementierung des Dienstleistungsmarketings ● Controlling im Dienstleistungsmarketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriff und Aufgaben des Controllings im Dienstleistungsmarketing ○ Instrumente des Controllings im Dienstleistungsmarketing ○ Controlling von Kundenbeziehungen (Analyse des Kundenwertes und Berechnungsmodelle des Customer Lifetime Value)
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Literatur; Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien; in der berufsintegrierenden Phase Implementierung eines Marketingkonzeptes im Dienstleistungsunternehmen und Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden, 9. Aufl., Wiesbaden 2018</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i> Becker, W.; Rech, S.: Dienstleistungscontrolling. Grundlagen - Ansätze – Entwicklungsperspektiven, Stuttgart 2012</p> <p>Bruhn, M.; Stauss, B. (Hrsg.): Dienstleistungscontrolling. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2005</p> <p>Bruhn, M.; Meffert, H.: Handbuch Dienstleistungsmarketing. Planung – Umsetzung – Kontrolle, Wiesbaden 2012</p> <p>Fließ, S.: Dienstleistungsmanagement. Kundenintegration gestalten und steuern, Wiesbaden 2008</p> <p>Haller, S.: Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, 5. Aufl., Wiesbaden 2012</p> <p>Hofbauer, G.; Bergmann, S.: Professionelles Controlling in Marketing und Vertrieb. Ein integrierter Ansatz. Mit Kennzahlen und Checklisten, Erlangen 2012</p> <p>Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 3. Aufl., Wiesbaden 2012</p> <p>Leimeister, J. M.: Dienstleistungsengineering und – management, Berlin 2012</p> <p>Link, J.; Weiser, C.: Marketing-Controlling. Systeme und Methoden für mehr Markt- und Unternehmenserfolg, 3. Aufl., München 2011</p> <p>Reichwald, R.; Frenz, M.; Hermann, S.; Schipanski, A. (Hrsg.): Zukunftsfeld Dienstleistungsarbeit. Professionalisierung, Wertschätzung, Interaktion, Wiesbaden 2012</p>

	<p>Reinecke, S.; Tomczak, T. (Hrsg.): Handbuch Marketingcontrolling. Effektivität und Effizienz einer marktorientierten Unternehmensführung, 2. Aufl., Wiesbaden 2006</p> <p>Zerres, C.; Zerres, M. P: (Hrsg): Handbuch Marketing-Controlling, 3. Aufl., Berlin 2006</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1510
Modulbezeichnung:	Gründungs- und Wachstumsmanagement kleiner und mittelgroßer Unternehmen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Dipl. - Betriebsw. (FH) Emiel Hondelink
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind mit den begrifflichen und theoretischen Grundlagen im Zusammenhang mit dem Management kleiner und mittelgroßer Unternehmen vertraut. Sie kennen die "weichen" und "harten Faktoren" im Gründungsvorhaben und sind in der Lage, diese im Rahmen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen angemessen zu berücksichtigen. Sie kennen die Erfolgsfaktoren und Hindernisse im Gründungs- und Wachstumsprozess und können diese bewerten. Weiterhin können sie die Handlungsstrategien für ein Gründungsvorhaben ableiten und die damit verbundenen Aspekte der Umsetzungsproblematik bewerten.
Inhalte:	1 Grundlagen 1.1 Begriffe und Fakten <ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship/Intrapreneurship • KMU etc.

	<p>1.2 Theoretische Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmerfunktionen (Schumpeter, Kirzner, Röpke) • Unternehmertypen im Markrprozess (Heuss) • Erfolgsfaktoren nach Miner und Kay • Handlungsvariablen (Lewin, Röpke) etc. <p>2 Business Plan und Umsetzung</p> <p>2.1 Aufbau eines Business Plans</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teambildung, Aufgabenteilung • Ideenfindung, Assessment, Entwicklung des Produkts / der Dienstleistung • Marktanalyse: Marktgröße und –segmente, Kunden, Mitbewerber, Partner • Entwicklung von Marketingstrategie und Marketing-Mix • Rechtsformwahl, Analyse steuerlicher Bedingungen • Kapitalbedarfsermittlung und Finanzierungsplanung • Analyse von Liquidität, Ergebnis und Rentabilität <p>2.2 Aspekte der Umsetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evolutionsfunktion des Geschäftsplans • Planung der Organisation und der Einzelschritte des Unternehmensaufbaus • Probleme der Finanzierung, Personalakquise/-bindung etc. • Rechtsform der Unternehmung • Sonderformen der Existenzgründung (Franchising etc.)
<p>Lehr- und Lernmethoden:</p>	<p>Die Lehrveranstaltungen basieren auf einem Methodenmix aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungen zur Einführung grundlegender Theorieinhalte • Interaktiver und seminaristischer Unterrichtsgestaltung (Besprechung von Artikeln aus der Tages- und Fachpresse sowie Case Studies) • Strukturiert begleitendem Eigenstudium
<p>Literatur:</p>	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Fueglistaller, U. et al.; Entrepreneurship, 4. Aufl., Wiesbaden 2015</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Birley, S.; Muzyka, D. F.: Mastering Entrepreneurship, Wiesbaden 2000</p> <p>De, D.: Entrepreneurship - Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen, München 2005</p> <p>Faltin, G.: Kopf schlägt Kapital, München 2017</p> <p>Nagl, A.: Der Businessplan, 8. Aufl., Wiesbaden 2015</p> <p>Röpke, J.: Der lernende Unternehmer, Marburg 2002</p> <p>Schefczyk, M.; Pankotsch, F.: Betriebswirtschaftslehre junger Unternehmen, Stuttgart 2003</p> <p>Weitere Literatur wird im Rahmen der Lehrveranstaltung (online oder in Form von Kopien) zur Verfügung gestellt</p>
<p>Besonderes:</p>	<p>Die Veranstaltung wird – je nach Verfügbarkeit – durch Fachvorträge aus der Wissenschaft und Praxis ergänzt.</p>

Modul-Nr./Code:	B1520
Modulbezeichnung:	Geschäftsprozesse und Change-Management in kleinen und mittelgroßen Unternehmen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Claudia Naumann-Schiel (M.A.)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Gründungs- und Wachstumsmanagement kleiner und mittelgroßer Unternehmen“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden können spezielle Themen des Veränderungsmanagements in kleinen und mittelgroßen Unternehmen verstehen und können sie im Rahmen kleinerer Fallbeispiele auch bewerten. Sie sind in der Lage, unter Berücksichtigung von Erfolgsfaktoren des Change Managements ein unternehmensspezifisches Change Management-Konzept zu entwickeln und Veränderungsprozesse in Unternehmen erfolgreich zu begleiten.
Inhalte:	1 Grundlagen des Change-Managements 1.1 Begriff und Phasen des Change-Managements 1.2 Umgang mit Widerständen 1.3 Evolutionskompetenz und Lernebenen <ul style="list-style-type: none"> • Generierung und Anwendung von Wissen (Lernen 1) • Umsetzungskompetenz (Lernen 2): Zeitmanagement, Mind Mapping im Unternehmeralltag

	<ul style="list-style-type: none"> • Visions- und Reflexionskompetenz (Lernen3): (Gruppen-)Vision – Unternehmensverfassung – Organisation – Kultur <p>2 Einwirkung auf Geschäftsprozesse durch Beratung und Coaching</p> <p>2.1 Coaching vs. Beratung – Ein systemischer Blickwinkel</p> <p>2.2 Förderstrukturen im Beratungs- und Coachingkontext</p>
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung mit gemischten Medien (Folien, Beamer, Tafelarbeit, etc.) - Schriftliche Ausarbeitung (Dokument), Vorlesungsskript, Lehrmaterialien etc. - E-Learning-Inhalte in moodle-Lernplattform - Ausarbeitung von Themen in Gruppen und Vortrag
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Lauer, Th.: Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, 2. Aufl., Berlin Heidelberg 2014</p> <p><i>ergänzende Lektüre</i></p> <p>Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, 8. Aufl., Frankfurt 2011</p> <p>Faltin, G.: Kopf schlägt Kapital, 6. Aufl., München 2008</p> <p>Hinterhuber, H.: Strategische Unternehmensführung I und II, Berlin 2011</p> <p>Nagl, A.: Der Businessplan, Wiesbaden 2003</p> <p>Rassidakis, P.: Wege der Selbstevolution, Marburg 1998</p> <p>Röpke, J.: Der lernende Unternehmer, Marburg 2002</p> <p>Schumpeter, J.: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, neue Aufl. der ersten Ausgabe, Berlin 2006</p> <p>Siemon, C.: Unternehmertum in der Finanzwirtschaft, Marburg 2006</p> <p>Siemon, C.: Entrepreneurship Education aus systemischer Sicht, in: Wirtschaftspolitische Blätter, 2010, S. 293-314</p> <p>Weitere Literatur wird im Rahmen der Lehrveranstaltung (online oder in Form von Kopien) zur Verfügung gestellt</p>
Besonderes:	Nach Verfügbarkeit werden Gastreferenten aus der Praxis eingeladen

Modul-Nr./Code:	B1530
Modulbezeichnung:	Risikomanagement und Finanzierung kleiner und mittelgroßer Unternehmen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill Dr. Thomas Schulze
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch der Module „Gründungs- und Wachstumsmanagement kleiner und mittelgroßer Unternehmen“ und „Gründungsprozesse und Change-Management in kleinen und mittelgroßen Unternehmen“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die Grundlagen des Risikomanagements, verstehen die Finanzierung kleiner und mittelgroßer Unternehmen verstehen und können sie im Rahmen kleinerer Fallbeispiele bewerten. In diesem Zusammenhang kennen die Studierenden insbesondere die Bedeutung formeller und informeller Finanzierungsstrukturen (Bootstrapping, Business Angels, Venture Capital-Gesellschaften, Banken) und unterschiedliche Finanztechnologien (Venture Capital, Kredit etc.). Sie sind mit den relevanten theoretischen Grundlagen – bspw. aus der Entwicklungstheorie von Joseph A. Schumpeter – vertraut. Die Studierenden haben vertiefende Kenntnisse in den Bereichen Investitionsrechnung und Unternehmensfinanzierung im Kontext kleiner und mittelgroßer Unternehmen. Diesbezügliche fallspezifische Problemlösungen können sie erarbeiten. Ferner kennen die Studierenden die Grundprobleme und -

	<p>prinzipien der Unternehmensbewertung und der Gestaltung von Kredit- und Beteiligungsverträgen unter Berücksichtigung eines angemessenen Risikomanagements. Anhand von Fallbeispielen können sie diesbezügliche Fragestellungen auch bewerten. In diesem Zusammenhang kennen die Studierenden auch die Bedeutung finanzunternehmerischer Kompetenzen und sind in der Lage, Möglichkeiten der öffentlichen Förderprogramme für die Unternehmensfinanzierung herauszuarbeiten.</p>
Inhalte:	<p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Worum geht es? • Begriffe, Fakten und Probleme • Innovation, Gründung und Finanzierung bei Schumpeter • Business Plan und Finanzunternehmertum <p>Finanzierungskompetenz im Kontext kleiner und mittlerer Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investitions- und Finanzierungstheorie im Gründungskontext • Finanzunternehmertum und Entwicklung von Finanzierungskompetenz • Öffentliche Förderprogramme: Theorie und Praxis
Lehr- und Lernmethoden:	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung mit gemischten Medien (Folien, Beamer, Tafelarbeit, etc.) • Schriftliche Ausarbeitung (Dokument), Vorlesungsskript, Lehrmaterialien etc. • E-Learning-Inhalte in moodle-Lernplattform • Ausarbeitung von Themen in Gruppen und Vortrag
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Hahn, Ch.: Finanzierung und Besteuerung von Start-Up Unternehmen, Wiesbaden 2014</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Bygrave, W.; Timmons, J.: Venture Capital at the Crossroads, o.O. 1992</p> <p>Faltin, G.: Kopf schlägt Kapital, 6. Aufl., München 2008</p> <p>Nagl, A.: Der Businessplan, Wiesbaden 2003</p> <p>Schumpeter, J.: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, neue Aufl. der ersten Ausgabe, Berlin 2006</p> <p>Siemon, C.: Unternehmertum in der Finanzwirtschaft, Marburg 2006</p> <p>Van Osnabrugge, M.; Robinson, R.: Angel Investing, Babson College 2000</p> <p>Weitere Literatur wird im Rahmen der Lehrveranstaltung (online oder in Form von Kopien) zur Verfügung gestellt</p>
Besonderes:	<p>Nach Verfügbarkeit werden Gastreferenten aus der Praxis eingeladen</p>

Modul-Nr./Code:	B1610
Modulbezeichnung:	Informationsgrundlagen des Marketing
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r::	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Hausarbeit (20 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Hausarbeit) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen der Marktforschung zu erläutern und die richtige Marktforschungsmethode für differenzierte Fragestellungen herauszuarbeiten. Sie können an Hand eines Fallbeispiels eine Marktforschungsstudie entwerfen und durchführen. Die Ergebnisse der Marktforschungsstudie werden von ihnen in einer Präsentation dargestellt, folgerichtig interpretiert und Handlungsalternativen abgeleitet.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Marktforschung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundlagen der Marktforschung ○ Informations- und Entscheidungsbedarf ○ Qualitative und quantitative Marktforschung ○ Daten- und Informationsanalyse ○ Interpretation und Präsentation ○ Konsumentenverhalten ○ Marktsegmentierung ○ Zukunftsorientierte Marktforschung

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Besonderheiten der Dienstleistungsmarktforschung ○ Fallstudien
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Konzeption einer Marktforschungsstudie als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden 2019</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis. Mit Online-Extras, 14. Aufl., Wiesbaden 2019</p> <p>Foscht T.; Swoboda, B.: Käuferverhalten. Grundlagen - Perspektiven – Anwendungen, 4. Aufl., Wiesbaden 2011</p> <p>Grunwald, G.; Schwill, J.: Toolbox Marketing. Praxiserprobte Werkzeuge für die gelungene Marketingarbeit, Stuttgart 2019</p> <p>Grunwald, G.; Schwill, J.: Beziehungsmarketing. Gestaltung nachhaltiger Geschäftsbeziehungen – Grundlagen und Praxis, Stuttgart 2017</p> <p>Homburg, C.: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 5. Aufl., Wiesbaden 2015</p> <p>Herrmann, A.; Homburg, C.: Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, 2. Aufl., Wiesbaden 2000</p> <p>Kamenz, U.: Marktforschung. Einführung mit Fallbeispielen, Aufgaben und Lösungen, 2. Aufl., Stuttgart 2001</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C.; Piercy, N.: Grundlagen des Marketing, 7. Aufl., Hallbergmoos 2019</p> <p>Kotler, P.; Keller, K. L.; Opresnik, M. O.: Marketing-Management. Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien, 15. Aufl., Hallbergmoos 2017</p> <p>Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Marketing. Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele, 5. Aufl., Wiesbaden 2017</p> <p>Ramme, I.: Marketing. Einführung mit Fallbeispielen, Aufgaben und Lösungen, 3. Aufl., Stuttgart 2009</p> <p>Runia, P.; Wahl, P.; Geyer, O.; Thewiß, C.: Marketing. Prozess- und praxisorientierte Grundlagen, 4. Aufl., München 2015</p> <p>Scharf A.; Schubert, H.; Hehn P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis, 6. Aufl., Stuttgart 2015</p> <p>Weis C.; Steinmetz P.; Marktforschung, 5. überarbeitete und akt. Aufl., Ludwigshafen 2002</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1620
Modulbezeichnung:	Strategische Marketingentscheidungen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch des Moduls „Informationsgrundlagen des Marketing“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 90 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Hausarbeit (20 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Hausarbeit) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, die marketingrelevante Umwelt des Unternehmens mit entsprechenden Analyseinstrumenten zu erfassen. Sie können die Ergebnisse interpretieren und daraus - unter Berücksichtigung unternehmensinterner Analysedaten - eine Marketingstrategie für ein Unternehmen entwickeln. Die Bedeutung von Marketingzielen im Gesamtkontext unternehmerischer Ziele ist ihnen vertraut. Die Studierenden kennen die Bedeutung interner und externer Stakeholder für die Erhaltung der Unternehmensexistenz und sind in der Lage, strategisch relevante Entscheidungen im Rahmen einer Beziehungsmarketingstrategie zu analysieren und zu bewerten sowie ein stakeholderorientiertes strategisches Konzept zu erstellen. Weitere strategische Marketingentscheidungen im Bereich der Produkt-, Preis-, Distributions-, Kommunikations- und Servicepolitik können die Studierenden anhand entsprechender Instrumente vorbereiten.

<p>Inhalte:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Marketing • Strategische Analyse <ul style="list-style-type: none"> ○ Unternehmensanalyse ○ Marktanalyse ○ Umweltanalyse ○ Strategische Frühaufklärung • Strategieformulierung <ul style="list-style-type: none"> ○ Strategische Optionen ○ Strategische Entscheidungen • Strategieimplementierung <ul style="list-style-type: none"> ○ Rahmenbedingungen ○ Strategieoperationalisierung ○ Strategischer Wandel • Strategische Evaluierung <ul style="list-style-type: none"> ○ Zweck und Ziele ○ Funktionen ○ Kennzahlen und Instrumente • Strategische Entscheidungen im Rahmen des Marketing-Mix <ul style="list-style-type: none"> ○ Produkt- und Programmstrategie ○ Kommunikationsstrategie ○ Preisstrategie ○ Distributionsstrategie ○ Servicestrategie • Erfolgsfaktoren des strategischen Marketing
<p>Lehr- und Lernmethoden:</p>	<p>Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Konzeption eines strategischen Marketingkonzeptes als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.</p>
<p>Literatur:</p>	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden 2019</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Backhaus, K.; Schneider, H.: Strategisches Marketing, 2. Aufl., Stuttgart 2009 Becker, J.: Marketing-Konzeption. Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, 11. Aufl., München 2018 Benkenstein, M.; Urich, S.: Strategisches Marketing. Ein wettbewerbsorientierter Ansatz, 3. Aufl., Stuttgart 2009 Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 13. Aufl., Wiesbaden 2016 Gardini, M.: Einführung in das Marketing-Management. Ein Überblick in Schaubildform, Oldenbourg 2007 Grant, R. M.; Nippa, M.: Strategisches Management. Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien, 5. Aufl., München 2006 Grunwald, G.; Schwill, J.: Partizipative Folgenabschätzung – Ein beziehungsorientierter Ansatz der Stakeholder-Integration, in: zfo - Zeitschrift Führung + Organisation, 87. Jg. (2018), H. 3, S. 185 - 190 Grunwald, G.; Schwill, J.: Beziehungsmarketing. Gestaltung nachhaltiger Geschäftsbeziehungen – Grundlagen</p>

	<p>und Praxis, Stuttgart 2017</p> <p>Grunwald, G.; Schwill, J.: Nachhaltigkeitsmarketing, in: Das Wirtschaftsstudium (wisu), 46. Jg. (2017), H. 12, S. 1364-1373</p> <p>Homburg, C.: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 5. Aufl., Wiesbaden 2015</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Saunders, J.; Wong, V.: Grundlagen des Marketings, 5. akt. Aufl., München 2011</p> <p>Kotler, P.; Keller, K. L.; Opresnik, M. O.: Marketing-Management. Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien, 15. Aufl., Hallbergmoos 2017</p> <p>Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Marketing. Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele, 4. Aufl., Wiesbaden 2013</p> <p>Lippold, D.: Marktorientierte Unternehmensführung und Digitalisierung. Management im digitalen Wandel, Berlin, Boston 2017</p> <p>Reisinger, S.; Gattringer, R.; Strehl, F.: Strategisches Management. Grundlagen für Studium und Praxis, 2. Aufl., Hallbergmoos 2017</p> <p>Rennhak, C.: Strategisches Marketing, München 2017</p> <p>Runia, P.; Wahl, P.; Geyer, O.; Thewissen, C.: Marketing. Prozess- und praxisorientierte Grundlagen, 4. Aufl., München 2015</p> <p>Scharf A.; Schubert, H.; Hehn P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis, 6. Aufl., Stuttgart 2015</p> <p>Schaper, T.: Strategisches Marketingmanagement. Einführung in Theorie und Praxis, 4. Aufl., Berlin 2016</p> <p>Voeth, M.; Herbst, U.: Marketing-Management. Grundlagen, Konzeption und Umsetzung, Stuttgart 2013</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1630
Modulbezeichnung:	Marketinginstrumentarium
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL. Dieses Modul kann auch als Spezialisierungsmodul in anderen, berufsbegleitenden Studiengängen eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch der Module „Informationsgrundlagen des Marketing“ und „Strategische Marketingentscheidungen“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	6 SWS, davon 4 SWS Vorlesung, 2 SWS Praxisarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Hausarbeit (20 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Hausarbeit) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, aus den strategischen Zielsetzungen ein entsprechendes operatives Marketing-Mix zu entwickeln. Sie können an die Unternehmensgröße angepasst Maßnahmen konzipieren, implementieren, budgetieren, evaluieren und kritisch hinterfragen. Neue wissenschaftliche und praktische Erkenntnisse im Marketing sind den Studierenden im jeweiligen Kontext bekannt. Sie sind in der Lage, die praktische Notwendigkeit für die Anwendung dieser Erkenntnisse kritisch zu diskutieren.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing-Mix-Konzeptionen • Produktpolitische Handlungsfelder <ul style="list-style-type: none"> ○ Produktinnovation ○ Kreativitätstechniken ○ Produktvariation ○ Produktdifferenzierung ○ Produktelimination

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Diversifikation ○ Produktprogramm ● Kommunikationsinstrumente <ul style="list-style-type: none"> ○ Above-the-line Kommunikation ○ Below-the-line Kommunikation ○ Konventionelle Maßnahmen ○ Unkonventionelle Maßnahmen ○ Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen ● Preispolitische Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> ○ Praxisorientierte Preisfestsetzung ○ Praxisorientierte Preisbestimmung ○ Konditionenpolitik ● Servicepolitik <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriff und Bedeutung ○ Klassifizierungsmöglichkeit von Serviceleistungen ○ Beschwerdemanagement ○ Modelle zur Messung von Servicequalität ○ Qualitätsmanagement ● Marketingbudget ● Aktuelle Trends im Marketing ● Eine Vertiefung in ein bis zwei der im folgenden genannten Themen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Neuromarketing ○ Messemarketing ○ KMU-Marketing ○ Online-Marketing ○ Neue Strömungen des Marketings ○ Entwicklung eines Marketing-Konzepts
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Konzeption einer Marktforschungsstudie als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden 2019</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Becker, J.: Marketing-Konzeption. Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, 11. Aufl., München 2018</p> <p>Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 13. Aufl., Wiesbaden 2016</p> <p>Gardini, M.: Einführung in das Marketing-Management. Ein Überblick in Schaubildform, Oldenbourg 2007</p> <p>Grunwald, G.; Schwill, J.: Beziehungsmarketing. Gestaltung nachhaltiger Geschäftsbeziehungen – Grundlagen und Praxis, Stuttgart 2017</p> <p>Grunwald, G.; Schwill, J.: Nachhaltigkeitsmarketing, in: Das Wirtschaftsstudium (wisu), 46. Jg. (2017), H. 12, S. 1364-1373</p> <p>Homburg, C.: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 5. Aufl., Wiesbaden 2015</p> <p>Kotler, P.; Armstrong, G.; Saunders, J.; Wong, V.: Grundlagen des Marketing, 5. akt. Aufl., München 2011</p>

	<p>Kotler, P.; Keller, K. L.; Opresnik, M. O.: Marketing-Management. Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien, 15. Aufl., Hallbergmoos 2017</p> <p>Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Marketing. Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele, 4. Aufl., Wiesbaden 2013</p> <p>Lippold, D.: Marktorientierte Unternehmensführung und Digitalisierung. Management im digitalen Wandel, Berlin, Boston 2017</p> <p>Pepels, W. (Hrsg.): Fallstudien zum Marketing, Herne 2015</p> <p>Runia, P.; Wahl, P.; Geyer, O.; Thewissen, C.: Marketing. Prozess- und praxisorientierte Grundlagen, 4. Aufl., München 2015</p> <p>Scharf A.; Schubert, H.; Hehn P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis, 6. Aufl., Stuttgart 2015</p> <p>Schaper, T.: Strategisches Marketingmanagement. Einführung in Theorie und Praxis, 4. Aufl., Berlin 2016</p> <p>Voeth, M.; Herbst, U.: Marketing-Management. Grundlagen, Konzeption und Umsetzung, Stuttgart 2013</p> <p>Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb. Fundamente für die marktorientierte Unternehmensführung, 8. Aufl., München 2013</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1710
Modulbezeichnung:	Strategisches Human Resources Management
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Studiengang BWL Bachelor und kann auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill Dipl.-Kauffr. (FH) Ursula Schwill (M.A.)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse des Human Resources Management, z. B. erworben durch den Besuch der Veranstaltung Human Resources Management und Organisation oder durch adäquate Berufspraxis im HR Bereich oder in Leitungspositionen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden haben vertiefte theoretische und umsetzungsorientierte Kenntnisse im strategischen Management und Personalmanagement. Die Aufgabe, das Unternehmen langfristig als Arbeitgebermarke (Employer Branding) zu positionieren, wird erkannt und auch im Kontext von KMU mit geeigneten Maßnahmen gestaltet. Die Studierenden sind in der Lage, die Herausforderungen für das HR-Management, sich als Business Partner zu positionieren, abzuleiten. Die Studierenden sind in der Lage, ein strategisches Konzept für den Human Resources Bereich in Ableitung der Gesamtstrategie des Unternehmens zu gestalten.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Managements • Einordnung des strategischen HR-Managements • Grundlagen des strategischen HR-Managements

	<ul style="list-style-type: none"> • Situationsanalyse HR: Herausforderungen, Lösungsansätze, Implementierung, u. a. • Implementierung der Strategie: Konzeptionen, Methoden und Tools entlang des HR-Prozesses • Controlling strategischer HR-Entscheidungen • Fallstudien: Bedeutung von HR-Management in der Ziel- und Strategieentwicklung. Diskussion anhand aktueller Unternehmensbeispiele.
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Erstellung einer (Teil-) Konzeption für ein strategisches HR-Management im Unternehmen, Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtliteratur:</i></p> <p>Scholz, Ch.: Grundzüge des Personalmanagements, 2. Aufl., München 2014</p> <p><i>ergänzende Literatur:</i></p> <p>Böhmer, N.; Schinnenburg, H.; Steinert, C.: Fallstudien im Personalmanagement. Entscheidungen treffen, Konzepte entwickeln, Strategien aufbauen, München 2012</p> <p>Scholz, Ch.; Stein, V.; Bechtel, R.: Human Capital Management, 3. akt. Aufl., Köln 2011</p> <p>Stock-Homburg, R.; Wolff, B. (Hrsg.): Handbuch strategisches Personalmanagement, Stuttgart 2011</p> <p>Wegerich, Ch.: Strategische Personalentwicklung in der Praxis. Instrumente, Erfolgsmodelle, Checklisten, Praxisbeispiele, 2. akt. und erw. Aufl., Weinheim 2011</p> <p>Wehrlin, U.: Strategisches Personalmanagement: Personalressourcen und Wettbewerbsfähigkeit für die Zukunft sichern - Unternehmensstrategien erfolgreich umsetzen, München 2012</p>
Besonderes:	Erstellung eines Konzeptes für strategisches HR-Management

Modul-Nr./Code:	B1720
Modulbezeichnung:	Operatives Human Resources Management
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Studiengang BWL Bachelor und kann auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill Dipl.-Kauffr. (FH) Ursula Schwill (M.A.)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse des Human Resources Management, z. B. erworben durch den Besuch der Veranstaltung Human Resources Management und Organisation oder alternativ berufliche Praxis im Bereich HR. Der Besuch des Moduls „Strategisches Human Resources Management“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen geeignete und moderne Verfahren der Personalauswahl. Sie können die Chancen und Grenzen der jeweiligen testtheoretischen Verfahren benennen und bewerten. Sie sind in der Lage, Auswahlverfahren zu konzipieren, die praktikabel sind und dem State of the art genügen. Die Studierenden haben Kenntnisse hinsichtlich der verantwortlichen Planung des Personaleinsatzes und können einschätzen, worauf in der Personalbetreuung geachtet werden muss. Sie können die Personalkosten analysieren, die Zusammensetzung diskutieren und alternative Personalkostenbudgetierungen erarbeiten. Im Ergebnis können sie ein praktikables Konzept in Abstim-

	<p>mung mit den Rahmenbedingungen des betroffenen Unternehmens entwickeln, um eine adäquate Personalplanung, -beschaffung, -auswahl, -kostenbudgetierung und -betreuung sicher zu stellen. Zur Unterstützung der Implementierung in Unternehmen kennen die Studierenden aktuelle und praktikable HR-Software und können sie anhand von Kriterien selbständig auswählen.</p>
<p>Inhalte:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Übersicht und Rahmenfaktoren der Personalplanung • Möglichkeiten der Personalakquise, auch unter Berücksichtigung von Web 2.0 • Employer Branding als Mittel zur Personalakquise und Personalbindung • Vertiefen der Kenntnisse zur Personalauswahl • Testtheoretische Verfahren zur Bewerberauswahl • Assessment Center • Führen von Vorstellungsgesprächen • Chancengleichheit und diskriminierungsfreie Personalauswahl • Vorgehen zur Personaleinsatzplanung • Umgang mit alternden Belegschaften • Arbeitszeitmanagement • Personalbudgetplanung • Work-Life-Balance • Geeigneter Einsatz von HR-Software zur Unterstützung der genannten Personalprozesse • Elektronische Personalakte • Motivationstheorien, z. B. Herzberg, Alderfer, Vroom, Heckhausen • Führungstheorie, ein- und mehrdimensionale Führungsmodelle
<p>Lehr- und Lernmethoden:</p>	<p>Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Bearbeitung eines Falls im Unternehmen aus dem theoretischen Input, Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.</p>
<p>Literatur:</p>	<p><i>Pflichtliteratur:</i> Scholz, Ch.: Grundzüge des Personalmanagements, 2. Aufl. München 2014</p> <p><i>ergänzende Literatur:</i> Achouri, C.: Recruiting und Placement: Methoden und Instrumente der Personalauswahl und -platzierung, 2. überarb. Aufl., Wiesbaden 2010 Beck, Ch. (Hrsg.): Personalmarketing 2.0, Köln 2008 Tschumi, M.: Handbuch zum Personalmanagement. 5. erw. und akt. Aufl., Zürich 2011 Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal-Management, 9. akt. und überarb. Aufl., Stuttgart 2010 Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 4. überarb. und erw. Aufl., Berlin 2010 Kolb, M.: Personalmanagement, 2. akt. und überarb. Aufl., Stuttgart 2010 Maier, N.: Erfolgreiche Personalgewinnung und Personalauswahl: Von der Personalsuche über die Kandidatenanalyse und Einstellung bis zur Einführung zur Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter, 4. Aufl., Zürich 2011</p>

	v. Rostenstiel, L.; Regnet, E.; Domsch, M. E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 6. überarb. Aufl., Stuttgart 2009
Besonderes:	Problem based learning

Modul-Nr./Code:	B1730
Modulbezeichnung:	Personalführung und Wissensmanagement
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Studiengang BWL Bachelor und kann auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill Dipl.-Kauffr. (FH) Ursula Schwill (M.A.)
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse des Human Resources Management, z. B. erworben durch den Besuch der Veranstaltung Human Resources Management und Organisation oder alternativ berufliche Praxis im Bereich HR. Der Besuch der Module „Strategisches Human Resources Management“ und „Operatives Human Resources Management“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die Theorien zur Mitarbeitermotivation und können daraus Anforderungen an die individuelle Führung und die Führung von Mitarbeitergruppen ableiten. Sie kennen die theoretischen Führungsmodelle und analysieren diese nach der Anwendbarkeit in komplexen Unternehmenssituationen. Sie sind in der Lage, ein Personalführungskonzept zu entwickeln. Im Zuge der Arbeit an Fallstudien entwickeln die Studierenden ihre Team-, Kommunikations- und Kritikfähigkeit und trainieren ihre Problemlösungsfähigkeit in Gruppen. Sie können effektiv in interdisziplinär zusammengesetzten und geographisch verteilten Teams arbeiten. Zudem können sie ihre unterschiedlichen (Fach-)Kompetenzen für eine gemeinsame

	<p>Problemlösung einsetzen und sind auch in der Lage, Veränderungsprozesse unter einer ganzheitlichen Sichtweise zu begleiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Grundlagen des Wissensmanagements zu erklären und unterschiedliche Ansätze, Konzepte und Vorgehensmodelle des Wissensmanagements und der Wissensbewertung zu beurteilen. Sie können die komplexen Prozesse zur Einführung eines ganzheitlichen Wissensmanagements analysieren und Lösungsansätze/Ergebnisse kritisch hinterfragen. Sie können den Begriff des Kompetenzmanagements einordnen und setzen die Instrumente des Kompetenzmanagements im Kontext von Personalentwicklung und Wissensmanagement im Unternehmen ein.</p>
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Personalentwicklung • Ziele und Methoden der Personalentwicklung • Zielgruppenspezifische Personalentwicklung • Lernformen • Ganzheitliche Personalentwicklung im Kontext interner und externe Umweltfaktoren • Grundlagen des Wissensmanagement • Konzepte, Instrumente und Modelle des Wissensmanagements • Grundlagen des Kompetenzmanagement • Messmethoden der Kompetenz insbesondere PC-gestützte Modelle für die Unternehmenspraxis wie KODE®
Lehr- und Lernmethoden:	<p>Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien, in der berufsintegrierenden Phase Bearbeitung eines Falls im Unternehmen aus dem theoretischen Input, Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.</p>
Literatur:	<p><i>Pflichtliteratur:</i></p> <p>Becker, M.: Systematische Personalentwicklung. Planung, Steuerung und Kontrolle im Funktionszyklus, 2. Aufl., Stuttgart 2011</p> <p><i>ergänzende Literatur:</i></p> <p>Becker, M.: Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis, 5. Aufl., Stuttgart 2009</p> <p>Grote, S.; Kauffeld, S.; Frieling, E. (Hrsg.): Kompetenzmanagement: Grundlagen und Praxisbeispiele, 2. Aufl., Stuttgart 2012</p> <p>Hasler Roumois, U.: Studienbuch Wissensmanagement: Grundlagen der Wissensarbeit in Wirtschafts-, Non-Profit- und Public- Organisationen, Zürich 2010</p> <p>Meifert, M. (Hrsg.): Strategische Personalentwicklung, Berlin 2010</p> <p>Negri, C. (Hrsg.): Angewandte Psychologie für die Personalentwicklung, Berlin, Heidelberg 2010</p>
Besonderes:	<p>Problem based learning</p>

Modul-Nr./Code:	B1810
Modulbezeichnung:	Grundlagen des Dienstleistungsmanagements im Gesundheitswesen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse in den betrieblichen Funktionsbereichen oder adäquate Berufspraxis im Gesundheitsbereich oder in Leitungspositionen
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, aus den strategischen Zielsetzungen ein entsprechendes operatives Marketing-Mix zu entwickeln. Sie können an die Unternehmensgröße angepasste Maßnahmen konzipieren, implementieren, budgetieren, evaluieren und kritisch hinterfragen. Neue wissenschaftliche und praktische Erkenntnisse im Marketing sind den Studierenden im jeweiligen Kontext bekannt; sie sind in der Lage, die praktische Notwendigkeit für die Anwendung dieser Erkenntnisse kritisch zu diskutieren.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Terminologische Abgrenzung des Gesundheitswesens, Bedeutung und Einordnung des Gesundheitswesens im Dienstleistungsbereich • Gesundheitsökonomische Modelle und Untersuchungsansätze • Rahmenbedingungen im Gesundheitsbereich <ul style="list-style-type: none"> ○ Rechtliche und politische Rahmenbedingungen ○ Strukturelle Rahmenbedingungen

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Herausforderungen aufgrund des demografischen Wandels ○ Ökonomisierung im Gesundheitswesen ○ Ethische Aspekte ● Der Patient im Fokus des Dienstleistungsmanagements im Gesundheitswesen ● Grundlagen des Managements von Dienstleistungen im Gesundheitswesen <ul style="list-style-type: none"> ○ Rechnungswesen ○ Investition und Finanzierung ○ Materialwirtschaft und Logistik ○ Organisation ○ Personalmanagement ○ Marketing ○ Controlling
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Literatur; Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien; in der berufsintegrierenden Phase Erstellung eines Managementkonzeptes im Unternehmen und Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Busse, R.; Schreyögg, J.; Tiemann, O.: Management im Gesundheitswesen, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg 2010</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Debatin, J. F.; Ekkernkamp, A.; Schulte, B. (Hrsg.): Krankenhausmanagement. Strategien, Konzepte, Methoden, Berlin 2010</p> <p>Frodl, A.: Logistik und Qualitätsmanagement im Gesundheitsbetrieb. Betriebswirtschaft für das Gesundheitswesen, Wiesbaden 2012</p> <p>Frodl, A.: Betriebsführung im Gesundheitswesen. Führungskompendium für Gesundheitsberufe, Wiesbaden 2012</p> <p>Frodl, A.: Finanzierung und Investitionen im Gesundheitsbetrieb. Betriebswirtschaft für das Gesundheitswesen, Wiesbaden 2011</p> <p>Frodl, A.: Kostenmanagement und Rechnungswesen im Gesundheitsbetrieb. Betriebswirtschaft für das Gesundheitswesen, Wiesbaden 2011</p> <p>Frodl, A.: Organisation im Gesundheitsbetrieb. Betriebswirtschaft für das Gesundheitswesen, Wiesbaden 2011</p> <p>Frodl, A.: Personalmanagement im Gesundheitsbetrieb. Betriebswirtschaft für das Gesundheitswesen, Wiesbaden 2011</p> <p>Haller, S.: Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, 5. Aufl., Wiesbaden 2012</p> <p>Haubrock, M.; Schär, W. (Hrsg.): Betriebswirtschaft und Management in der Gesundheitswirtschaft, 5. Aufl., Bern 2009</p> <p>Kunhardt, H. (Hrsg.): Systemisches Management im Gesundheitswesen. Innovative Konzepte und Praxisbeispiele, Wiesbaden 2011</p> <p>Trill, R.: Krankenhausmanagement. Aktionsfelder und Erfolgspotentiale, 2. Aufl., Neuwied 2000</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1820
Modulbezeichnung:	Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Zuordnung zum Curriculum:	5. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse in Managementprozessen oder adäquate Berufspraxis im Gesundheitsbereich oder in Leitungspositionen. Der Besuch des Moduls „Grundlagen des Dienstleistungsmanagements im Gesundheitswesen“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden verfügen über ein Grundverständnis der Bedeutung des Qualitätsmanagements im Gesundheitswesen. Sie kennen unterschiedliche Determinanten, Dimensionen, Wirkungen und Modelle der Dienstleistungsqualität. Sie können relevante Ansätze des Qualitätsmanagements im Gesundheitswesen bewerten und sind in der Lage, die Dienstleistungsqualität zu analysieren. Die Instrumente des Qualitätsmanagements können die Studierenden anwenden und zentrale Aufgaben im Rahmen des Qualitätscontrollings übernehmen. Sie kennen die Abläufe einer Zertifizierung.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung des Qualitätsmanagements für Dienstleistungsunternehmen im Gesundheitsbereich • Grundlagen des Qualitätsmanagements für Dienstleistungen

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Begriff der Dienstleistungsqualität ○ Determinanten der Dienstleistungsqualität ○ Dimensionen der Dienstleistungsqualität ○ Wirkungen der Dienstleistungsqualität ● Ansätze im Rahmen des Qualitätsmanagements ● Analyse der Dienstleistungsqualität <ul style="list-style-type: none"> ○ Modelle der Dienstleistungsqualität ○ Messung der Dienstleistungsqualität ● Planung und Steuerung des Qualitätsmanagements <ul style="list-style-type: none"> ○ Regelkreis des Qualitätsmanagements ○ Instrumente der Qualitätsplanung ○ Instrumente der Qualitätslenkung ○ Instrumente der Qualitätsprüfung ○ Instrumente der Qualitätsmanagementdarlegung ● Qualitätscontrolling für Dienstleistungen im Gesundheitswesen ● Zertifizierung des Qualitätsmanagements
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Literatur; Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien; in der berufsintegrierenden Phase Erstellung eines Qualitätsmanagementkonzeptes im Unternehmen des Gesundheitswesens und Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Busse, R.; Schreyögg, J.; Tiemann, O.: Management im Gesundheitswesen, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg 2010</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen, Konzepte, Methoden, 8. Aufl., Berlin, Heidelberg 2011</p> <p>Debatin, J. F.; Ekkernkamp, A.; Schulte, B. (Hrsg.): Krankenhausmanagement. Strategien, Konzepte, Methoden, Berlin 2010</p> <p>Frodl, A.: Logistik und Qualitätsmanagement im Gesundheitsbetrieb. Betriebswirtschaft für das Gesundheitswesen, Wiesbaden 2012</p> <p>Haller, S.: Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, 5. Aufl., Wiesbaden 2012</p> <p>Haeske-Seeberg, H.: Handbuch Qualitätsmanagement im Krankenhaus. Strategien, Analysen, Konzepte, 2. Aufl., Stuttgart 2008</p> <p>Haubrock, M.; Schär, W. (Hrsg.): Betriebswirtschaft und Management in der Gesundheitswirtschaft, 5. Aufl., Bern 2009</p> <p>Klusen, N.; Meusch, A.; Thiel, E. (Hrsg.): Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen, Baden-Baden 2010</p> <p>Rychlik, R.: Gesundheitsökonomie und Krankenhausmanagement. Grundlagen und Praxis, Stuttgart 1999</p> <p>Trill, R.: Krankenhausmanagement. Aktionsfelder und Erfolgspotentiale, 2. Aufl., Neuwied 2000</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1830
Modulbezeichnung:	Betriebliches Gesundheitsmanagement
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang BWL, kann aber auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse im Personalmanagement oder adäquate Berufspraxis im Gesundheitsbereich oder in Leitungspositionen. Der Besuch der Module „Grundlagen des Dienstleistungsmanagements im Gesundheitswesen“ und „Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (5-6 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen die Bedeutung des betrieblichen Gesundheitsmanagements. Sie kennen die zentralen Ziele sowie Studien und Befunde zum Gesundheitsmanagement in Unternehmen. Sie sind in der Lage, Instrumente zur Analyse der Gesundheit anzuwenden. Sie kennen die Instrumente des betrieblichen Gesundheitsmanagements und können sie gestalten sowie im Rahmen von Controllingprozessen steuern. Unter Zugrundelegung von „best practices“ sind die Studierenden zudem in der Lage, betriebliches Gesundheitsmanagement fallspezifisch zu implementieren.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Terminologische Abgrenzung, Bedeutung und Ziele des Gesundheitsmanagements für Unternehmen • Gesetzlicher Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements

	<ul style="list-style-type: none"> • Studien und Befunde zum betrieblichen Gesundheitsmanagement • Betriebliche Gesundheitsförderung als Managementprozess • Instrumente der Gesundheitsanalyse <ul style="list-style-type: none"> ○ Fehlzeitenanalyse ○ Arbeitssituationsanalyse ○ Mitarbeiterbefragung ○ Gefährdungsbeurteilung ○ Gesundheitszirkel • Gestaltungsmöglichkeiten des betrieblichen Gesundheitsmanagements <ul style="list-style-type: none"> ○ Gestaltung der Arbeitsbedingungen ○ Gestaltung der Führungsaufgabe ○ Personalentwicklung ○ Personalpflege, insbes. psychosoziale und arbeitsmedizinische Betreuung ○ Fehlzeitenmanagement ○ Eingliederungsmanagement ○ Age Management und alternde Belegschaften ○ Informations- und Kommunikationsmanagement • Controlling im betrieblichen Gesundheitsmanagement • Implementierung des betrieblichen Gesundheitsmanagements • Best Practices
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Literatur; Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien; in der berufsintegrierenden Phase Erstellung eines Konzeptes zur Einführung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements und Auswertung als e-learning Einheit mit Feedback des Lehrenden.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Badura, B.; Ritter, W.; Scherf, M.: Betriebliches Gesundheitsmanagement – ein Leitfaden für die Praxis, Berlin 1999</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Busse, R.; Schreyögg, J.; Tiemann, O.: Management im Gesundheitswesen, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg 2010 Esslinger, A. S.; Emmert, M.; Schöffski, O. (Hrsg.): Betriebliches Gesundheitsmanagement. Mit gesunden Mitarbeitern zu unternehmerischem Erfolg, Wiesbaden 2010 Frodl, A.: Betriebsführung im Gesundheitswesen. Führungskompendium für Gesundheitsberufe, Wiesbaden 2012 Frodl, A.: Personalmanagement im Gesundheitsbetrieb. Betriebswirtschaft für das Gesundheitswesen, Wiesbaden 2011 Haller, S.: Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, 5. Aufl., Wiesbaden 2012 Haubrock, M.; Schär, W. (Hrsg.): Betriebswirtschaft und Management in der Gesundheitswirtschaft, 5. Aufl., Bern 2009 Jancik, J. M.: Betriebliches Gesundheitsmanagement. Produktivität fördern, Mitarbeiter binden, Kosten senken, Wiesbaden 2002</p>

	<p>Kunhardt, H. (Hrsg.): Systemisches Management im Gesundheitswesen. Innovative Konzepte und Praxisbeispiele, Wiesbaden 2011</p> <p>Meifert, M. T.; Kesting, M. (Hrsg.): Gesundheitsmanagement im Unternehmen. Konzepte, Praxis, Perspektiven, Berlin, Heidelberg 2004</p> <p>Meyer, J. A.; Tirpitz, A.: Betriebliches Gesundheitsmanagement in KMU. Widerstände und deren Überwindung, Köln 2008</p> <p>Uhle, T.; Treier, M.: Betriebliches Gesundheitsmanagement. Gesundheitsförderung in der Arbeitswelt – Mitarbeiter einbinden, Prozesse gestalten, Erfolge messen, Berlin, Heidelberg 2011</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1910
Modulbezeichnung:	Marktforschung und Marketing im Tourismus
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	4. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Studiengang BWL Bachelor und kann auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse des Marketings, z. B. erworben durch den Besuch der Veranstaltung Marketing oder durch adäquate Berufspraxis im Marketing/Vertriebsbereich oder in Leitungspositionen
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (10-20 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden kennen Methoden zur Durchführung von Marktrecherchen und Marktanalysen und können diese einsetzen. Sie haben Kenntnisse über die internationalen Tourismusströme und können die Spezifika internationaler Märkte analysieren. Die Studierenden können marketingpolitische Entscheidungen von touristischen Anbietern analysieren und bewerten. Sie sind in der Lage, Marketingstrategien zu entwickeln und sie auf unterschiedliche Zielgruppen auszurichten. Zudem können sie auf der Basis der Analyse touristischer Wettbewerbsprodukte eigene touristische Produkte entwickeln und sind in der Lage, diese unter Berücksichtigung eines von ihnen entwickelten Marketing-Mix zu vermarkten.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das touristische Marketing, Schwerpunkt Marketing-Mix • Produkte touristischer Anbieter: Pauschalreisen, Vermittlungsleistungen, Reiseleitung, Beförderungsleistungen

	<p>usw. Qualitätsmerkmale touristischer Produkte. Vergleich von Produkten aus verschiedenen Ländern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing-Organisation in touristischen Unternehmen • Methoden der Marktforschung, deskriptive und analytische Statistik, Marktforschungsprojekte • Qualitätsführerschaft, Preisführerschaft, umwelt- und sozialverträgliche Positionierungen usw. • Kundenzufriedenheit, Kundenakquise und Kundenbindung • Komplexitätsmanagement • Marktmanagement internationaler Tourismuskmärkte • Fallstudien
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i></p> <p>Freyer, W.: Tourismus-Marketing, Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, 7. überarbeitete und ergänzte Aufl., Oldenburg 2011</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i></p> <p>Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 11. Aufl., Wiesbaden 2006</p> <p>Bieger, T.; Beritelli, P.: Management von Destinationen, 8. Aufl., München 2013</p> <p>Dittmer, H.; Hausmann, T.; Schulz, J-M: Tourismus-Management, München 2008</p> <p>Drummond, G.: Strategic marketing. Planning and control, 3. Ed., Amsterdam, Heidelberg 2008</p> <p>Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 10. Aufl., München 2011</p> <p>Glaeßer, D.: Handbuch Krisenmanagement im Tourismus, Berlin 2005</p> <p>Hudson, S.: Tourism and hospitality marketing. A global perspective, Los Angeles 2008</p> <p>Kotler, P.: Principles of Marketing, 14. Aufl., Essex 2011</p> <p>Middleton, V. T. C (2009): Marketing in travel and tourism, 4. Aufl., Amsterdam, Heidelberg 2009</p> <p>Mundt, J.: Tourismus, 4. Aufl., München 2013</p> <p>Schulz, A.; Berg, W.; Gardini, M.; Kirstges, T.; Eisenstein, B.: Grundlagen des Tourismus: Lehrbuch in 5 Modulen, München 2010</p> <p>Seitz E., Meyer W.: Tourismusmarktforschung - Ein praxisorientierter Leitfaden für Touristik und Fremdenverkehr, 2. Aufl., München 2006</p> <p>Seitz, E., Rossmann, D.: Fallstudien zum Tourismus-Marketing, Marketingerfolg trainieren, 2. Aufl., München 2007</p> <p>Stolpmann, M.: Tourismus-Marketing mit Profil – Gäste und Kunden gewinnen, Landsberg am Lech 2007</p>
Besonderes:	Erstellung eines Marketingkonzeptes für ein touristisches Produkt.

Modul-Nr./Code:	B1920
Modulbezeichnung:	Interkulturelles Management im Tourismus
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	berufsbegleitender Bachelor BWL, 5. Semester, Wahlfach
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Studiengang BWL Bachelor und kann auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch der Veranstaltung „Marktforschung und Marketing im Tourismus“ wird vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (10-20 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage die grundlegenden Kulturdefinitionen, -modelle und -konzepte zu beschreiben, interkulturelle Analysen und Vergleiche anzuwenden und Kultur- und Kommunikationsstile sowie formelle Strukturen und informelle Systeme zu verstehen. Sie können die Konzepte „interkulturelles Management“ definieren, aktuelle und komplexe Aspekte interkulturellen Managements reflektieren, interkulturelle und internationale Managementstrategien entwickeln und implementieren. Sie sind in der Lage, die interkulturelle Kompetenz eines Unternehmens systematisch zu stärken, Herausforderungen zu erkennen, die sich etablierten Unternehmen in interkulturellen Prozessen entgegenstellen, und angemessene unterstützende Managementaktivitäten zu entwickeln. Die Studierenden verfügen über ein grundsätzliches Verständnis für die Bedeutung der Interkulturalität auf transnationaler Management-Ebene. Sie kennen die zentralen Begriffe, theoretischen Modelle und Dimensionen der Interkulturalität. Die Studierenden sind fähig, interpersonelle und

	sachbezogene Problematiken im internationalen Management-Kontext zu erkennen und zu unterscheiden und können geeignete Strategien entwerfen und verfolgen, um in einem international-interkulturellen Arbeitsumfeld auftretende Frage- und Problemstellungen zu bewältigen.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Interkulturalität im multinationalen Unternehmenskontext • Handlungskonventionen und -parameter im Bereich der Geschäftsetikette und -verhandlungen • Unternehmerisches Handeln im interkulturellen Kontext, bei zugrundeliegenden kulturellen Wertvorstellungen und unter Berücksichtigung wesentlicher kultureller Dimensionen • Kommunikationsprozesse, Entscheidungsprozesse sowie Konflikt- und Krisenmanagement in multinationalen Unternehmen • Simulationen von Problem- und Konfliktsituationen • Unternehmensbezogene interkulturelle Fallstudien mit konkretem Sprach- bzw. Kulturraumbezug
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Pompl, W.; Lieb, M.: Internationales Tourismus- Management. Herausforderungen - Strategien - Instrumente. München 2002</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Bergemann, N.; Sourisseaux, A.: Interkulturelles Management, Berlin 2003 Bannys, F.: Interkulturelles Management: Konzepte und Werkzeuge für die Praxis, Weinheim 2012 Brandt, A.: Interkulturelles Tourismusmarketing: Eine Analyse der Preispolitik im interkulturellen Kontext, Saarbrücken 2008 Hofstede, J-G.; Hofstede, G.: Logisches Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 5. Aufl., München 2012 Koch, E.: Interkulturelles Management: Führungspraxis, Projektarbeit und Kommunikation, Konstanz 2012 Rothlauf, J.: Interkulturelles Management: Mit Beispielen aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten: Mit Beispielen aus Vietnam, China, Japan, Rußland und den Golfstaaten, Oldenburg 2009 Reindl, S.; Staudinger, S.: Interkulturelles Management und Diversity Management, München 2010</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B1930
Modulbezeichnung:	Operations im Tourismus
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	6. Semester
Art des Moduls:	Wahlpflichtveranstaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zur Spezialisierung der Betriebswirtschaftslehre im berufsbegleitenden Studiengang BWL Bachelor und kann auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Der Besuch der Veranstaltung „Marktforschung und Marketing im Tourismus“ und „Interkulturelles Management im Tourismus“ werden vorher empfohlen.
ECTS-Credits:	8
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 200 Stunden, davon 25 Stunden Präsenz, 80 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 95 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/6 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Möglich sind: 1. Klausur (90 Minuten) oder 2. Mündliche Prüfung (30 Minuten) oder 3. Exposé (10-20 Seiten) und ergänzend dazu Präsentation (15 Minuten) aufgeteilt in 70 % (Exposé) und 30 % (Präsentation) oder 4. Sonstige schriftliche Leistungen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse über die wichtigsten Instrumente des Operations Managements und können diese in die gesamtunternehmensbezogene strategische Planung und das verbindende Gesamtsystem einordnen. Sie haben die Unterschiede der Instrumente verstanden und können operative Managemententscheidungen im Kontext des Tourismus einschätzen und bewerten. Sie sind in der Lage, Alternativen bei der Strategiewahl zu diskutieren.
Inhalte:	Darstellung der wichtigsten Handlungsfelder des Operations Management im Tourismus, insbesondere bei Reiseveranstaltern und Reisevermittlern. Managementanforderungen an das die Handlungsfelder verbindende Gesamtsystem; Anwendung von Managementinstrumenten auf der operativen Ebene wie <ul style="list-style-type: none"> • Produkt- und Preis-, • Qualitäts-,

	<ul style="list-style-type: none"> • Beschaffungs-, • Vertriebs-, • Yield- und Prozessmanagement im Kontext grundsatzstrategischer Ziele der Organisation
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand von Lehrbriefen und Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von Fallstudien.
Literatur:	<p><i>Pflichtlektüre:</i> Freyer, W.: Tourismus-Marketing, Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, 7. überarbeitete und ergänzte Aufl., Oldenburg 2011</p> <p><i>ergänzende Lektüre:</i> Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 11. Aufl., Wiesbaden 2006 Bieger, T.; Beritelli, P.: Management von Destinationen, 8. Aufl., München 2013 Dittmer, H.; Hausmann, T.; Schulz, J.-M.: Tourismus-Management, München 2008 Drummond, G.: Strategic marketing. Planning and control, 3. Ed., Amsterdam, Heidelberg 2008 Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 10. Aufl., München 2011 Glaeßer, D.: Handbuch Krisenmanagement im Tourismus, Berlin 2005 Hudson, S.: Tourism and hospitality marketing. A global perspective, Los Angeles 2008 Kotler, P.: Principles of Marketing, 14. Aufl., Essex 2011 Middleton, V. T. C (2009): Marketing in travel and tourism, 4. Aufl., Amsterdam, Heidelberg 2009 Mundt, J.: Tourismus, 4. Aufl., München 2013 Schulz, A.; Berg, W.; Gardini, M.; Kirstges, T.; Eisenstein, B.: Grundlagen des Tourismus: Lehrbuch in 5 Modulen, München 2010 Seitz E.; Meyer W.: Tourismusmarktforschung - Ein praxisorientierter Leitfaden für Touristik und Fremdenverkehr, 2. Aufl., München 2006 Seitz, E.; Rossmann, D.: Fallstudien zum Tourismus-Marketing, Marketingerfolg trainieren, 2. Aufl., München 2007 Stolpmann, M.: Tourismus-Marketing mit Profil – Gäste und Kunden gewinnen, Landsberg am Lech 2007</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B6400
Modulbezeichnung:	Angewandte empirische Forschung
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	7. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul gehört zum Fach Betriebswirtschaftslehre im Studiengang. Es kann auch als eigenständiger Zertifikatskurs eingesetzt werden.
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Prof. Dr. Jürgen Schwill Nadine-Christine Wessel M.Sc.
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	//
ECTS-Credits:	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Insgesamt 125 Stunden, davon 16 Stunden Präsenz, 50 Stunden berufsintegrierende Praxisarbeit und 61 Stunden Selbststudium
Lehrform/SWS:	Vorlesung, Übung/4 SWS
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Semesterbegleitende Fallstudienbearbeitung und Abschlusspräsentation. Die Bewertung erfolgt mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse in der Erhebung, Analyse und Interpretation empirischer Daten. Sie kennen die relevanten Ablaufschritte eines empirischen Forschungsprozesses. Sie kennen quantitative und qualitative Forschungsmethoden und sind in der Lage, diese im Rahmen einer empirischen Studie praktisch umzusetzen. Sie können die empirisch ermittelten Daten auswerten und Schlussfolgerungen ableiten. Sie sind zudem in der Lage, die Frage nach dem ethisch Gebotenen im Kontext empirischer Forschung kritisch zu reflektieren und zu beantworten.
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand empirischer Forschung • Planungsprozess einer empirischen Forschung • Bestimmung des Untersuchungsdesigns (insbes. Untersuchungsziel, Hypothesenableitung und -formulierung) • Datenerhebung (insbes. quantitative und qualitative Forschungsmethoden) • Datenanalyse und Dateninterpretation • Forschungsethische Grundsätze und Prüfverfahren
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium anhand des Modulkripts und der Literatur, Vorlesung, Gruppenübungen, Problem Based Learning anhand von fallspezifischen Forschungsproblemen

Literatur:	<p>empfohlene Literatur:</p> <p>Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, Wiesbaden 2013</p> <p>Baur, N.; Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Band 1, 2. Aufl., Berlin 2019</p> <p>Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Aufl., Wiesbaden 2009</p> <p>Buber, R.; Holzmüller, H. H. (Hrsg.): Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen, 2. Aufl., Wiesbaden 2009</p> <p>Eisend, M.; Kuß, A.: Grundlagen empirischer Forschung. Zur Methodologie in der Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 2016</p> <p>Flick, U.: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, Reinbek 2005</p> <p>Grunwald, G.; Hempelmann, B.: Angewandte Marktforschung. Eine praxisorientierte Einführung, München 2012</p> <p>Häder, M.: Empirische Sozialforschung. Eine Einführung, 4. Aufl., Berlin, Wiesbaden 2019</p> <p>Herrmann, A.; Homburg, C.; Klarmann (Hrsg.): Handbuch Marktforschung. Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, 3. Aufl., Wiesbaden 2008</p> <p>Kromrey, H.; Roose, J.; Strübing, J.: Empirische Sozialforschung, 13. Aufl., Stuttgart 2016</p> <p>Kuß, A.; Wildner, R.; Kreis, H.: Marktforschung. Datenerhebung und Datenanalyse, 6. Aufl., Wiesbaden 2018</p> <p>Magerhans, A.: Marktforschung. Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden 2016</p> <p>Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken, 5. Aufl., Weinheim und Basel 2002</p> <p>Naderer, G.; Balzer, E. (Hrsg.): Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis. Grundlagen – Methoden – Anwendungen, Wiesbaden 2011</p> <p>Schnell, R.; Hill, P. B.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, 11. Aufl., München</p> <p>Schumann, S.: Quantitative und qualitative empirische Forschung, Berlin, Wiesbaden 2018</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B6300
Modulbezeichnung:	Bachelor-Seminar
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	7. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	//
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Jeder Dozent im Fachbereich Wirtschaft, der nach RO dafür berechtigt ist.
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Alle Prüfungs- und Studienleistungen, die laut Regelstudienplan bis einschließlich des 6. Semesters zu erbringen sind, müssen erfolgreich erbracht worden sein.
ECTS-Credits:	7
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Der Workload beträgt 200 Stunden, davon sind 50 Stunden Selbststudium und 150 Stunden Projektarbeit
Lehrform/SWS:	//
Studien-/ Prüfungsleistungen:	//
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Problemstellungen analysieren und sind in der Lage, erste Problemlösungsansätze zu erarbeiten und kritisch zu reflektieren. Sie kennen die betriebswirtschaftlich relevanten Methoden und können sie auf die Problemstellung zuordnen und für die Problemlösung anwenden.
Inhalte:	Im Bachelorseminar präsentieren und diskutieren die Studierenden auf der Basis der Problemstellungen ihre Lösungsansätze; sie vertiefen ihre Kenntnisse im selbstständigen Arbeiten mit wissenschaftlicher Literatur sowie im mündlichen und schriftlichen Präsentieren von problemspezifischen Inhalten. In Diskussionen wird die Fähigkeit zur kritischen Reflexion geübt.
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium, eigene wissenschaftliche Arbeit
Literatur:	Balzer, W.: Die Wissenschaft und ihre Methoden: Grundsätze der Wissenschaftstheorie. Ein Lehrbuch, Freiburg/BrsG. 2009 Bartel, J.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben in den Wirtschaftswissenschaften, Berlin 1997 Chalmers, A.F.: Wege der Wissenschaft. Einführung in die Wissenschaftstheorie, 5. Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 2001 Eco, U.: Wie man eine wissenschaftliche Abschlußarbeit

	<p>schreibt, Bern, Stuttgart 2005</p> <p>Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten: Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, Berlin 2007</p> <p>Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung, Opladen 1998</p> <p>Leske + Budrich: Oshima, A. and Hogue, A.: Writing Academic English, NY, Longman 1999</p> <p>Manschwetius, U.: Ratgeber wissenschaftliches Arbeiten, Lüneburg 2016</p> <p>Popper, K.R.: Vermutungen und Widerlegungen, Tübingen 2000</p> <p>Ravens, T.: Wissenschaftlich mit Word arbeiten, München 2003</p> <p>Schlepütz, V.: Anleitung zum Lesen eines wirtschaftswissenschaftlichen Journal-Beitrags, in: WiST, Mai 2003, S. 305-310</p> <p>Schüleln, J.A.; Reitze, S.: Wissenschaftstheorie für Einsteiger, Wien 2002</p> <p>Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Aufl., München 2017</p> <p>Zobel, J.: Writing for computer science: the art of effective communication, Singapore u. a. 1997</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B6100
Modulbezeichnung:	Bachelor-Arbeit
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	7. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	//
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Jeder Dozent im Fachbereich Wirtschaft, der nach RO dafür berechtigt ist.
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Alle Prüfungs- und Studienleistungen, die laut Regelstudienplan bis einschließlich des 6. Semesters zu erbringen sind, müssen erfolgreich erbracht worden sein.
ECTS-Credits:	12
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Der Workload beträgt 300 Stunden, die in 3 Monaten zu erbringen sind.
Lehrform/SWS:	Selbststudium
Studien-/ Prüfungsleistungen:	Abschlussarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, innerhalb einer definierten Bearbeitungsfrist eine für die Berufspraxis typische Problemstellung zu beurteilen und relevante Problemlösungen mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden selbständig zu erstellen.
Inhalte:	Die Bachelorarbeit beinhaltet die zusammenhängende Beschäftigung mit einem umfassenden Thema und die daraus resultierende Lösung einer praktischen oder theoretischen Problemstellung. Zu den Aufgaben gehören z. B.: <ul style="list-style-type: none"> • Identifikation von Praxisproblemen und Forschungslücken • Themenauswahl, Ableitung von Zielen • Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Quellen, ihre Gegenüberstellung, Bewertung und Beurteilung der Einsetzbarkeit für konkrete Fragestellungen • Empirische Untersuchungen, Datenerhebungen und Auswertungen • Erarbeitung praxisorientierter Problemlösungen • Ableitung und Verallgemeinerung praktischer und wissenschaftlicher Erkenntnisse
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium, eigene wissenschaftliche Arbeit
Literatur:	<i>empfohlene Literatur:</i> Balzer, W.: Die Wissenschaft und ihre Methoden: Grundsätze

	<p>der Wissenschaftstheorie. Ein Lehrbuch, Freiburg/Brsg. 2009</p> <p>Bartel, J.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben in den Wirtschaftswissenschaften, Berlin 1997</p> <p>Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung, Opladen 1998</p> <p>Manschwetius, U.: Ratgeber wissenschaftliches Arbeiten, Lüneburg 2016</p> <p>Oshima, A. and Hogue, A.: Writing Academic English, NY 1999</p> <p>Ravens, T.: Wissenschaftlich mit Word arbeiten, München 2003</p> <p>Schlepütz, V.: Anleitung zum Lesen eines wirtschaftswissenschaftlichen Journal-Beitrags, in: WiST, Mai 2003, S. 305-310</p> <p>Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik-Methodik-Form, München 2000</p> <p>Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Aufl., München 2017</p> <p>Zobel, J.: Writing for computer science: the art of effective communication, Singapore u. a. 1997</p>
Besonderes:	//

Modul-Nr./Code:	B6200
Modulbezeichnung:	Bachelor-Kolloquium
ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls:	//
Dauer des Moduls:	Einsemestrig
Studiensemester:	7. Semester
Art des Moduls:	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls:	//
Häufigkeit des Angebots von Modulen:	Jedes Studienjahr
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Jürgen Schwill
Dozent/in:	Alle Professoren, Professorinnen, Dozenten und Dozentinnen des Fachbereichs.
Lehrsprache:	Deutsch
Voraussetzungen:	Alle Prüfungs- und Studienleistungen, die laut Regelstudienplan bis einschließlich des 6. Semesters zu erbringen sind, müssen erfolgreich erbracht worden sein.
ECTS-Credits:	3
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung:	Zur Prüfungsvorbereitung und Erstellung von Präsentationsunterlagen stehen 75 Arbeitsstunden zur Verfügung.
Lehrform/SWS:	//
Studien-/Prüfungsleistungen:	Mündliche Prüfung, deren Dauer 15 Minuten nicht unterschreiten und 60 Minuten nicht überschreiten darf.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote:	Laut SPO
Lernergebnisse:	Die Studierenden können die zentralen Erkenntnisse ihrer Bachelorarbeit fachlich und methodisch adäquat präsentieren. Ihre Ergebnisse können sie mündlich begründen und ihre Bedeutung für die Praxis und Wissenschaft einschätzen.
Inhalte:	Mündliche Prüfung und Diskussion, Prüfungsvorbereitung, Erstellung von Präsentationsmaterial
Lehr- und Lernmethoden:	Selbststudium, Präsentation eigener wissenschaftlicher Arbeit unter Nutzung von Präsentationstechniken
Literatur:	<p><i>empfohlene Literatur:</i></p> <p>Bernstein, D.: Die Kunst der Präsentation, Frankfurt/M 1992</p> <p>Birkenbihl, V.: Kommunikationstraining, Landsberg am Lech 1998</p> <p>Hierhold, E.: Sicher präsentieren – wirksam vortragen, Wien 1994</p> <p>Motamedi, S.: Präsentation - Ziele, Konzepte, Durchführung, Heidelberg 1998</p> <p>Motamedi, S.: Rede und Vortrag, Weinheim/Basel 1993</p> <p>Müller-Schwarz, U.; Weyer, B.: Präsentationstechnik – Mehr Erfolg durch Visualisierung bei Vortrag und Verkauf, Wiesbaden 1991</p> <p>Renz, K.-C.: Das 1x1 der Präsentation: Für Schule, Studium und Beruf, 2. Aufl., Wiesbaden 2016</p> <p>Schilling; G.: Angewandte Rhetorik und Präsentationstechnik,</p>

	Berlin 1998 Schulenburg, N.: Exzellent präsentieren: Die Psychologie erfolgreicher Ideenvermittlung – Werkzeuge und Techniken für herausragende Präsentationen, Wiesbaden 2018
Besonderes:	//