

Studienrichtung: (Leer)

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W4BW_101)

(Principles of Business Administration)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER

W4BW_101

VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF

1. Studienjahr

MODULDauer (SEMESTER)

1

MODULART

Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Gregor Hopf

Prof. Dr. Florian Lohmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Ravensburg

Heidenheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

60

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

90

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die grundlegenden Zusammenhänge betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns zu verstehen. Sie gewinnen ein Verständnis für die Aufgaben und Funktionsweisen der einzelnen Fachbereiche der Betriebswirtschaftslehre und deren Zusammenhänge und sind so in der Lage, die grundlegenden Schritte des wirtschaftlichen Leistungsprozesses einer Unternehmung zu skizzieren. Sie kennen und verstehen die hiermit verbundenen zentralen Kennzahlen, die sie berechnen und beurteilen können. Die Studierenden können die Grundideen, Aufgaben und Methoden des operativen und des strategischen Marketings darlegen. Sie haben einen Überblick über die Bestandteile und Schritte des Marketingplanungsprozesses gewonnen. Sie kennen die grundlegenden Marketing-Strategien sowie die Elemente des Marketing-Mix. Sie haben ein Verständnis für deren Zusammenwirken insbesondere vor dem Hintergrund der Customer Experience und Customer Journey entwickelt. Sie können verschiedene Marketing-Strategien und -Instrumente auf einfache Fallbeispiele anwenden und diskutieren. Die Studierenden erlernen fachwissenschaftliche Grundkenntnisse.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten, verhaltenswissenschaftlichen und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlauf ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen bestimmten betriebswirtschaftlichen Fachgebieten zuordnen und mit den grundlegenden Methoden des jeweiligen Fachgebiets zielorientiert analysieren und interpretieren können. Sie sind somit in der Lage, einfache Entscheidungskonflikte, die im Rahmen der Erstellung der wirtschaftlichen Leistungsprozesse in den unterschiedlichen Fachbereichen auftreten, anhand betriebswirtschaftlicher Methoden und Kennzahlen zu lösen. Die Studierenden können vorgegebene einfache Problemstellungen im Bereich Marketing anhand gegebener Informationen selbstständig analysieren, strukturieren und zu einer Lösung führen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zieldimensionen einer Unternehmung und sind mit den divergierenden Ansprüchen unterschiedlicher Interessensgruppen vertraut. Aus der Auseinandersetzung mit alternativen Rationalitätsprinzipien des Wirtschaftens haben sie ein grundlegendes Verständnis für die ökonomische, politische, soziale, ökologische und ethische Perspektive einer Unternehmung entwickelt. Sie sind in der Lage die Rolle des Unternehmens in einer von Diversität geprägten Gesellschaft einzuordnen und mögliche Zielkonflikte abzuwägen. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und können sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen, ökologischen wie auch ethischen Spannungsfeldern konstruktiv kritisch auseinandersetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden lernen den Umgang mit betriebswirtschaftlicher Fachliteratur. Sie sind in der Lage betriebswirtschaftliche Fachtexte selbstständig auszuwerten und sich das Fachwissen aus dem Literaturstudium eigenständig anzueignen. Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft sowie die wesentlichen Elemente des wirtschaftlichen Leistungsprozesses. Sie können einfache Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses einer Unternehmung unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme mit grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden selbstständig analysieren und einfache Erklärungsansätze formulieren. Sie haben ein Verständnis für die Marketingorientierung einer Unternehmung entwickelt sowie für die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix und der Abwägung grundlegender strategischer Marketingentscheidungen. Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE
LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

EINFÜHRUNG IN DIE BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE (W4BW_101.1)

40

60

Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre

- Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System
- Unternehmerisches Handeln im marktwirtschaftlichen System
- Entscheidungsorientierte Betriebswirtschaftslehre
- Konstitutive Entscheidungen: Rechtsformen, Standortentscheidungen und Unternehmenszusammenschlüsse

Einführung in die operativen betriebswirtschaftlichen Fachbereiche, bspw.

- Materialwirtschaft
- Produktion und Supply Chain Management
- Finanzwirtschaft
- Personalmanagement
- Rechnungswesen und Unternehmenssteuerung

Einführung in grundlegende Fragen der strategischen Unternehmensführung

- Geschäftsmodell und Business-Plan
- Nachhaltige Wirtschaft
- Gestaltung von Wandel
- Gesellschaftliche Verantwortung

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft

- Wissenschaftliche Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre
- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der Betriebswirtschaftslehre

Berufsfeldbezogene Anwendungen auf Basis der Studienrichtung

MARKETING (W4BW_101.2)

20

30

- Grundlagen, Ziele und Aufgaben des Marketings
- Konsumentenverhalten: Kundenbedürfnisse erkennen, analysieren und verstehen
- Prozess der Marketingplanung und Marketingorganisation
- Marketingforschung
- Marketingstrategien
- Instrumente des Marketing-Mix und Steuerung entlang der Customer Journey
- Ansätze und neuere Entwicklungen des Marketings

BESONDERHEITEN

Bitte als 3. Modulverantwortlichen Prof. Dr. Christoph Neef aufnehmen.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer - Gabler
- Homburg, Chr.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München – Wien: Oldenbourg
- Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler

- Nagel, M./ Mieke, C./ Teuber, S: Methodenhandbuch der Betriebswirtschaft, München: UVK Verlag
- Straub, T.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Pearson
- Thommen, J.-P. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden: Springer Gabler
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

Studienrichtung:

Unternehmensrechnung (W4BW_102)

(Corporate Accounting)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_102	1. Studienjahr	1	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Matthias Mohr

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Stuttgart

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Übung	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der internen Unternehmensrechnung und können Zusammenhänge systematisch analysieren. Ihr Wissen können sie gezielt zur Lösung betrieblicher Aufgabenstellungen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen anwenden. Sie sind in der Lage, Bedeutung und Konsequenzen der internen Unternehmensrechnung in betrieblichen Situationen zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die wesentlichen Methoden der internen Unternehmensrechnung und können deren Stärken und Schwächen kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, in Entscheidungssituationen adäquate Methoden anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Fragen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie der Investition und Finanzierung auch im Team zu diskutieren und konstruktive Lösungen zu entwickeln. Eigene Standpunkte werden fundiert begründet, kritisch reflektiert und weiterentwickelt. Ergebnisse können bewertet und adressatenorientiert aufbereitet werden. Sowohl mit Fachexpert*innen als auch mit fachfremden Gesprächspartner*innen kann mit Hilfe einer adäquaten Fachsprache kommuniziert werden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden werden befähigt, Aufgabenstellungen der internen Unternehmensrechnung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>KOSTEN- UND LEISTUNGSRECHNUNG (W4BW_102.1)</u>	30	45
- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung		
- Vollkostenrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung/Betriebsergebnisrechnung sowie deren Anwendungen (z.B. kostenorientierte Preisfindung)		
- Teilkostenrechnung: Grundzüge und entscheidungsorientierte Anwendungen (z.B. Make or Buy, Sortimentsplanung etc.)		
<u>INVESTITION UND FINANZIERUNG (W4BW_102.2)</u>	30	45
- Grundlagen der Investition und Finanzierung		
- Betriebliche Investitionsentscheidungen, insbesondere statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung		

- Finanz- und Liquiditätsplanung
- Finanzierungsalternativen

BESONDERHEITEN

auch Modulverantwortung:

Prof. Dr. Wolfgang Bihler (Ravensburg)

Prof. Dr. Manfred Schertler-Rock (Ravensburg)

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

für Kostenrechnung:

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung, München: Vahlen
- Haberstoch, L.: Kostenrechnung I: Einführung – mit Fragen, Aufgaben, Fallstudien und Lösungen, Berlin: Erich Schmidt Verlag

für Investition und Finanzierung:

- Bösch, M.: Finanzwirtschaft – Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, München: Vahlen
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen

Studienrichtung:

Finanzbuchführung und Bilanzierung (W4BW_103)

(Methods of Financial Accounting)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_103	1. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Wolfgang Hirschberger

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart

Villingen-Schwenningen

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

60

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

90

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundbegriffe der doppelten Buchführung und können diese in das System des Rechnungswesens einordnen. Sie beherrschen die zielgerichteten gesetzlichen Grundlagen zur Erstellung eines handelsrechtlichen bzw. steuerrechtlichen Abschlusses, kennen die dabei anzuwendenden Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und können einen Jahresabschluss von den Eröffnungsbuchungen über die laufenden Buchungen bis zu den Abschlussbuchungen erstellen. Sie kennen die darüber hinaus vorzunehmende Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die Studierenden kennen den Anwendungsbereich der HGB-Rechnungslegung in Abgrenzung zu den IFRS, und wissen um den Einfluss der IFRS auf die HGB-Normen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die wesentlichen Buchungsvorfälle selbstständig bearbeiten. Sie kennen die Anforderungen von unternehmensinternen und externen Adressaten und können die Finanzbuchhaltung und die Abschlusserstellung gesetzeskonform danach ausrichten, auch unter Nutzung von Anwendungen der Künstlichen Intelligenz. Sie beherrschen die wesentlichen Methoden der Finanzbuchführung und der Jahresabschlusserstellung sowie die dabei gegebenen technischen Möglichkeiten der Digitalisierung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe fachbezogene Themen der Finanzbuchführung gegenüber ihren Gesprächspartnern im Studium und Beruf begründet vertreten und gemeinsam Lösungsvorschläge erarbeiten. Die Studierenden sind sich der Änderungsdynamik im Bereich der Bilanzierung bewusst. Sie sind in der Lage, sich kontinuierlich aktuelles Wissen anzueignen. Sie können eigene Standpunkte einnehmen, kritisch reflektieren und weiterentwickeln. Sie sind fähig und bereit, Fragen der Finanzbuchführung und der Bilanzierung im Team zu diskutieren, Lösungen zu entwickeln und adressatengerecht zu kommunizieren. Sie haben gelernt, dass Verantwortung und Vertrauen im Kontext der Rechnungslegung unabdingbar sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss dieses Moduls sind wichtige Grundlagen für die Rechnungslegung von buchführungspflichtigen Kaufleuten gelegt. Die Studierenden können in der Finanzbuchhaltung grundlegende Sachverhalte erfassen und daraus eine Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung gesetzeskonform ableiten. Die Bedeutung und Wichtigkeit des Abschlusses für darauf basierende Entscheidungen diverser Adressaten (z. B. Management, Unternehmenseigner*in, Kreditgeber*in) sind bekannt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

FINANZBUCHFÜHRUNG (W4BW_103.1)

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Begriff, Aufgaben, Ziele, Adressaten, gesetzliche Grundlagen, Kaufmannsarten

- Möglichkeiten der Digitalisierung und der Künstlichen Intelligenz in der Finanzbuchführung

- System der doppelten Buchführung, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
- Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle
- Kontenrahmen, Umsatzsteuer, Warenverkehr, Privatvorgänge
- Ausgewählte Buchungsfälle, z.B. zum Anlagevermögen (Abschreibungen), Umlaufvermögen (Bewertungsvereinfachung), Forderungen (Abschreibungen, Einzel-, Pauschalwertberichtigungen), Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzung
- Abschlussvorbereitung, Abschlussbuchungen, zeitliche Abgrenzung

BILANZIERUNG (W4BW_103.2)

30

45

- Grundlagen und Funktionen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses in Abgrenzung zur internationalen Rechnungslegung
- Möglichkeiten der Digitalisierung und der Künstlichen Intelligenz in der Bilanzierung
- Ansatz, Bewertung und Ausweis nach Handels- und Steuerrecht (Grundzüge und ausgesuchte Einzelfälle)
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Anhang, Lagebericht mit Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Grundzüge der Jahresabschlussanalyse und Bilanzpolitik

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

zu Finanzbuchführung:

- Bieg, H./Waschbusch, G.: Buchführung: Eine systematische Anleitung mit umfangreichen Übungen und einer ausführlichen Erläuterung der GoB, Herne
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 1, München
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 2, München
- Falterbaum, H./Bolk, W./Reiß, W. u.a.: Buchführung und Bilanz, Achim
- Wöhe, G./Kußmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München

zu Bilanzierung:

- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf
- Coenenberg, A./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart
- Ellrott, H./Budde, W. D. (Hrsg.): Beck'scher Bilanz-Kommentar: Handels- und Steuerbilanz, München
- Leffson, U.: Die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Düsseldorf
- Moxter, A.: Bilanzlehre, Band I: Einführung in die Bilanztheorie, Wiesbaden

Studienrichtung:

Management von Digitalisierung und Nachhaltigkeit (W4BW_104)

(Management of Digitalisation and Sustainability)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULART
W4BW_104	1. Studienjahr	1	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Oliver Janz

Prof. Dr. Gerhard Götz

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Heilbronn

Heilbronn

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls "Management von Digitalisierung und Nachhaltigkeit" besitzen Studierende umfassende und anwendungsorientierte Fachkenntnisse in zwei wesentlichen Bereichen: Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Sie können grundlegende Begriffe der digitalen Transformation definieren und die wichtigsten Treiber und Auswirkungen beschreiben. Sie sind in der Lage, aktuelle Technologien wie Cloud Computing, IoT und Künstliche Intelligenz zu benennen und deren Anwendungsmöglichkeiten zu illustrieren. Darüber hinaus entwickeln sie ein Verständnis für digitale Unternehmenskulturen und Change Management in der digitalen Transformation. Im Bereich Nachhaltigkeit erwerben die Studierenden Wissen über die Definition und Bedeutung von Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) im Unternehmenskontext. Sie sind in der Lage, die Sustainable Development Goals (SDGs) und deren Integration in Unternehmensstrategien zu erklären. Zudem kennen sie die gesetzlichen Rahmenbedingungen und internationale Standards.

METHODENKOMPETENZ

Studierende des Moduls "Management von Digitalisierung und Nachhaltigkeit" erwerben umfassende Methodenkompetenzen, die sie befähigen, theoretisches Wissen in praktische Anwendungen zu übertragen. Sie erlernen, wie man digitale Technologien und Nachhaltigkeitsstrategien systematisch analysiert und bewertet. Dazu gehören Methoden des Projektmanagements, wie agile und klassische Ansätze, sowie spezifische Werkzeuge wie Life Cycle Assessment (LCA) und Umweltmanagementsysteme (ISO 14001, EMAS). Studierende entwickeln die Fähigkeit, Daten zu sammeln, zu analysieren und in Entscheidungsprozesse zu integrieren. Zudem schärfen sie ihre Kompetenzen im Bereich Nachhaltigkeitscontrolling und -berichtswesen, einschließlich der Anwendung von Standards wie GRI und DNK.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die Teilnahme am Modul entwickeln Studierende nicht nur ihre fachlichen Fähigkeiten, sondern auch ihre personalen und sozialen Kompetenzen. Sie erlernen, wie man in interdisziplinären Teams arbeitet und komplexe Problemstellungen sowohl im digitalen als auch im nachhaltigen Kontext löst. Kritisches Denken und ethisches Bewusstsein werden gefördert, insbesondere im Hinblick auf IT Governance, ethische Aspekte der Digitalisierung und die Implementierung nachhaltiger Praktiken. Studierende verbessern ihre Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten durch Gruppenarbeiten und Diskussionen, was ihre Fähigkeit stärkt, ihre Ideen klar und überzeugend zu vermitteln. Die Fähigkeit, Verantwortung zu übernehmen und sich an verändernde Umstände anzupassen, wird ebenfalls gestärkt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Das Modul befähigt Studierende dazu, übergreifende Handlungskompetenzen zu entwickeln, die sowohl im beruflichen als auch im gesellschaftlichen Kontext von Bedeutung sind. Sie lernen, strategische Entscheidungen zu treffen, die sowohl digitale als auch nachhaltige Ziele berücksichtigen, und können diese in verschiedenen Branchen anwenden. Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, technologische und nachhaltige Entwicklungen zu antizipieren und proaktiv zu managen. Sie sind in der Lage, nachhaltige und digitale Strategien zu planen und umzusetzen, indem sie rechtliche Rahmenbedingungen und ethische Überlegungen einbeziehen. Insgesamt werden sie darauf vorbereitet, verantwortungsbewusstes und zukunftsorientiertes Management zu praktizieren, das den Anforderungen einer digitalisierten und nachhaltigen Welt gerecht wird.

LERNHEFTEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNHEFTEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

MANAGEMENT VON NACHHALTIGKEIT (W4BW_104.2)

20

30

- Einführung in die Nachhaltigkeit
- Sustainable Development Goals (SDGs)
- Gesetzliche Rahmenbedingungen und internationale Standards
- Übersicht über Methoden und Werkzeuge des nachhaltigen Managements

Optionale zusätzliche Inhalte

- Soziale Nachhaltigkeit
- Kreislaufwirtschaft und Ressourcenschonung
- Klimaschutz
- Biodiversität

MANAGEMENT VON DIGITALISIERUNG (W4BW_104.1)

40

60

- Einführung in die digitale Transformation
- Technologische Grundlagen der Digitalisierung
- Digitale Organisationsentwicklung
- IT Governance und ethische Aspekte

Optionale zusätzliche Inhalte (maximal ein Block)

- Digitale Geschäftsmodelle und Strategien
- Digitale Transformation von Unternehmensprozessen
- Digitales Marketing und Vertrieb

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Digitalisierung

- Barton, T./Müller, Ch./Seel, Ch. (Hrsg.): Digitalisierung in Unternehmen: Von den theoretischen Ansätzen zur praktischen Umsetzung, Springer
- Bodemann, M. / Fellner, W./Just, V. (Hrsg.): Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Transformation von Geschäftsmodellen und Unternehmenspraxis, Springer Gabler
- Roth, S./Corsten, H. (Hrsg.): Handbuch Digitalisierung, Vahlen
- Schallmo, D.R.A. et al. (Hrsg.): Digitalisierung in Unternehmen: Von den theoretischen Ansätzen zur praktischen Umsetzung, Springer Gabler

Nachhaltigkeit

- Engelfried, J.: Nachhaltiges Umweltmanagement Schritt für Schritt, UTB
- Ernst, D./Sailer, U./Gabriel, R. (Hrsg.): Nachhaltige Betriebswirtschaft, UTB
- Förtsch, G./Meinholz, H.: Handbuch Betriebliches Umweltmanagement, Springer Vieweg
- Müller, CH.: Grundzüge der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Schäffer Pöschel
- Müller-Christ, G.: Nachhaltiges Management – Handbuch für Studium und Praxis, Nomos
- Pufé, I.: Nachhaltigkeit, UTB
- Wunder, Th.: Toolbox Strategie und Nachhaltigkeit: Wirksame Methoden für neue Geschäftsmodelle und die Transformation, Schäffer/Poeschel

Studienrichtung:

Mikroökonomik (W4BW_105)

(Principles of Economics and Microeconomics)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_105	1. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Michael Knittel
 Prof. Dr. Frank Hubert

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart
 Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und die Entwicklung der Volkswirtschaftslehre zu verstehen. Sie können wirtschaftliches Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie die Funktionsweise von Märkten beschreiben. Studierende können erklären, unter welchen Annahmen die Interaktion von Haushalten und Unternehmen zu einem effizienten Marktergebnis führt und welche staatlichen Eingriffe bei Marktversagen zur Effizienzverbesserung beitragen. Die Studierenden erlernen fachwissenschaftliche Grundkenntnisse.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende mikroökonomische Problemstellungen anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch einführende wohlfahrtsökonomische Fragestellungen können die Studierenden bereits erste wissenschaftlich fundierte Urteile über Marktversagen ableiten und diese in einen gesellschaftlichen, historischen und ethischen Rahmen einordnen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Fundierte Kenntnisse über die Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen helfen den Studierenden, die Situation in ihren jeweiligen Unternehmen zu verstehen und gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

EINFÜHRUNG IN DIE VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE UND GRUNDLAGEN DER MIKROÖKONOMIK (W4BW_105.1)

- Grundfragen und -begriffe der Volkswirtschaftslehre
- Inhalte, Abgrenzung, Methoden der Volkswirtschaftslehre
- Nachfrage, Angebot und Marktgleichgewicht auf einem Gütermarkt
- Faktormarkt
- Markteffizienz bei vollkommener Konkurrenz
- Staatliche Eingriffe in die Preisbildung

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

FORTGESCHRITTENE MIKROÖKONOMIK (W4BW_105.2)

30

45

- Haushaltstheorie
- Unternehmenstheorie
- Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistische Konkurrenz)
- Vertiefte Aspekte der Mikroökonomik (z.B. Marktversagen, Verhaltensökonomik, Neue Institutionenökonomik)

BESONDERHEITEN

Didaktisch ist eine Aufteilung des Moduls auf 2 Semester sinnvoll, um zunächst die Grundlagen der VWL zu vermitteln, um dann - wenn die Studierenden im Rahmen anderer Module bereits mehr Kenntnisse über die Funktionsweise von Unternehmen kennengelernt haben, dann im 2. Semester erst die Thematik der Theorie der Unternehmung zu betrachten.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Beck, H.: Behavior Economics, Heidelberg: Springer-Gabler
- Erlei, M./Leschke, M./Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Goolsbee, A./Levitt, St./Syverson, C. : Mikroökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Natrop, J.: Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie, München: Oldenbourg
- Pindyck, R.S./Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München: Pearson
- Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München: Oldenbourg

Studienrichtung:

Mathematik und Statistik (W4BW_106)

(Mathematics and Statistics)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_106	1. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Ralph Scheubrein
 Prof. Dr. Matthias Kaltenbacher

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Heilbronn
 Lörrach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur
 (Leer)

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegendes Wissen und kritisches Verständnis der Mathematik und Statistik für ökonomische Fragestellungen. Sie sind in der Lage, die Methoden und Ansätze auf konkrete Analyse-, Planungs- und Entscheidungsprobleme anzuwenden sowie die Ergebnisse zielbezogen zu präsentieren und zu interpretieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Ideen mathematischer Techniken erfasst und die Kompetenz erworben, sie bei ökonomischen Fragestellungen einzusetzen. Sie haben die Statistik als Entscheidungshilfe in der betrieblichen Praxis bzw. als Hilfsmittel bei der empirischen Überprüfung von Hypothesen verstanden und die Fähigkeit erworben, den möglichen Einfluss des Datenentstehungsprozesses, der Datenquellen und der Datenpräsentation auf das Ergebnis zu erläutern sowie vorgegebene Datensätze hinsichtlich gewünschter Informationen selbstständig auszuwerten und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, dass die quantitativen Methoden eine Möglichkeit (neben anderen) der Erkenntnisgewinnung darstellen. Sie sind sich des Einflusses der Methoden auf das Ergebnis bewusst und sind damit sensibilisiert für einen verantwortungsvollen Umgang.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten mathematischer und statistischer Methoden bei volks- und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und ihre Anwendung durch entsprechende Beispiele geübt. Dadurch sind sie befähigt, diese Methoden selbstständig anzuwenden und die Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

MATHEMATIK (W4BW_106.1)

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Grundkonzepte der Mathematik (z.B. Zahlen, Mengen, Mengenoperatoren und -relationen, Arithmetik)
- Grundlagen der linearen Algebra (z.B. Vektoren, Matrizen, lineare Abbildungen, lineare Gleichungssysteme)
- Grundlagen der Analysis (z.B. Funktionen, Infinitesimalrechnung für Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen)
- Grundlagen der angewandten Finanzmathematik (z.B. finanzmathematische Äquivalenz, Zins- und Zinseszinsrechnung, Finanz- und Tilgungspläne)

- Ggf. studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz

STATISTIK (W4BW 106.2)

30

45

- Aufgaben und Herausforderungen der Statistik
- Grundlagen der deskriptiven Statistik (z.B. univariate und multivariate Häufigkeitsverteilungen mit ihren deskriptiven Maßzahlen)
- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitstheorie (z.B. Wahrscheinlichkeitsrechnung, Wahrscheinlichkeitsmodelle und -verteilungen)
- Grundlagen der induktiven Statistik (z.B. Schätz- und Testverfahren)
- Ggf. rechnergestützte Statistikwerkzeuge
- Ggf. studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz

BESONDERHEITEN

Die angegebene Prüfungsdauer von insgesamt 120 Minuten teilt sich in diesem Modul in zwei Prüfungsleistungen:

- Klausur mit 60 Minuten nach dem ersten Semester
- Klausur mit 60 Minuten nach dem zweiten Semester

Weiterer Modulbeauftragter: Prof. Dr. Harald Nitsch, DHBW Mannheim

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bolstad, W. M./Curran, J. M.: Introduction to Bayesian Statistics, Hoboken (NJ): John Wiley & Sons
- Christensen, B./Christensen, S./Missong M.: Statistik klipp & klar, Wiesbaden: Springer Gabler
- Dietz, H.M.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1 bis 3, Berlin: Springer Spektrum
- Holey, T./Wiedemann, A.: Analysis and Linear Algebra – An Introduction for Economists, Berlin: Springer Nature
- Holey, T./Wiedemann, A.: Analysis und Lineare Algebra – Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, Berlin: Springer Gabler
- Kronthaler, F.: Statistik angewandt mit Excel, Berlin: Springer Spektrum
- Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL, Hallbergmoos: Person Deutschland
- Sydsaeter, K. et al.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Hallbergmoos: Person Deutschland

Studienrichtung: Handel

Handelsbetriebslehre (W4BW_HD101)

(Retail Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD101	1. Studienjahr	2	Studienrichtungskernmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Ralf Oppermann

Prof. Dr. Andreas Kaapke

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart

Stuttgart

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Planspiel/Simulation

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen spezifischen Fragen der Handelsbetriebslehre darstellen, erläutern und einordnen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze – etwa in Bezug auf Handelsfunktionen, Institutionen oder Distributionssysteme – systematisch zu vergleichen und deren betriebswirtschaftliche Bedeutung zu analysieren. Darüber hinaus können sie aus theoretischen Konzepten begründete Schlussfolgerungen für die praktische Gestaltung handelsbetrieblicher Prozesse und Strukturen ableiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die vermittelten Inhalte problembezogen und lösungsorientiert anzuwenden. Für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis können sie das angemessene System bzw. Konzept auswählen und anwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Den Studierenden gelingt es, die in den Modulinhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren. Sie entwickeln ein Bewusstsein für die gesellschaftliche Relevanz handelsbezogener Entscheidungen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Entscheidungsprobleme zielorientiert bewältigen können. Darüber hinaus erkennen sie Zusammenhänge zwischen strategischen und operativen Fragestellungen im Handel und können fundierte Handlungsoptionen entwickeln, um komplexe betriebliche Herausforderungen praxisnah zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

HANDELSBETRIEBSLEHRE (W4BW_HD101.1)

PRÄSENZZEIT

60

SELBSTSTUDIUM

90

- Begrifflich-systematische Grundlagen der Handelsbetriebslehre

- Handelsfunktionen

- Handelsinstitutionen

- Faktoren handelsbetrieblicher Leistungserstellung

- Distributionssysteme

- Unternehmensverbindungen im Handel
- Kooperative Modelle im Handel
- Sonderformen der Distribution
- Sonderformen der Vermarktung
- Digitalisierung im Handel
- Ausgewählte Aspekte des Handels-Managements

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Barth, H./Hartmann, M./Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden: Springer Gabler
- Deges, F.: Grundlagen des E-Commerce, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Hudetz, K./Kaapke, A.: Lexikon Handelsmanagement, Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Schneider, W.: Handelsbetriebslehre Basics, Norderstedt: BoD
- Zentes, J./Swoboda, B./Foscht, T.: Handelsmanagement, München: Vahlen

Studienrichtung: Handel

Supply Chain Management (W4BW_HD102)

(Supply Chain Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD102	1. Studienjahr	2	Studienrichtungskernmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Dietmar Polzin

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die Logistikinhalte eigenständig und umfassend zu erklären und in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen. Sie verstehen die Aufgaben, Ziele und Strukturen von Logistik- und Supply-Chain-Prozessen in Industrie, Handel und Dienstleistungsunternehmen. Darüber hinaus können sie einzelne Funktionsbereiche – wie Beschaffung, Lagerung, Transport und Kommissionierung – differenziert analysieren und deren Zusammenwirken im Rahmen eines integrierten Logistiksystems bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die in der Veranstaltung behandelten Grundgedanken, Methoden und Techniken der Logistik und des Supply Chain Managements zu bewerten und die passenden Methoden auf reale Anwendungsfälle richtig auszuwählen und nachfolgend anzuwenden. Sie erkennen den Nutzen und die Grenzen logistischer Analyse- und Planungsinstrumente und setzen diese zielgerichtet zur Optimierung von Beschaffungs-, Lager- oder Transportprozessen ein.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Den Studierenden gelingt es nach der Veranstaltung, logistische Probleme, Zielkonflikte und Dissonanzen zielorientiert zu erkennen und erste Reflexionen bezüglich sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen zu begründen. Sie sind sich der Verantwortung bewusst, die mit Entscheidungen entlang der Lieferkette verbunden ist – etwa in Bezug auf Nachhaltigkeit, Arbeitsbedingungen oder Ressourcenschonung. Im Austausch mit anderen lernen sie, verschiedene Perspektiven abzuwägen und kooperativ an der Lösung praxisnaher Problemstellungen im Team mitzuwirken.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Sie besitzen ein kritisches Verständnis der Fachinhalte und können diese mit ersten Praxiserfahrungen reflektieren. Dabei sind sie in der Lage, komplexe Zusammenhänge innerhalb logistischer Wertschöpfungsketten zu erkennen und praxisorientierte Schlussfolgerungen zu ziehen. Sie können Handlungsempfehlungen entwickeln, die wirtschaftliche, ökologische und soziale Zielgrößen in Einklang bringen, und diese in bereichsübergreifenden Zusammenhängen begründet einordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (W4BW_HD102.1)

PRÄSENZZEIT

60

SELBSTSTUDIUM

90

Grundlagen

- Aufgaben und Ziele Logistik
- Bedeutung und Stellenwert der Logistik in Industrie, Handel und Dienstleistungswirtschaft
- Logistik als Querschnittsfunktion

Stand vom 23.09.2025

- Mikro- und Makrologistische Systeme
- Logistik und SCM: Begriffe, Ziele, Entwicklungsstufen und Einflussfaktoren, Strategien und Instrumente im SCM
- Besondere Aspekte der Handelslogistik

Material- und Warenwirtschaft

- Einführung in die Materialwirtschaft und Warenwirtschaft
- Bedarfsermittlung
- Grundlagen Beschaffung und Einkauf
- Beschaffungsziele, -strategien, -prozesse, -wege und -objekte
- Beschaffungsmarktforschung und -organisation
- IT Unterstützung bei Beschaffungsprozessen
- Grundlagen von Warenwirtschaftssystemen im Handel)

Lagerung und Kommissionierung

- Grundlagen, Elemente, Funktionen und Gestaltung von Lager- und Kommissioniersystemen
- Lagerverwaltung und Lagersteuerung
- Lagerstrategien
- Standort- und Lagerplanung
- Technologische und organisatorische Entwicklungstendenzen im Lager und in der Kommissionierung

Transport und Umschlag

- Grundlagen, Elemente, Funktionen und Gestaltung von Transport- und Umschlagssystemen
- Innerbetriebliche versus außerbetriebliche Transportsysteme
- Transportplanung und -steuerung
- Transportmärkte im Überblick
- Organisation von Transportketten
- Technologische und organisatorische Entwicklungstendenzen im Transport
- Entsorgungslogistik und Kreislaufwirtschaft im Überblick

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management – Strategy, Planning, and Operations, Harlow: Pearson
- Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management, München: Vahlen
- Hertel, J./Zentes, J./Schramm-Klein, H.: Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel, Berlin Heidelberg: Springer
- Ihde, G. B.: Transport, Verkehr, Logistik, München: Vahlen
- Pfohl, H. Ch.: Logistikmanagement – Konzeption und Funktionen, Heidelberg: Springer Vieweg
- Schulte, Ch.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München: Vahlen
- Tripp, Ch.: Distributions- und Handelslogistik – Netzwerke und Strategien der Omnichannel-Distribution im Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Werner, H.: Supply Chain Management – Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden: Gabler

Studienrichtung: Handel

Spezifische Handelskompetenzen (W4BW_HD103)

(Competencies Specific to Commerce)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD103	1. Studienjahr	2	Studienrichtungskernmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Ralph Scheubrein

Prof. Dr. Hubert Speth

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Heilbronn

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen nach Abschluss dieses Moduls ein fundiertes Faktenwissen über die Handelskompetenzen, die entscheidend für den Markterfolg spezifisch ihres Ausbildungsunternehmens in seiner Wertschöpfungskette und seiner Branche sind. Sie können diese spezifischen Handelskompetenzen beschreiben und systematisch darstellen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die betriebliche Relevanz der einzelnen Kompetenzbereiche – wie z. B. Prozess-, Kunden- oder Beschaffungskompetenz – zu analysieren und deren Zusammenspiel im unternehmerischen Gesamtzusammenhang einzuordnen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss dieses Moduls in der Lage, ihr Faktenwissen spezifischer Handelskompetenzen bei der Bearbeitung weitgehend standardisierter Geschäftsprozesse einzubringen. Sie können geeignete Methoden, Instrumente und Kennzahlen zielgerichtet anwenden, um Aufgaben in Bereichen wie Beschaffung, Kundenbetreuung, Controlling oder Personalmanagement effizient zu lösen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, operative Abläufe zu analysieren, zu dokumentieren und mit praxisgerechten Mitteln weiterzuentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls ihr Faktenwissen spezifischer Handelskompetenzen zur Interaktion und Kooperation mit Personen im nationalen und internationalen beruflichen Umfeld nutzen. Sie sind in der Lage, sich in bereichsübergreifende Arbeitszusammenhänge einzubringen, unterschiedliche Perspektiven zu berücksichtigen und adressatengerecht zu kommunizieren. Dabei entwickeln sie ein Bewusstsein für kulturelle, soziale und unternehmensspezifische Unterschiede und zeigen Verantwortungsbereitschaft im kooperativen Handeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, spezifische Handlungskompetenzen entlang betrieblicher Wertschöpfungsprozesse ganzheitlich zu bewerten und anzuwenden. Sie erkennen Querverbindungen zwischen verschiedenen Funktionsbereichen und können fundierte Handlungsoptionen für betriebliche Fragestellungen im Handelsumfeld entwickeln. In ihrer späteren Berufspraxis sind sie befähigt, verantwortungsvolle Aufgaben selbstständig zu übernehmen, bereichsübergreifend zu denken und komplexe Herausforderungen lösungsorientiert zu gestalten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

SPEZIFISCHE HANDELSKOMPETENZEN (W4BW_HD103.1)

PRÄSENZZEIT

60

SELBSTSTUDIUM

90

Kompetenzen spezifisch für die auszubildenden Handelsunternehmen:

- Prozesskompetenz

- Strategiekompetenz
- Kundenkompetenz
- Verkaufskompetenz
- Wertschöpfungskompetenz
- Beschaffungskompetenz
- Finanzierungskompetenz
- Controllingkompetenz
- Personalkompetenz
- Informationskompetenz

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

Keine

LITERATUR

- Barth, K./Hartmann, M./Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden: Springer Gabler
- Meier, A./Stormer, H.: eBusiness & eCommerce – Management der digitalen Wertschöpfungskette, Berlin: Springer Gabler
- Melzer-Ridinger, R./Neumann, A.: Dienstleistung und Produktion, Heidelberg: Physica
- Morasch, K./Bartholomae, F.: Handel und Wettbewerb auf globalen Märkten, Wiesbaden: Springer Gabler
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Zentes, J./Swoboda, B./Morschett, D. (Hrsg.): Handbuch Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Zentes, J./Morschett, D./Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management, Wiesbaden: Springer Gabler
- ggf. ergänzende Fachliteratur zu spezifischen Handelskompetenzen

Studienrichtung: Handel

Schlüsselqualifikationen I (RAV) (W4BW_HD719)

(Key Qualifications I)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD719	1. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Ariana Finkel

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Bestanden/ Nicht-Bestanden

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Unbenoteter Leistungsnachweis

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse in wissenschaftlicher Methodik, die eine systematische Recherche, Analyse und Bewertung von Literatur und wissenschaftlicher Daten sowie die Entwicklung klar strukturierter wissenschaftlicher Arbeiten umfasst. Sie entwickeln starke Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, komplexe wissenschaftlich fundierte betriebswirtschaftliche Informationen präzise und überzeugend zu vermitteln. Sie entwickeln dabei auch umfassende Kompetenzen im Selbst- und Zeitmanagement. Diese beinhalten effektive Planungs- und Organisationstechniken, Strategien zur Selbstmotivation und Selbstregulation sowie zielgerichteten Lernmethoden. Die Fähigkeit zur kreativen Problemlösung und Anwendung innovativer Ansätze in der Praxis wird ebenfalls gefördert. Diese integrierten Fachkompetenzen ermöglichen es den Studierenden, sich erfolgreich in der dynamischen Welt der Betriebswirtschaftslehre zu positionieren und sich sowohl in nationalen als auch internationalen Kontexten wirkungsvoll zu behaupten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können systematische Methoden zur Recherche relevanter wissenschaftlicher Literatur und Datenquellen anwenden. Sie sind in der Lage, Daten kritisch zu analysieren und die Qualität sowie Relevanz von wissenschaftlichen Arbeiten und Studien zu bewerten. Ferner können sie klar strukturierte wissenschaftliche Texte erstellen und entwickeln. Sie beherrschen Techniken zur logischen Gliederung und präzisen Argumentation in wissenschaftlichen Arbeiten. Sie können kreative Denkmethode einsetzen, um innovative Lösungsansätze zu entwickeln. Sie nutzen strukturierte Problemlösungstechniken, um komplexe betriebswirtschaftliche Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen. Auch können sie komplexe betriebswirtschaftliche Informationen effektiv präsentieren und kommunizieren. Sie nutzen verschiedene Präsentationsmethoden und Kommunikationsstrategien, um ihre Botschaften überzeugend an unterschiedliche Zielgruppen zu vermitteln. Die Studierenden können Zeit und Aufgaben effizient und nachhaltig planen und organisieren. Sie wenden Techniken zur Selbstregulation und Motivation an, um ihre persönlichen, beruflichen sowie die organisationalen Ziele zu erreichen, und nutzen zielgerichtete Lernstrategien zur Optimierung ihres Wissenserwerbs.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Konflikte erkennen und durch effektive Strategien lösen, um zu konstruktiven Lösungen zu gelangen. Sie können Verantwortung für Aufgaben und Entscheidungen übernehmen und die Konsequenzen ihrer Handlungen tragen. Sie wenden Techniken an, um Stress zu bewältigen und ihre Leistungsfähigkeit unter Druck aufrechtzuerhalten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren. Sie überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen. Die Studierenden lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

GRUNDLAGEN DES WISSENSCHAFTLICHEN ARBEITENS (W4BW_HD700.01)

20

30

- Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften
- Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)
- Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)
- Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)
- Wissenschaftliches Exposé
- Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)
- Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase
- Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung, Gestaltungselemente)

Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben

PRÄSENTATIONS- UND KOMMUNIKATIONSKOMPETENZ (W4BW_HD700.02)

20

30

Präsentationskompetenz

- Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation
- Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie
- Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)
- Präsentationstechniken
- Stimmarbeit und Rhetorik
- Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik
- Umgang mit Lampenfieber
- Nachbereitung der Präsentation
- Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen
- Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung

Kommunikationskompetenz

- Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien
- Kommunikation und Interaktion
- Rhetorik
- Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten
- Verhandlungstechniken
- Aktives Zuhören
- Fragetechnik
- Kommunikationsstörungen
- Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion

STUDIENRICHTUNGSSPEZIFISCHE SEMINARE (1. STUDIENJAHR) (W4BW_HD700.06)

20

30

In den Studienrichtungsspezifischen Seminaren werden Inhalte vermittelt, welche die Kern- und Wahlmodule der Studienrichtung ergänzen. Dies können insbesondere Seminare zu studienrichtungsspezifischer Software sowie zur Vermittlung studienrichtungsspezifischer Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen sein. Die Seminare können auch in Form von Outdoor-Seminaren durchgeführt werden.

BESONDERHEITEN

Unit W4BW_HD700.02 ist verpflichtend zu belegen.

Zusätzlich sind zwei der nachfolgenden Units verpflichtend zu wählen (freie Auswahl, sofern im Semester mehr als zwei dieser Units angeboten werden):

W4BW_HD700.04

W4BW_HD700.09

W4BW_HD700.11

W4BW_HD700.12

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Renner, H.-G./Strasman, J.: Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg: Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Studienrichtung: Handel

Praxismodul I (W4BW_HD801)

(Practical Module I)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD801	1. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Benedikt Hackl

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
	Deutsch/Englisch	Bestanden/ Nicht-Bestanden

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Projektarbeit		
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion der Praxisphase		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über einen Überblick zu ihrem Ausbildungsbetrieb hinsichtlich aller wichtigen betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Gegebenheiten. Sie verstehen den Unternehmenszweck und haben einen Überblick über das relevante Marktumfeld. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen unter Anleitung in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls, unter Anleitung für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auswählen und anwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden nach anleitender Diskussion einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie weitestgehend die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind unter Anleitung in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>PRAXISMODUL I - BERICHT ZUM ABLAUF UND ZUR REFLEXION DES PRAXISMODULS (W4BW_HD801.2)</u>	0	0
<u>PRAXISMODUL I - PROJEKTARBEIT I (W4BW_HD801.1)</u>	0	600

Warenwirtschaft

Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:

Organisation:

- Einordnung der Warenwirtschaft in das Gesamtunternehmen

- Zusammenwirken der einzelnen Bereiche

Disposition:

- Ermittlung von Bedarfsmengen und Bestellzeitpunkten
- Bestandsüberwachung
- Terminsicherung
- Engpassbeseitigung

Beschaffung:

- Beschaffungsmarktforschung
- Kriterien und Ablauf der Lieferantenauswahl
- Phasen des Einkaufsvorgangs am praktischen Beispiel (Angebotseinholung, Vorauswahl, Verhandlungsführung, Abschluss, Lieferantenbetreuung)

Lagerhaltung:

- Transportmittelplanung
- Steuerung und Überwachung des Wareneingangs
- Lagersysteme und Lagertechnik
- Kommissionierung

Marketing und Vertrieb

Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:

Organisation:

- Einordnung von Marketing und Vertrieb in das Gesamtunternehmen
- Zusammenwirken der einzelnen Bereiche

Sortiments- und Marktwissen:

- Sortiment
- Warenbereiche
- Warengruppen
- Warenarten
- Artikel
- Sorten des eigenen Unternehmens
- Überblick über wichtige Konkurrenzunternehmen und deren Sortimente
- Kundensegmentierung

Marketingplanung:

- Prozess der Marketingplanung
- Vorgehensweise bei der Marktforschung (Datenquellen, -erhebung, -analyse)

Marketing-Mix:

- Sortimentsgestaltung
- Preisbildung, Rabatt- und Konditionenpolitik
- Verkaufsraumgestaltung und Warenpräsentation
- Distribution
- Kommunikation
- Planung, Realisation und Kontrolle von Marketingmaßnahmen

Verkauf:

- Organisation des Verkaufs
- Verkaufsanbahnung
- Verkaufsabwicklung
- Betreuung von Kunden

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit I.

Die Inhalte des Praxismoduls I orientieren sich an den jeweiligen studienrichtungsspezifischen theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen
- ggf. Zitierrichtlinien der Studiengangsleitung

Studienrichtung:

Quantitative Methoden (W4BW_201)

(Quantitative Methods in Business Administration)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_201	2. Studienjahr	1	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Beate Scheubrein

Prof. Dr. Emanuel Bayer

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Heilbronn

Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Laborübung

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

55

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

95

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Theorien, Konzepte und Modelle. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mit Hilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen mit Abschluss des Moduls die in den Modulinhalt aufgeführten wissenschaftlichen Methoden und rechnergestützten Werkzeugen. Sie sind in der Lage, unter deren Einsatz relevante Informationen zu sammeln und unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse den Fachstandards entsprechend zu interpretieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen mit Abschluss des Moduls die Vorteile, aber auch die Defizite, des Einsatzes quantitativer Methoden. In Entscheidungssituationen sind sie insbesondere gegenüber nicht im Modell erfasster, qualitativer Aspekte sensibilisiert. Vorbehalten gegenüber quantitativen Methoden begegnen sie mit deren Vorteilen der verständlichen Kommunikation und transparenter Darstellung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen mit Abschluss des Moduls einen ersten Überblick über Einsatzmöglichkeiten quantitativen Methoden bei volks- und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

EMPIRISCHE FORSCHUNGSMETHODEN (W4BW_201.1)

27

47

- Grundlagen der empirischen Forschung
- Forschungsdesign (quantitative Forschung, qualitative Forschung, Mixed-Method-Forschung)
- Methoden der Datenerhebung
- Datenquellen und Datenqualität
- Quantitative Datenanalyse
- Ethische Rahmenbedingungen für empirische Forschung
- Ggf. rechnergestützte Werkzeuge der empirischen Forschung

- Ggf. studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz

DATA SCIENCE (W4BW 201.2)

28

48

- Grundlagen der Data Science, der Business Intelligence und der Business Analytics
- Datenmanagement und Big Data
- Fortgeschrittene Methoden der Statistik und Künstlichen Intelligenz (z.B. Machine Learning, Deep Learning)
- Data Science in der betrieblichen Praxis (z.B. Fallstudien, ethische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen)
- Ggf. rechnergestützte Werkzeuge der Data Science
- Ggf. studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Agresti, A.: Statistical Methods for the Social Sciences, Harlow: Pearson Education
- Baars, H./Kemper, H.-G.: Business Intelligence & Analytics, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Backhaus, K. et al.: Multivariate Analysemethoden, Berlin: Springer Gabler
- Barton, T./Müller, C. (Hrsg.): Data Science anwenden, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Baur, N./Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Wiesbaden: Springer VS
- Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin: Springer
- Eckstein, P. P.: Datenanalyse mit SPSS, Wiesbaden: Springer Gabler
- Sharda, R./Delen, D./Turban, E.: Analytics, Data Science, & Artificial Intelligence, Harlow: Pearson Education

Studienrichtung:

Personalmanagement und Unternehmensorganisation (W4BW_202)

(Human Resource Management and Organisation)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_202	2. Studienjahr	1	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study, Inverted Classroom, Rollenspiel

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur
Präsentation

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die zentralen Ziele, Aufgaben, Rahmenbedingungen und Akteure des betrieblichen Personalmanagements. Ein grundlegendes Verständnis der zentralen personalwirtschaftlichen Instrumente in den Handlungsfeldern Personalplanung, Personalmarketing, Personalgewinnung, Personalreduzierung, Entgeltgestaltung und Personalentwicklung ist nach Abschluss des Moduls zudem entwickelt. Ferner vermögen die Studierenden die Gestaltung der Unternehmensorganisation als Instrument zur Erreichung der Unternehmensziele zu betrachten und wissen um die Struktur- und Verhaltensdimension der Organisationsgestaltung. Sie kennen die strukturellen Grundformen der Unternehmensorganisation (Primär- und Sekundärorganisation) und die Kernaufgaben des Prozessmanagements. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, die Notwendigkeit des organisatorischen Wandels zu begründen und dessen Ausgestaltung zu erläutern.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, geeignete Methoden zur Analyse personalwirtschaftlicher Problemstellungen (wie bspw. Fluktuation, Fehlzeiten oder Motivationsprobleme) auszuwählen und anzuwenden, um Lösungsmöglichkeiten aufzeigen zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein Verständnis für unterschiedliche Interessenlagen der personalwirtschaftlichen Akteure entwickelt und sind sich der besonderen ethischen und sozialen Verantwortung des Personalmanagements im Unternehmenskontext bewusst. Sie sind auch in der Lage, die Konsequenzen organisatorischer Regeln für das mitarbeiterseitige Verhalten zu analysieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Strategie und Kultur des Unternehmens als Rahmenbedingung des Personalmanagements und der Organisationsgestaltung zu erkennen und zu bewerten. Ferner können sie das Personalmanagement und die Organisationsgestaltung als Teilbereiche der Unternehmensführung einordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PERSONALMANAGEMENT (W4BW_202.1)

PRÄSENZZEIT

36

SELBSTSTUDIUM

62

- Ziele, Handlungsfelder, Rahmenbedingungen und Akteure des Personalmanagements
- Bestimmung des Personalbedarfs (Personalplanung)
- Gestaltung der Arbeitgeberattraktivität (Personalmarketing und Employer Branding)

- Gewinnung neuer Mitarbeiter (Recruiting und Eignungsdiagnostik)
- Verringerung der personellen Kapazität (Personalreduzierung)
- Ausgestaltung der materiellen Arbeitsanreize (Entgeltgestaltung)
- Entwicklung und Förderung der Mitarbeiter (betriebliche Bildung und Talent Management)
- Potenziale neuer Technologien im Personalmanagement (z.B. Digital HR), aktuelle Problemfelder und Trends (z.B. Nachhaltigkeit) im Personalmanagement

UNTERNEHMENSORGANISATION (W4BW 202.2)

19

33

- Unternehmen als Organisation
- Organisationseinheiten als Strukturelemente
- Ausgestaltung der Primärorganisation
- Ausgestaltung der Sekundärorganisation (insb. Projektmanagement)
- Prozessuale Ausgestaltung der Unternehmensorganisation
- Ausgestaltung des organisatorischen Wandels
- Organisation als Verhaltensdeterminante („Organizational Behavior“)
- Aktuelle Problemfelder und Trends der Organisationsgestaltung (z.B. hierarchiefreie Organisation, posttraditionale Organisationskonzepte)

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur. Die Prüfungsdauer für die Präsentation beträgt 20 Minuten.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Berthel, J./Becker, F.G.: Personal-Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Brehm, C./Huf, S.: Unternehmensorganisation. Struktur- und Verhaltensdimension der Organisationsgestaltung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Breisig, T.: Betriebliche Organisation, Herne: NWB-Verlag
- Daft, R.L.: Organization. Theory & Design, Boston: Cengage Learning
- Huf, S.: Personalmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Lindner-Lohmann, D./Lohmann, F./Schirmer, U.: Personalmanagement, Berlin: Springer Gabler
- Nicolai, C.: Betriebliche Organisation, Tübingen: UTB
- Oechsler, W.A./Paul, C.: Personal und Arbeit. Einführung in das Personalmanagement, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
- Robbins, S.P./Judge, T.A.: Organizational Behavior, Boston: Pearson
- Schreyögg, G./Geiger, D.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Stock-Homburg, R./Groß, M.: Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Springer
- Vahs, D.: Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Wilton, N.: An Introduction to Human Resource Management, London: Sage

Studienrichtung:

Makroökonomik (W4BW_203)

(Macroeconomics)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_203	2. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Harald Nitsch

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

(Leer)

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

55

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

95

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen gesamtwirtschaftliche Kreislaufbeziehungen und können Größen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung interpretieren. Sie kennen wichtige makroökonomische Standardmodelle und können diese hinsichtlich der zugrundeliegenden Prämissen einordnen sowie deren Grenzen abschätzen. Die Studierenden kennen die Bedeutung des Zeithorizonts in der makroökonomischen Analyse und können die Abfolge von Anpassungsprozessen interpretieren. Sie verstehen Erscheinungsformen des Geldes im Kontext der verfügbaren Technologien, die Interaktion von Geldangebot und Geldnachfrage sowie die Transmissionskanäle der Geldpolitik. Die Studierenden können den geldpolitischen Ansatz der EZB nachvollziehen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die kurz-, mittel- und langfristigen Änderungen volkswirtschaftlicher Rahmendaten anhand von Modellen zu analysieren, um diese in ihren betriebswirtschaftlichen Entscheidungen zu berücksichtigen. Die Studierenden können geldpolitische Maßnahmen nachvollziehen und die Bedeutung unterschiedlicher Transmissionskanäle für das betriebliche Umfeld einordnen. Sie kennen die Mechanismen hinter Wechselkursschwankungen, um in globalisierten Wertschöpfungsketten zu agieren. Ihre Kenntnisse von Zahlungsbilanz und Devisenmärkten befähigen sie, Schwankungen des Außenwerts der Währung zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse argumentativ einzusetzen und im beruflichen Kontext zu vermitteln. Sie erwerben die soziale Kompetenz, alternative Argumentationsketten nachzuvollziehen und im Dialog kritisch zu hinterfragen. Hierzu erwerben sie insbesondere die notwendigen Fachbegriffe, um sich zu gesamtwirtschaftlichen Prozessen präzise äußern und in fachlich gemischte Teams einbringen zu können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, makroökonomische Handlungsalternativen zu verstehen und nachgelagerte Wirkungsketten zu antizipieren. Über betrieblichen Anwendungen hinaus erwerben sie dadurch eine ganzheitliche Sicht auf ökonomische Prozesse. Insbesondere sind die dabei erworbenen Kenntnisse über Ursache-Wirkungsbeziehungen die Basis für das Verständnis von Ziel-Mittel-Relationen wirtschaftspolitischer Maßnahmen. Die Studierenden erwerben ein Verständnis für Wachstumsprozesse vor dem Hintergrund beschränkter Ressourcen und Nachhaltigkeit.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

GRUNDLAGEN DER MAKROÖKONOMIK (W4BW_203.1)

PRÄSENZZEIT

28

SELBSTSTUDIUM

48

- Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Kurze Frist: IS-LM Modell, Möglichkeiten und Grenzen der makroökonomischen Stabilisierungspolitik

- Anpassungsprozesse der mittleren Frist: Modellierung der Angebotsseite, Phillipskurve und Konzept der natürlichen Arbeitslosenquote
- Lange Frist: Das Solow-Wachstumsmodell

GELD UND WÄHRUNG (W4BW_203.2)

27

47

- Geldformen im technologischen Wandel
- Geldangebot und Geldnachfrage, Transmissionskanäle der Geldpolitik
- Geldpolitik der EZB: Ziele, Instrumente, Strategie
- Wechselkursbegriffe, Devisenmarkt
- Zahlungsbilanz: Aufbau, Verbuchungsprinzip, Zahlungsbilanzausgleich
- Wechselkurstheorien
- Währungspolitik, Wechselkursregime

BESONDERHEITEN

Das Modul Makroökonomik wird zweisemestrig durchgeführt. Der Kompetenzerwerb insbesondere im Selbststudium des Workload erfolgt aus der Beobachtung und Interpretation makroökonomischer Daten und Nachrichten vor dem Hintergrund der in der Präsenzzeit vermittelten Inhalte. Da zentrale volkswirtschaftliche Daten jedoch niederfrequent erhoben werden (BIP, Zahlungsbilanz als Jahres- bzw. Quartalsdaten) und auch fiskal- und geldpolitische Entscheidungen niederfrequent erfolgen (Budgetzyklus, EZB-Ratssitzungen), ist ein Jahreszyklus für die Gewährleistung eines praxisbezogenen Kompetenzerwerbs erforderlich. Zudem bauen die Inhalte der Vorlesung Geld und Währung auf Konzepten der Grundlagen der Makroökonomik auf, so dass die zweisemestrige Vermittlung dem Kompetenzerwerb im Themenbereich der nationalen und internationalen monetären Ökonomik förderlich ist.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, München: Pearson
- Felderer, B./Homburg, S: Makroökonomik und neue Makroökonomik, Wiesbaden: Springer
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, München: Vahlen
- Krugman, P./Obstfeld, M./Melitz, M.J.: International Economics, Theory and Policy, Harlow: Pearson
- Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Mishkin, F.S.: The Economics of Money, Banking and Financial Markets, Harlow: Pearson

Studienrichtung:

Bürgerliches Recht (W4BW_204)

(Civil Law)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_204	2. Studienjahr	1	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Klaus Sakowski

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Heidenheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Case Study	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Fallanalyse		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung erkennen die Studierenden die umfassende Praxisrelevanz des Fachs und verfügen über grundlegendes Faktenwissen im Bürgerlichen Recht. Sie können die wichtigsten BGB-Vorschriften und Zusammenhänge benennen, erklären und auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Auf diese Weise sind sie in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen. Die Studierenden erlernen fachwissenschaftliche Grundkenntnisse.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die wichtigsten Methoden zur Auslegung von Vorschriften, insbesondere hinsichtlich unbestimmter Rechtsbegriffe. Sie verstehen die juristische Gutachtenstil-Methode und können diese auf Fallgestaltungen anwenden. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind bei Gruppenarbeit (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten und können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen zudem über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>BÜRGERLICHES RECHT (W4BW_204.1)</u>	55	95

- Einführung in das deutsche Rechtssystem (Rechtsgebiete, Gerichtsaufbau)
- Juristische Arbeitstechnik (Subsumtionstechnik) und Rechtsfindung (Gesetze/Rechtsprechung)
- Allgemeiner Teil des BGB: Rechtssubjekte, Rechtsobjekte, Willenserklärung (Bestandteile, Auslegung, Zugang, Form, etc.), Willensmängel (v.a. Anfechtung), Zustandekommen von Verträgen, Grundsatz und Grenzen der Vertragsfreiheit, Stellvertretung, Verjährung

- Allgemeines Schuldrecht des BGB: Grundbegriffe, Art und Umfang von Schadensersatz, Verschulden, Unmöglichkeit und Verzug, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Verbraucherverträge (inkl. Widerrufsrecht)
- Besonderes Schuldrecht des BGB: Auswahl verschiedener Vertragstypen (v.a. Kaufvertrag, Werkvertrag), Mängelgewährleistungsrecht (insbesondere anhand des Kaufvertrags) Verbrauchsgüterkauf, Grundlagen des Deliktsrechts und des Schadensersatzrechts
- Grundzüge des Sachenrechts: Grundbegriffe des Sachenrechts (Besitz, Eigentum), - Übereignung beweglicher und unbeweglicher Sachen, Erwerb vom Berechtigten und Nichtberechtigten, Kreditsicherungsrecht (Hypothek, Grundschuld)
- Grundlagen des Zivilprozesses

BESONDERHEITEN

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur. Die Prüfungsdauer für die Fallanalyse beträgt 150 Minuten.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeiner Teil des BGB, München: Vahlen
- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeines Schuldrecht, München: C. H. Beck
- Brox, H./Walker, W.-D.: Besonderes Schuldrecht, München: C. H. Beck
- Eisenhardt, U: Einführung in das bürgerliche Recht, Stuttgart: Utb, Facultas
- Ens, R./Hümer, M./Knies, J./Scheel, T.: Unternehmensrecht, Bad Wörishofen: Holzmann (daraus Scheel, T.: Zivilrecht)
- Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht, München: Vahlen
- Führich, E./Werdan, I: Wirtschaftsprivatrecht in Fragen und Fällen, München: Vahlen
- Kallwass, W./Asbels, P.: Privatrecht, München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Hau, W: Grundkurs BGB, München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Voit, W: Grundkurs ZPO, München: Vahlen
- Sakowski, K.: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts, Berlin Heidelberg: Springer Gabler
- Wolf, M./Wellenhofer, M.: Sachenrecht, München: Beck

Studienrichtung:

Wirtschaftsrecht (W4BW_439)

(Business Law)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_439	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Klaus Sakowski

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung verfügen die Studierenden über grundlegendes Faktenwissen und kritisches Verständnis der gelehrten Rechtsmaterien. Sie kennen die wichtigsten Vorschriften und können diese auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Sie sind in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Fallgestaltungen analytisch-kritisch sowie methodengestützt bearbeiten. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind bei Gruppenarbeiten (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten. Sie können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile und können darüber mit Fachleuten oder Laien kommunizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

GRUNDZÜGE DES HANDELS- UND GESELLSCHAFTSRECHTS (W4BW_439.2)

20

40

- Prinzipien und Quellen des Handelsrechts
- Kaufmann/Firma/kaufmännische Stellvertretung/Hilfspersonen/Handelsvertreter
- Handelsregister
- Grundzüge des Handelsgeschäfts und der Handelsbräuche
- Grundzüge zu Personen- und Kapitalgesellschaften

- Arbeitsrechtliche Grundlagen
- Arbeitnehmerbegriff
- Besondere Beschäftigungsgruppen (z. B. Leitende Angestellte, Auszubildende, Beschäftigte in Tendenzbetrieben)
- Schutz vor Diskriminierung im Arbeitsrecht (AGG)

- Individuelles Arbeitsrecht: Begründung des Arbeitsverhältnisses, Rechte und Pflichten in einem Arbeitsverhältnis, Modalitäten der Arbeitsleistung (Umfang, Zeit, Ort, Vergütung), Urlaub, Entgeltfortzahlung
- Digitale Aspekte (z. B. elektronische Kommunikationsmedien, Datenschutz)
- Formelle Wirksamkeitsvoraussetzungen der Kündigung (Erklärung, Form, Zugang, Inhalt, etc.)
- Allgemeiner und besonderer Kündigungsschutz (KSchG, Schwerbehinderte, Mitglieder einer Arbeitnehmervertretung, Mutterschutz/Elternzeit)
- Soziale Rechtfertigung der Kündigung (verhaltens-, personen- und betriebsbedingte Kündigung)
- Fristlose Kündigung aus wichtigem Grund
- Aufhebungsvertrag
- Arbeitszeugnis

- Kollektives Arbeitsrecht: Geltung von Tarifverträgen/Betriebsvereinbarungen im Arbeitsverhältnis
- Arbeitskampfrecht
- Unternehmensmitbestimmung (z. B. Wahl des Betriebsrats, Rechte der Arbeitnehmervertretungen bei arbeitsrechtlichen Einzelmaßnahmen (bspw. Kündigung, etc.) und weitere Beteiligungsrechte)

- Grundlagen des Arbeitsgerichtsprozesses

BESONDERHEITEN

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse aus Modul Bürgerliches Recht

LITERATUR

- Bitter, G./Heim, S.: Gesellschaftsrecht, München: Vahlen
- Bork, R.: Einführung in das Insolvenzrecht, Tübingen: Mohr-Siebeck
- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M.: Arbeitsrecht, Stuttgart: Kohlhammer
- Brox, H./Henssler, M.: Handels- und Wertpapierrecht, München: Beck
- Keller, U.: Insolvenzrecht, München: Vahlen
- Paulus, C.: Insolvenzrecht, München: Beck
- Preis, U.: Arbeitsrecht – Individualarbeitsrecht, Köln: Dr. Otto Schmidt
- Preis, U.: Arbeitsrecht – Kollektivarbeitsrecht, Köln: Dr. Otto Schmidt
- Sakowski, K.: Arbeitsrecht, Berlin Heidelberg: Springer Gabler

Studienrichtung: Handel

Instrumente des Handelsmarketings (W4BW_HD201)

(Trade Marketing Instruments)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD201	2. Studienjahr	2	Studienrichtungskernmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. rer. pol. Sabine Staritz

Prof. Dr. Thomas Asche

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

(Leer)

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

55

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

95

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wesentlichen Instrumente des Handelsmarketings und können diese darstellen, erläutern und einordnen. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Handelsmarketings zu formulieren und interdisziplinär anzuwenden. Dabei berücksichtigen sie auch die Verknüpfungen in der digitalen Vermarktung von Handelsgütern.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, relevante Handelsinformationen mit wissenschaftlichen Methoden (z.B. Befragung, Beobachtung, Experiment) zu sammeln und unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Sie können curriculumsadäquat geeignete Methoden zur Bearbeitung von Fragestellungen des Handelsmarketing bewerten und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das Wissen zum Einsatz von Instrumenten des Handelsmarketing selbstständig anzuwenden und eigene Problemlösungsvorschläge zu erarbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Sie erkennen und interpretieren die Bedeutung der digitalen Transformation für Handelsprozesse. Sie erkennen und interpretieren die Bedeutung der digitalen Transformation für Handelsprozesse.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

INSTRUMENTE DES HANDELSMARKETINGS (W4BW_HD201.1)

55

95

Verbindliche Kerninhalte

- Grundlagen der Sortimentspolitik
- Grundlagen der Produkt- und Markenpolitik im Handel
- Grundlagen der Kommunikationspolitik im Handel
- Grundlagen der Ladengestaltung und Space Management

- Grundlagen der Preispolitik im Handel
- Grundlagen der Distributionspolitik im Handel

Ergänzende Wahlinhalte ggf. in Abhängigkeit der Schwerpunktmodule

- Grundlagen der Servicepolitik im Handel
- Grundlagen der Standortpolitik im Handel

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Ahlert, D./Kenning, P./Brock, C.: Handelsmarketing, Wiesbaden: Springer
- Bruhn, M.: Marketing, Wiesbaden: Springer
- Griesse, K./Schnitker, K.: Nachhaltigkeitsmarketing, Wiesbaden: Springer
- Haller, S.: Handels-Marketing, Ludwigshafen: Kiehl-Verlag
- Heinemann, G./Gehrckens, H. M./Täuber, T. (Hrsg.): Handel mit Mehrwert: Digitaler Wandel in Märkten, Geschäftsmodellen und Geschäftssystemen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Homburg, C.: MarketingManagement, Wiesbaden: Springer
- Levy, M./Weitz, B. A./Grewal, D.: Retailing management, New York: McGraw-Hill
- Meffert, H. et al.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer
- Swoboda, B./Foscht, T./Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement, München: Vahlen

Studienrichtung: Handel

Strategisches Handelsmarketing (W4BW_HD202)

(Strategic Retail and Wholesale Marketing)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD202	2. Studienjahr	2	Studienrichtungskernmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. rer. pol. Sabine Staritz

Prof. Dr. Thomas Asche

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study, Inverted Classroom

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

(Leer)

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden des Moduls kennen die strategische Dimension des Handelsmarketings und zugehörige Paradigmen. Sie sind mit typischen Analyse- und Strategieentwicklungstools vertraut und können diese zielgerichtet auf handelsbezogene Problemstellungen im Handelsumfeld anwenden. Prozess und Schnittstellen der Strategieentwicklung sind durchdrungen, sodass die Studierenden in der Lage sind, fundierte Marketingziele zu formulieren, relevante Markt- und Kundeninformationen in die Strategiebildung einzubeziehen und geeignete strategische Optionen für Handelsunternehmen abzuleiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, Konzepte und Paradigmen im strategischen Handelsmarketing zu bewerten. Sie können relevante Methoden zur Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse gezielt auswählen und auf strategische Fragestellungen im Handelsumfeld anwenden. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die eingesetzten Verfahren und deren Ergebnisse kritisch zu hinterfragen, methodische Stärken und Grenzen zu erkennen und daraus fundierte Empfehlungen für die strategische Ausrichtung eines Handelsunternehmens abzuleiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach erfolgreichem Besuch der Lehrveranstaltung können die Studierenden die behandelten Aspekte des strategischen Handelsmarketings im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung eigenständig reflektieren. Sie erkennen die Wirkung strategischer Marketingentscheidungen auf Konsumverhalten, Markttransparenz und gesellschaftliche Entwicklungen und setzen sich mit deren Konsequenzen kritisch auseinander. Darüber hinaus sind sie in der Lage, sich in Diskussionen konstruktiv einzubringen, unterschiedliche Sichtweisen wertzuschätzen und verantwortungsbewusst an teamorientierten Analyse- und Entscheidungsprozessen mitzuwirken.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können typische Probleme aus dem strategischen Handelsmarketing eigenständig analysieren, die passenden Analyseinstrumente anwenden und ersten Lösungen zuführen. Ebenso können sie die Auswirkungen von solchen Strategien auf das Gesamtunternehmen und die relevanten Unternehmensbereiche bewerten und daraus ganzheitliche Handlungsempfehlungen ableiten. Sie sind in der Lage, Marktveränderungen, Kundenbedürfnisse und unternehmerische Zielsetzungen in ihren Überlegungen zu verknüpfen und strategische Entscheidungen praxisnah, wirkungsorientiert und verantwortungsbewusst mitzugestalten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

STRATEGISCHES HANDELSMARKETING (W4BW_HD202.1)

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

Verbindliche Kerninhalte

- Grundlagen und Prozess der Strategieentwicklung im Marketing- und Handelskontext

- Grundlagen der Marktforschung und der Käuferverhaltensforschung im Handel (ggf. Vorkenntnisse beachten)
- Instrumente der internen Analyse im Handel (ggf. Vorkenntnisse beachten)
- Instrumente der externen Analyse im Handel (ggf. Vorkenntnisse beachten)
- Identifikation von Wettbewerbsvorteilen und Entwicklung von Geschäftsmodellen
- Formulierung und Messung von Marketingzielen im Handel
- Ansätze der Segmentierung, des Targetings und der Positionierung auf Markt- und Kundenebene
- Generische und besondere Strategieoptionen im Handelsmarketing
- Überblick aktueller Entwicklungen des strategischen Marketings im Handel

Ergänzende Wahlinhalte:

- Innovationsmanagement im Handel
- Internationales Handelsmarketing
- Ansätze/Aspekte der Strategiebewertung und -implementierung
- Marketing- und Vertriebscontrolling
- Besonderheiten des Markt- und Wettbewerbsrechts

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bruhn, M.: Marketing, Wiesbaden: Springer
- Griesse, K./Schnitker, K.: Nachhaltigkeitsmarketing, Wiesbaden: Springer
- Homburg, C.: Marketingmanagement, Wiesbaden: Springer
- Kahn, B. E.: The Shopping Revolution, Updated and Expanded Edition, University of Pennsylvania Press
- Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M./Eisenbeiß, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer
- Redler, J.: Die Store brand, Wiesbaden: Springer
- Swoboda, B./Foscht, T./Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement, München: Vahlen
- Zentes, J./Morschett, D./Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management, Wiesbaden: Springer

Studienrichtung: Handel

Quantitative Methoden im Handel (W4BW_HD203)

(Quantitative Methods in Commerce)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD203	2. Studienjahr	2	Studienrichtungskernmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Beate Scheubrein

Prof. Dr. Ralph Scheubrein

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Heilbronn

Heilbronn

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Absolventinnen und Absolventen des Moduls kennen die für die Handelsbranche zentralen Verfahren und Konzepte der entscheidungsorientierten Kostenrechnung sowie der betrieblichen Steuerlehre. Sie sind in der Lage, diese auf konkrete betriebliche Entscheidungssituationen anzuwenden und deren wirtschaftliche sowie steuerliche Auswirkungen systematisch zu bewerten. Verschiedene Lösungsansätze können verglichen und begründet ausgewählt werden.

METHODENKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls beherrschen die Studierenden die Anwendung quantitativer Analyseinstrumente wie Deckungsbeitragsrechnung und steuerliche Belastungsvergleiche. Sie sind in der Lage, geeignete Werkzeuge zur Entscheidungsunterstützung in einem Handelsunternehmen einzusetzen und steuerliche Einflussgrößen in betriebswirtschaftliche Kalkulationsmodelle zu integrieren. Auf dieser Grundlage treffen sie fundierte und nachvollziehbare Bewertungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Aussagekraft betriebswirtschaftlicher Entscheidungsmodelle kritisch zu reflektieren und deren Wirkung im Unternehmenskontext des Handels einzuordnen. In der Arbeit an Fallstudien trainieren sie ihre Fähigkeiten zur strukturierten Argumentation, zur Kooperation im Team und zur adressatengerechten Kommunikation wirtschaftlicher Entscheidungsvorschläge. Sie lernen, unterschiedliche Perspektiven abzuwägen und gemeinsam fundierte Lösungen zu erarbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Absolventinnen und Absolventen des Moduls können Kosten- und Steuerinformationen integrativ auf betriebliche Entscheidungen im Rahmen des Handelsmanagements anwenden. Sie berücksichtigen dabei wirtschaftliche, steuerrechtliche und strategische Rahmenbedingungen und entwickeln tragfähige, nachhaltige Entscheidungsansätze. Ihr Verständnis für Zielkonflikte und Wechselwirkungen befähigt sie zu einer ganzheitlichen Unternehmenssteuerung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

QUANTITATIVE METHODEN IM HANDEL (W4BW_HD203.1)

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

Entscheidungsorientierte Kostenrechnung im Handel

- Operative Entscheidungen (Teilkosten- und Deckungsbeitragsrechnung, Sortimentssteuerung unter Restriktionen, Preis- und Konditionspolitik, Break-even-Analysen, Make-or-Buy im Handelskontext)

- Strategische Steuerung (Investitionsentscheidungen im Filialnetz, Ergebnisrechnung auf Filial-/Sortimentsebene, Verrechnungspreise im Handelskonzern, digitale Controlling-Tools)

Betriebliche Steuerlehre mit Entscheidungsbezug im Handel

- Steuerliche Grundlagen (relevante Steuerarten, kalkulatorisches vs. steuerliches Ergebnis, Rechtsformwahl, umsatzsteuerliche Besonderheiten im stationären und digitalen Handel)
- Steuerwirkungen in Entscheidungen (Abschreibungen bei Investitionen, steuerliche Effekte von Finanzierungen, Standortwahl unter Gewerbesteueraspekten, grundlegende Steuerplanungsansätze)

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Coenenberg, A.G. et al.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Evans, J. R.: Business Analytics, Harlow: Pearson
- Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling, München: Vahlen
- Kußmaul, H.: Steuern – Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Berlin: de Gruyter
- Schweitzer, M. et. al.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München: Vahlen
- Schweizer, R.: Steuerlehre, Herne: NWB

Studienrichtung: Handel

B2B-Vertrieb (W4BW_HD352)

(B2B Sales Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD352	2. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Patrick Roßmann

Prof. Dr. Thomas Asche

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Ravensburg

Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

55

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

95

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Vertriebs im B2B-Geschäft darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des B2B-Vertriebs nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im B2B-Vertrieb, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

B2B-VERTRIEB (W4BW_HD352.1)

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

B2B-Marketing

- Unterschiede B2B vs. B2C

- Nachfrager im B2B

- Anbieter im B2B

- Marktforschung im B2B

- Online-Marketing im B2B

Vertrieb im Projektgeschäft

- Besonderheiten des Projektgeschäfts
- Angebotserstellung
- Verhandlungsinhalte
- Gewährleistungen

Vertrieb im Systemgeschäft

- Besonderheiten des Systemgeschäfts
- Management der Einstiegsinvestition
- Management der Folgeinvestitionen

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Backhaus, K./Voeth, M.: Industriegütermarketing, München: Vahlen
- Kreutzer, R./Rumler, A./Wille-Baumkauff, W.: B2B-Online-Marketing und Social Media, Wiesbaden: Springer
- Scheed, B./Scherer, P.: Strategisches Vertriebsmanagement : Methoden für den systematischen B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter Wiesbaden: Springer Gabler
- Purle, E. et al.: B2B-Marketing und Vertrieb : Strategie – Instrumente, Wiesbaden: Springer Fachmedien

Studienrichtung: Handel

Handelspsychologie (W4BW_HD477)

(Psychology in Trading)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD477	2. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Übung	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben fundierte psychologische Kenntnisse sowohl im Umgang mit Menschen als auch mit Organisationen, Mensch-Maschine-Systemen und Märkten. Darauf aufbauend beherrschen sie die behandelten Elemente und Werkzeuge der Wirtschaftspsychologie in modulübergreifender, interdisziplinärer und lösungsorientierter Weise.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte der Wirtschaftspsychologie gedanklich zu durchdringen und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und zielorientiert auswählen und anwenden. Sie haben die Kompetenzen erworben, um geeignete Techniken und Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen im Handelskontext einzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Den Studierenden gelingt es, die in den Modulinhalten angesprochenen Elemente im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung (selbst-)kritisch zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Zentrales Merkmal des Moduls ist es, die Studierenden zu befähigen, wichtige Entwicklungen innerhalb und außerhalb des Handelsunternehmens unter Berücksichtigung psychologisch relevanter Einflussgrößen (auch des gesamtwirtschaftlichen Handels) zu erkennen und das eigene Entscheidungsverhalten unter Rückgriff auf die einschlägigen Methoden auf diese Entwicklungen hin zielorientiert auszurichten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>HANDELSPSYCHOLOGIE (W4BW_HD477.1)</u>	55	95

- Grundkenntnisse der allgemeinen Psychologie, der Persönlichkeitspsychologie und der Sozialpsychologie
- Psychologie gesamtwirtschaftlicher Prozesse
- Wechselwirkung zwischen Konsumentenverhalten und Gesamtwirtschaft
- Finanzpsychologie
- Neuropsychologie

Markt- und Werbepsychologie:

- Kundenpsychologie
- In-Store-Psychologie
- Erlebniskauf und Sinnesreize
- Warenpräsentation und Sortiment
- Psychologie zum Service im Handel
- Psychologie im persönlichen Verkauf
- Strategie und Technik der Handelswerbung
- Methoden der psychologischen Marktforschung

Arbeits- und Organisationspsychologie

- Organisationspsychologie
- Arbeitspsychologische Grundlagen der Mensch-Maschine-Systemgestaltung
- Psychologischer Aspekte der Mitarbeiterführung
- Psychologische Aspekte von Konflikten in Organisationen
- Psychologische Aspekte der Organisationsentwicklung
- Psychologische Methoden der Leistungsbeurteilung und in der Personalentwicklung
- Arbeitsanalyse und Bewertung
- Psychologische Rahmenbedingungen in der Arbeitsgestaltung in Produktion und Verwaltung
- Arbeitsmotivation und Arbeitszufriedenheit
- Psychologie der Arbeitssicherheit

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Brinkmann, R. (Hrsg.): Angewandte Wirtschaftspsychologie, Halbergmoos, Pearson.
- Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie, Berlin: Springer
- Hurth, J.: Angewandte Handelspsychologie reloaded – Modernes Shopper Marketing, Stuttgart, Kohlhammer-Verlag
- Kirchner, E. .: Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat, Göttingen: Hogrefe
- Mayer, H./Illmann, T.: Markt- und Werbepsychologie, Stuttgart: Schaefer-Poeschel
- Moser, K. (Hrsg.): Wirtschaftspsychologie, Wiesbaden: Springer
- Rosenstiel, L. v.: Grundlagen der Organisationspsychologie: Basiswissen und Anwendungshinweise, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Schuler, H.: Lehrbuch der Organisationspsychologie. Bern: Huber
- Sonntag, K./Frieling, E./ Stegmaier, R.: Lehrbuch Arbeitspsychologie, Bern: Huber
- Spieß, E./Reif, J./Maus, D./Pfaffinger, K./Gallenmüller-Roschmann, J.: Wirtschaftspsychologie, Boston/Berlin: DeGruyter
- Wiswede, G.: Einführung in die Wirtschaftspsychologie, München: utb-Verlag

Studienrichtung: Handel

Besonderheiten des Konsumgüterhandels (W4BW_HD480)

(Special Features of Consumer Goods Trade)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD480	2. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen vertiefenden fachlichen Einblick in bestehende wirtschaftliche, technische und soziale Trends, die für den, Konsumgüterhandel Relevanz besitzen. Sie sind in der Lage, aktuelle Innovation von Handelsunternehmen als Reaktionen auf diese Trends darzustellen. Darüber hinaus haben Studierende Kenntnisse von den Chancen und Risiken für Unternehmen speziell des Konsumgüterhandels, die aus deren Einbettung in eine übergreifende Wertschöpfungskette resultieren. Sie kennen den Aufbau und den Ablauf betrieblicher Prozesse des Einzelhandels mit (inter-)nationaler Ausrichtung. Sie verstehen die Bedeutung der Internationalität eines Handelsunternehmens für dessen Markterfolg.

METHODENKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls können die Studierenden aufgrund ihres Überblicks über aktuelle Innovationen im Konsumgüterhandel im eigenen Ausbildungsunternehmen innovative Konzepte vorschlagen. Sie können diese innovativen Konzepte betriebswirtschaftlich orientiert evaluieren. Sie können Studierende Chancen und Risiken im Konsumgüterhandel betriebswirtschaftlich orientiert quantitativ und qualitativ analysieren. Sie sind in der Lage, länderspezifische Gestaltungsalternativen für betriebliche Prozesse des Einzelhandels zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls können die Studierenden die behandelten Trends und Innovationen hinsichtlich ihrer sozio-ökonomischen Auswirkungen einschätzen. Die Teilnehmer können Maßnahmen zur Risikominderung und Chancennutzung im Konsumgüterhandel hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Auswirkungen einschätzen. Sie sind in der Lage betriebliche Prozesse des Einzelhandels insbesondere im Hinblick auf deren soziale Auswirkungen in nationalen Märkte zu beurteilen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Bedeutung von Trends für die Entwicklung eines Unternehmens des Konsumgüterhandels. Sie verfügen über ein Instrumentarium, um Trends zu detektieren und geeignet erscheinende Innovationen im Unternehmen zu initiieren und zu begleiten. Die Teilnehmer können in betriebswirtschaftlichen Entscheidungssituationen im Konsumgüterhandel sich bietende Chancen aufzeigen und gegen verbundene Risiken abwägen. Der Koordinationsbedarf betrieblicher Prozesse eines Einzelhandelsunternehmens beim Auftreten in multiplen nationalen Märkten ist den Teilnehmern nach Abschluss des Moduls bekannt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
BESONDERHEITEN DES KONSUMGÜTERHANDELS (W4BW_HD480.1)	55	95

Operative Ausgestaltung des Konsumgüterhandels

- Operative Planung und Steuerung (inter-)national ausgerichteter Handelsfunktionen

- Länderspezifisches Merchandise Management (Auswahl, Einführung, Warenpräsentation und Preis)
- Operative Planung und Steuerung der lokalen und internationalen Logistik (Intra- und Extralogistik, Management lokaler und internationaler Logistikdienstleister)
- Besonderheiten des Managements (inter-)nationaler Informationssysteme (Architektur globaler Informationssysteme, internationaler Datenaustausch, IT-Sicherheitsmanagement, rechtliche Rahmenbedingungen)

Strategische Ausgestaltung des Konsumgüterhandels

- Strategische Aspekte der Produktion und Distribution von physischen und digitalen Gütern
- Strategische Aspekte der Zusammenstellung von Sortimenten für bestimmte Zielgruppen und individuelle Konsumenten
- Konzeption von Informations- und Beratungsangeboten für Konsumenten

Finanzielle Ausgestaltung des Konsumgüterhandels

- Besonderheiten des (inter-)nationalen Finanzmanagements (Zahlungsverkehr, Zahlungsbedingungen, Budgetierung, Asset-Management, Rechnungslegung)
- Finanzielle Transaktionen (Transaktionskosten, Transaktionsrisiko, Finanzdienstleistungen)
- Trends im globalen Markt und regional begrenzten Märkten
- Trends bei Konsumenten
- Trends bei Konsumgütern
- Innovationsmanagement im Handel
- Auswirkungen von Trends auf Prozesse in Handelsunternehmen

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Berman, B./Evans, J. R./Chatterjee, P.: Retail Management, Harlow: Pearson
- Donnellan, J.: Merchandise Buying and Management, New York: Fairchild Books
- Eichhorn, B. u.a.: Internetrecht im E-Commerce, Berlin: Springer Vieweg
- Fatehi, K./Choi, J.: International Business Management, Cham: Springer
- Fritz, W.: Internet-Marketing und Electronic Commerce, Wiesbaden: Gabler
- Helmold, M./Terry, B.: Lieferantenmanagement 2030, Wiesbaden: Springer Gabler
- Hierl, L. (Hrsg.): Mobile Payment, Wiesbaden: Springer Gabler
- Huth, M./Romeike, F. (Hrsg.): Risikomanagement in der Logistik, Wiesbaden: Springer Gabler
- Hauschildt, J. u.a.: Innovationsmanagement, München: Vahlen
- Hoffmann, C. P. u.a. (Hrsg.): Business Innovation – Das St. Galler Modell, Wiesbaden: Springer Gabler
- Ivanov, D./Tsipoulanis, A./Schönberger, J.: Global Supply Chain and Operations Management, Cham: Springer
- Janz, O. u.a.: Retail Innovation Days der DHBW Heilbronn – Kernaussagen der Fachsymposien, Norderstedt: Books on Demand
- Khojasteh, Y.: Supply Chain Risk Management, Singapore: Springer
- Knoppe, M.: CSR und Retail Management, Berlin: Springer
- Krafft, M./Mantrala, M. K.: Retailing in the 21st Century, Berlin: Springer
- Levy, M./Weitz, B. A./Grewal, D.: Retailing Management, New York: McGraw-Hill
- Lux, W.: Innovationen im Handel, Berlin: Springer Gabler
- Müller, K.-R.: IT-Sicherheit mit System, Wiesbaden: Springer Vieweg

- Romeike, F.: Risikomanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Turban, E. u.a.: Electronic Commerce – A Managerial and Social Networks Perspective, Cham: Springer
- Velez, R./Lord, B.: Converge – Transforming Business at the Intersection of Marketing and Technology, Hoboken/NJ: Wiley

Studienrichtung: Handel

Web Usability, Database Management & Analytics (W4BW_HD484)

(Web Usability, Database Management & Analytics)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD484	2. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können das Verhalten von Websitebesuchern zielgerichtet analysieren und interpretieren. Sie können die Wirkung von Marketingkampagnen und von Veränderungen der Website bestimmen und zielgerichtete Maßnahmen definieren. Sie haben Grundkenntnisse im Bereich des Datenbankaufbaus und der Datenanalyse erworben.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, werkzeuggestützt Analysen und Optimierungen der Gebrauchstauglichkeit und des Datenverkehrs vorzunehmen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden steigern ihre Teamkompetenz durch gemeinsames Arbeiten an Analyse- und Optimierungsprojekten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Online-Marketing-Maßnahmen und Kennzahlen zur Erfolgsmessung im Onlinehandel. Das versetzt sie in die Lage, die aktuelle Situation eines Onlineshops zu analysieren, zu bewerten und zielgerichtete Handlungsoptionen abzuleiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

WEB-USABILITY UND WEB-ANALYTICS (W4BW_HD484.1)

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

Websites Usability:

- Ziele und Methoden
- Psychologische Aspekte
- Website-Strukturierung
- Informationsarchitekturen
- Ebenen von Website-Kommunikation
- Facelift, Rebrush, Redesign, Relaunch
- Usertypen und Nutzungsverhalten

Website Analytics:

- Funktionsweise
- Data Collection
- Datenspeicherung und Datenauswertung
- Traffic-Quellen
- Besuchereigenschaften und Besucherverhalten
- Zielerreichung und Conversion
- Key Performance Indicators
- Optimierung der Conversion Rate
- Bewertung von Online-Kampagnen

Database-Management

- Datenmodellierung und Design
- Datenbankmanagement
- Machine Learning, Deep Learning und Artificial Intelligence
- Datensicherheit
- Datenintegration und Interoperabilität
- Data Governance

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Aden, T.: Google Analytics, München: Hanser
- Gluchowski, P.: Datenmanagement und Datenanalyse, Heidelberg, Springer
- Gronwald, K.-D.: Data Management, Heidelberg, Springer
- Hassler, M.: Digital und Web Analytics - Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren, Frechen: mitp
- Keßler, E. u.a.: Erfolgreiche Websites, Bonn: Rheinwerk
- Kleuker, S.: Grundkurs Datenbankentwicklung, Heidelberg, Springer
- Krug, S.: Don't make me think! - Web Usability - Das intuitive Web, Frechen: mitp
- Meier, A./Zumstein, D.: Web Analytics & Webcontrolling - Webbasierte Business Intelligence zur Erfolgssicherung, Heidelberg: dpunkt
- Datenbanken für Nichtinformatiker, Heidelberg, Springer
- Norman, D.: The Design of Everyday Things, New York: Basic Books

Studienrichtung: Handel

Praxismodul II (W4BW_HD802)

(Practical Module II)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD802	2. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Benedikt Hackl

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Projektarbeit		
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion der Praxisphase		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Einblicke in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>PRAXISMODUL II - PRÄSENTATION (W4BW_HD802.2)</u>	0	0
Präsentation der Projektarbeit gemäß Vorgaben der StuPrO		
<u>PRAXISMODUL II - BERICHT ZUM ABLAUF UND ZUR REFLEXION DES PRAXISMODULS (W4BW_HD802.3)</u>	0	0
<u>PRAXISMODUL II - PROJEKTARBEIT II (W4BW_HD802.1)</u>	0	600

Inhalte: Internes und externes Rechnungswesen

Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:

Einordnung des Finanz- und Rechnungswesens in die Organisation des Gesamtunternehmens, Zusammenwirken der einzelnen Bereiche

Finanzbuchhaltung:

- Inventur
- Anlagenbuchhaltung
- Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung (einschließlich Zahlungsverkehr und Kontierung sowie Mahn- und Klagewesen)

Kosten- und Leistungsrechnung:

- Planungsrechnung (kostenstellen- / kostenträgerbezogen) und Überwachung
- Betriebsabrechnung und innerbetriebliche Leistungsverrechnung
- Kalkulation

Investition und Finanzierung:

- Unternehmensspezifische Ausprägungen der Investitionsrechnung
- Wirtschaftlichkeitsrechnung
- Finanzierungsarbeiten und deren Prämissen

Bilanzierung:

- Jahresabschluss
- Bilanzielle Rechtsgrundlagen
- Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften

Inhalt: Personalwirtschaft und Organisation

Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:

Einordnung des Personalbereiches in das Gesamtunternehmen, Zusammenwirken der einzelnen Bereiche

Personalplanung und -beschaffung:

- Personalbedarfsplanung
- Personalmarketing
- Maßnahmen der Personalbeschaffung
- Personalauswahl

Personalbetreuung und -entwicklung:

- Einstellung, Versetzung und Ausscheiden von Mitarbeitern
- Betreuungsgespräche
- Beurteilungen
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Lohn- und Gehaltsabrechnung

Arbeitsrecht und Arbeitsschutz:

- Arbeits- und sozialrechtliche Grundkenntnisse
- Betriebsverfassungsgesetz
- Arbeitsordnung
- Betriebsvereinbarung

- Mitwirkungsrechte des Betriebsrats
- Unfallverhütung und Umweltschutz
- Gesundheitsmanagement

Personalverwaltung und -politik:

- Vergütungssysteme
- Führungssysteme
- Flexibilisierung
- Arbeitszeitmodelle

Betriebswirtschaftliche Organisation:

- Eigene Organisationsstruktur
- Abgrenzung zu anderen Strukturen
- Instrumente der Aufbauorganisation
- Stellenplanung
- Stellenbewertung
- Instrumente der Ablauforganisation

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II.

Die Inhalte des Praxismoduls II orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Studienrichtung:

Integriertes Management (W4BW_301)

(Integrated Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_301	3. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser
 Prof. Dr. Carsten Brehm

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart
 Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study, Inverted Classroom

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur
 Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Aufgaben von Führungskräften auf den Gebieten der Mitarbeitenden- und Unternehmensführung darzustellen und haben eine integrative Gesamtsicht hinsichtlich des Führens in Unternehmen entwickelt. Sie kennen den aktuellen Stand der fachwissenschaftlichen Diskussion hinsichtlich der zentralen Ansätze und Methoden auf den Gebieten der Mitarbeitenden- und Unternehmensführung. Hinsichtlich der Beurteilung dieser Ansätze und Methoden sind sie in der Lage, diese kritisch zu beurteilen sowie situative, unternehmensspezifische Bedingungen zu berücksichtigen.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Herausforderungen von sach- und personenbezogenen Führungsaufgaben zu analysieren und die Komplexität von Führungssituationen zu strukturieren. Sie kennen die situationsadäquaten Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen von Führungsinstrumenten und -methoden sowohl auf dem Gebiet der Unternehmens- wie der Mitarbeiterführung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein persönliches Führungsverständnis entwickelt. Zudem sind sie für die besondere ethische und soziale Verantwortung von Führungskräften sensibilisiert. Ebenso haben die Studierenden ein Verständnis für unterschiedliche Interessenlagen von Stakeholdern entwickelt und sind auch in der Lage, die Konsequenzen des Führungshandelns für unterschiedliche interne und externe Stakeholder zu analysieren. Bezogen auf mögliches Führungshandeln als Person oder als Institution sind sie zur Reflexion sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen fähig.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls aus der integrierten Managementperspektive heraus ihr eigenes Beobachten, Verhalten und Entscheiden reflektieren und daraus individuell ein angepasstes situationsangemessenes Handeln ableiten. Sie sind in der Lage, alternative Ansätze zu bewerten, kritisch miteinander zu vergleichen und auf ihre praktische Arbeit sowie auf die Situation ihres Ausbildungsunternehmens zu übertragen. Mit Blick auf zukünftige, neue Fragestellungen sind sie in der Lage, mit Weitblick und Umsichtigkeit ihre Lösungsmuster anzupassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

UNTERNEHMENSFÜHRUNG (W4BW_301.1)

- Begriffe, Perspektiven und Ziele der Unternehmensführung (Grundlagen der Planung, Steuerung, Kontrolle)
- Entstehung und Entwicklung der Unternehmensführungslehre
- Ganzheitliche Unternehmensführung (Modelle, Ebenen, Führungsfunktionen)

PRÄSENZZEIT

25

SELBSTSTUDIUM

50

- Normative Unternehmensführung (Ziele/Mission/Zweck, Unternehmensphilosophie, Unternehmenskultur)
- Wertorientierte Unternehmensführung (Abgrenzung zur gewinnorientierten Unternehmensführung, Ansätze der Unternehmenswertmessung, Steuerung und Werthebel)
- Strategische Unternehmensführung (Analyse, Formulierung und Umsetzung auf Unternehmens- und Geschäftsfeldebene) und Geschäftsmodelle
- Operative Planung und Kontrolle
- Corporate Governance, Compliance, Risikomanagement
- Ausgewählte Managementsysteme/-instrumente (z.B. SWOT-Analyse, Portfolio-Techniken, Performance Measurement)
- Aktuelle Entwicklungen (z.B. Digitalisierung und Technologiemanagement, Soziale Verantwortung und Ethik)

LEADERSHIP (W4BW 301.2)

25

50

- Kennzeichen und Ziele der Mitarbeiterführung
- Führungstheorien (insb. Eigenschaftsansatz, verhaltensorientierte Ansätze, LMX-Theorie, transformierende Führung)
- Führungsinstrumente
- Führen von Arbeitsgruppen (Teamführung)
- Destruktive Führung (unethische Führung)
- Funktionale Äquivalente direkter Führung (insb. Führungssubstitute, Selbstführung, geteilte Führung)
- Aktuelle Herausforderungen (z.B. Führung auf Distanz) und Trends (z.B. Digital Leadership)

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bratton, J. (Hrsg.): Organizational Leadership, London: Sage
- Corsten, M./Corsten, H./Müller-Seitz, G.: Grundlagen des strategischen Managements, München: Vahlen
- Hungenberg, H.: Strategisches Management, Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden: Springer Gabler
- Hungenberg, H./Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Heidelberg: Vahlen
- Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management – wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Northouse, P. G.: Leadership. Theory and practice, Thousand Oaks: Sage
- Robbins, S./Coulter/M., Fischer, I.: Management - Grundlagen der Unternehmensführung, Englewood: Pearson
- Schedlitzki, D. u.a. (Hrsg.): The SAGE Handbook of Leadership, London: Sage
- Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung, Berlin: Springer Gabler
- Schreyögg, G./Koch, J. Grundlagen des Managements : Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler
- Stoi, R./Dillerup, R.: Unternehmensführung – Management & Leadership, München: Vahlen
- Weibler, J.: Personalführung, München: Vahlen
- Yukl, G./Gardner III, W.L.: Leadership in Organizations, Boston: Pearson

Studienrichtung:

Relevanz internationaler Handelsbeziehungen (W4BW_440)

(Relevance of International Trade Relations)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_440	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

In diesem Modul werden den Studierenden weit über die grundlegenden volkswirtschaftlichen Seminare hinaus, makro- und mikroökonomisches Wissen über internationale Wirtschaftspolitik sowie die Gründe des Außenhandels von Waren, Personen, Dienstleistungen und Kapital zwischen den verschiedenen Volkswirtschaften mit dem Ziel vermittelt, diese für die Stärkung des Internationalen Handelsanteils ihrer Unternehmen einzusetzen.

METHODENKOMPETENZ

Nach diesem abschließenden Modul verstehen die Teilnehmer, warum Außenhandel zwischen Volkswirtschaften überhaupt notwendig ist und durchgeführt wird. Dadurch werden ihnen die Gründe für die zunehmende internationale Verflechtung von Volkswirtschaften bewusst, samt deren Chancen und Risiken. Und Sie können die Chancen für die Unternehmen nutzen und Risiken für die Unternehmen vermeiden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden wissen nach Abschluss dieses Modul um die Gründe für den Außenhandel und können ihr Unternehmen somit besser in den Gesamtkontext des internationalen Handelsgeschehens einordnen und aktiv positionieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden einen Überblick über den Gesamtzusammenhang der internationalen Arbeitsteilung. Sie sind in der Lage zu beurteilen, wie internationale Handelsflüsse entstehen und wie die Verflechtung unterschiedlicher Volkswirtschaften funktioniert. Sie können globale Abhängigkeiten beurteilen und sogar die Entstehung von Krisen volkswirtschaftlich frühzeitig erkennen, abschätzen und für ihre Unternehmen nutzen bzw. daraus entstehende Risiken minimieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
RELEVANZ INTERNATIONALER HANDELSBEZIEHUNGEN (W4BW_440.1)	50	100

- Einführung in die Wirtschaftspolitik
- Ziele, Instrumente und Träger internationaler Wirtschafts- und Handelspolitik
- Globalisierung der Weltwirtschaft
- Stabilisierungspolitik
- Wachstumspolitik

- Strukturpolitik
- Arbeitsmarktpolitik
- Beschäftigungspolitik
- Wettbewerbspolitik
- Theoretische Ansätze der Internationalisierung des Handels
- Politik des Welthandels
- Formen internationaler Wirtschafts- und Handelsbeziehungen
- Ländertypen und Gruppierungen
- Steuerungsmechanismen der Weltwirtschaft und des Welthandels
- Grundzüge der Strukturpolitik (regionale bzw. sektorale Wirtschaftspolitik)
- Formen regionaler Integrationsräume
- Finanzielle Globalisierung
- Optimale Währungsräume
- Europäische Währungsunion und Nutzung im internationalen Handel
- Reale Außenwirtschaft: Theorie und Politik (z. B. absoluter und komparativer Vorteil, tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse)
- Aktuelle Themen der Außenwirtschaft (z.B. Europäische Integration, Globalisierung, Internationalisierung, Handelspolitik)
- Aktuelle Themen zu internationalen Handelsbeziehungen

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Prüfungsform Klausur.

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, München: Vahlen
- Bénassy-Quéré/Coeuré/Jaquet/Pisany-Ferry: Economic Policy
- Blankart, C. B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, München: Vahlen
- Dieckheuer, G.: Internationale Wirtschaftsbeziehungen, München: Oldenbourg
- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München: Vahlen
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, Konstanz: UVK-Verlag
- Krugmann, P.: Economics, London: Pearson
- Krugman, P. R./Obstfeld, M./Melitz, M. J.: Internationale Wirtschaft, Hallbergmoos: Pearson
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Maennig, W.: Außenwirtschaft, München: Vahlen
- Mussel, G./Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, München: Vahlen
- Rose, K./Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, München: Vahlen
- Rübel, G.: Grundlagen der Außenwirtschaft, München: Oldenbourg
- Sell, A.: Einführung in die internationalen Wirtschaftsbeziehungen, München: Oldenbourg
- Zimmermann, H./Henke, K./Broer, M.: Finanzwissenschaft, München: Vahlen

- Budgetierung und Ressourcenplanung
- Grundlagen des Eventmanagements
- Konzeption, Planung, Durchführung und Nachbereitung von Veranstaltungen und Events
- Rechtsgrundlagen
- Praxisbeispiele und Fallstudien

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Altenbeck, D./Luppold, S.: Inszenierung und Dramaturgie für gelungene Events, Wiesbaden, Heidelberg: Springer Gabler
- Bisges, M. (Hrsg.): Handbuch des Veranstaltungsrechts, Berlin: Erich Schmidt Verlag
- Bühnert, C./Luppold, S. (Hrsg.): Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement, Wiesbaden, Heidelberg: Springer Gabler
- Dechange, A.: Projektmanagement – schnell erfasst, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Dinkel, M./Luppold, S./Schröer, C. (Hrsg.): Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Berlin: Edition Wissenschaft und Praxis
- Glöckner, M.: Veranstaltungsrecht: Praxisfragen des gewerblichen Rechtsschutzes bei Messen und anderen Veranstaltungen, Berlin: Verlag Wissenschaft & Praxis
- Gruber, K./Herzig, C./Keller, M.: Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement: mit eLearning-Kurs: Grundlagen, Handlungsfelder, Beispiele, München: UVK Verlag und Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag
- Güllemann, D.: Event- und Messerecht: ein Lehr- und Praxisbuch mit zahlreichen Beispielen und kommentierten Musterverträgen, München: Verlag Franz Vahlen
- Holzbaur, U./Fierke, M.: Nachhaltiges Projektmanagement: Verantwortlichkeit und Umsetzung in zukunftsorientierten Organisationen, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden
- Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement, Konstanz: UTB Verlag und München: UVK Verlag
- Kuster, J. et al.: Handbuch Projektmanagement: Agil – Klassisch – Hybrid, Springer Gabler Verlag
- Patzak, G./Rattay, G.: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios, Programmen und projektorientierten Unternehmen, Wien: Linde Verlag
- Ries, A.: Projektmanagement Schritt für Schritt: Arbeitsbuch, Konstanz: UTB
- Vahs, D./Brem, A./Oswald, C.: Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, Stuttgart, Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag

Studienrichtung: Handel

Handelsmanagement (W4BW_HD301)

(Retail Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD301	3. Studienjahr	2	Studienrichtungskernmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Christian Gruninger-Hermann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Lörrach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Planspiel/Simulation, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Systeme bzw. Konzepte. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach erfolgreichem Besuch der Lehrveranstaltung können die Studierenden die behandelten Aspekte des Handelsmanagement und die damit verbundenen sozialen, ethischen und ökologischen Folgen eigenständig reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können typische Probleme des Handelsmanagement eigenständig analysieren, die passenden Analyseinstrumente anwenden und ersten Lösungen zuführen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

OPERATIVE UNTERNEHMENSPLANUNG (W4BW_HD301.1)

- Erlösplanung (inkl. Break-Even-Analyse, DB-Rechnung, Prioritäten-/Favoritenplanung)
- Kostenplanung (inkl. Flexible Plankostenrechnung und Abweichungsanalyse, Kostenverursachung),
- Erfolgsplanung nach Umsatz- und Gesamtkostenverfahren
- Integriertes Budget, Leistungsbudget mit Betriebsüberleitung
- Indirekter Finanzplan und Bewegungsbilanz, Planbilanz, Direkter Finanzplan
- Working Capital Management
- Planung und Kontrolle mittels Anwendung der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung, Kostenplanung und -kontrolle (Plankostenrechnung, kurzfristige Erfolgsrechnung)

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bramseemann, R.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung, Konzepte – Implementierung – Praxisstatements, Wiesbaden: Gabler
- Eisele, D./Doyé, T.: Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, Stuttgart: Kohlhammer
- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Gabler
- Horváth, P.: Controlling, München: Vahlen
- Liebmann, H.-P./Zentes, J./Swoboda, B.: Handelsmanagement, München: Vahlen
- Nordemann, W./Nordemann, J.: Wettbewerbs- und Markenrecht, Baden-Baden: Nomos
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Zentes, J./Morschett, D./Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management – Text and International Cases, Wiesbaden: Springer Gabler

Studienrichtung: Handel

Integrationsseminar in Betriebswirtschaftslehre - Handel (W4BW_HD302)

(Integration Seminar in Business Administration - Management in Commerce)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD302	3. Studienjahr	2	Studienrichtungskernmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Dietmar Polzin

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in dogmengeschichtliche oder aktuelle Fragen der Unternehmensführung. Hinzu können übergreifende oder branchenbezogene Aspekte der Mitarbeiterführung kommen. Aktuelle und zukünftige Trends und Umweltentwicklungen runden die fachlichen Inhalte weiter ab.

METHODENKOMPETENZ

Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Studierenden können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situationen umgehen. Im Seminar zeigen Studierende ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>INTEGRATIONSSEMINAR IN BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE - HANDEL (W4BW_HD302.1)</u>	50	100

Gegenstand des Integrationsseminars ist es, aktuelle theoretische und/oder praktische Fragestellungen aus dem Bereich des Handels, des General Managements oder einer Unternehmensfunktion wissenschaftlich fundiert zu erfassen, relevante Informationen und Rahmenbedingungen zu analysieren und ganzheitliche Lösungsansätze dafür zu finden.

BESONDERHEITEN

Stand vom 23.09.2025

Das Integrationsseminar kann auch im Rahmen eines interdisziplinären Projekts mit mindestens zwei Fakultäten aus Wirtschaft, Technik, Sozialwesen, Gesundheit absolviert werden. Die Prüfungsleistung wird idealerweise durch das Format Portfolio ergänzt, um die im kompetenzorientierten Lernen entstehenden Artefakte zu berücksichtigen. Das Portfolio besteht standardmäßig aus einer Seminararbeit und einer Präsentation. Das Portfolio kann aber auch aus anderen Prüfungsteilen bestehen.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Auf die konkrete Thematik bezogene, aktuelle und problemadäquate wissenschaftliche Fachliteratur in angemessenem Umfang.

Studienrichtung: Handel

Instrumente der Vertriebswegegestaltung (W4BW_HD351)

(Instruments for Designing Sales Channels)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD351	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Patrick Roßmann

Prof. Dr. Thomas Asche

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Ravensburg

Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Distanz- und des stationären Handels darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des Distanz- und des stationären Handels nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im Distanzhandel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer eventuellen Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

INSTRUMENTE DER VERTRIEBSWEGEGESTALTUNG (W4BW_HD351.1)

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

Teil I: Distanzhandel:

Dialogmarketing

- Entwicklung

- Ursachen

- Ziele

Stand vom 23.09.2025

- Adressanmietung
- Adressselektion
- Kreative Bestandteile
- Kalkulation
- Kennzahlen
- Neukundengewinnung
- Kundenbindung

Database-Management

- Ziele und Aufgaben
- Aufbau einer Datenbank
- Data-Warehousing
- Adressmanagement
- Data-Mining

Callcenter-Management

- Historie und Bedeutung
- Recht
- Aktives und passives Telefon-Marketing
- Telefon-Mehrwertdienste
- Ziele und Elemente eines Call Centers
- Kalkulation von Aktionen

Teil II: Stationärhandel:

Visual Merchandising

- Außenbereich
- Schaufenstergestaltung
- Eingangsbereich
- Regalplatzierung
- Warenpräsentation
- Atmosphärische/ dramaturgische Elemente
- Zielgruppenorientierung

Event-Management

- Eventplanung –durchführung und –kontrolle,
- Rechtliche Aspekte
- Events im Handel

Standortpolitik

- Grundlagen
- Ziele
- Standortentscheidungen
- Standortfaktoren
- Standortmodelle
- Standortanalyse
- Verfahren zur Standortbewertung

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Balderjahn, I.: Standortmarketing, Konstanz, München: UKV Verlagsgesellschaft
- Heinemann, G.: Intelligent Retail : The Future of Stationary Retail, Wiesbaden: Springer Fachmedien
- Holland, H.: Direktmarketing, München: Vahlen
- Holland, H. (Hrsg.): Digitales Dialogmarketing : Grundlagen, Strategien, Instrumente, Wiesbaden: Springer Gabler
- Huidi, C./Kuhfuß, H.: Ratgeber Data-Base-Marketing, Zürich, Hamburg: Verlag A&O des Wissens
- Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement, Konstanz, München: UKV Verlagsgesellschaft
- Kreutzer, R., Konzepte und Instrumente des Dialog-Marketings, Wiesbaden: Springer
- Krumm, R./Geisler, Ch.: Outbound-Praxis, Wiesbaden: Springer
- Schnödt, D.: Inszenieren - verführen - mehr verkaufen: Ladengestaltung mit multisensuaem Marketing, Frankfurt: Deutscher Fachverlag
- Spanke; M. u.a.: Faszination Visual Merchandising, Frankfurt: Deutscher Fachverlag

Studienrichtung: Handel

Informationsmanagement im internationalen Handel (W4BW_HD356)

(Business Information in Global Commerce Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD356	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen vertieften und umfassenden Einblick in die Informationsbedürfnisse international agierender Handelsunternehmen. Sie haben mit Abschluss des Moduls einen vertieften fachlichen Einblick in die besondere Relevanz spezieller Informationsbereiche erlangt, die insbesondere im internationalen Warentransfer von besonderer Relevanz sind. Darüber erlangen die Studierenden durch den Besuch dieses Moduls die Kompetenz, die Relevanz moderner Warenwirtschaftssysteme für international tätige Handelsunternehmen zu erkennen und diese entsprechend des jeweiligen Bedarfs zu konfigurieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemstellungen im internationalen Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie können sich eigenständig und ausdauernd in eine informationspezifische Problematik im internationalen Handelskontext einarbeiten, entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen sowie schlecht strukturierten Situation umgehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Fragestellungen im Kontext des internationalen Warentransfers selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von sich verändernden Rahmenbedingungen auf vorliegende Strategien und Prozesse bewerten und die daraus entstehenden notwendigen Handlungsfolgen abschätzen. Im Rahmen späterer Führungsverantwortung sind sie in der Lage, handelsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
INFORMATIONSMANAGEMENT IM INTERNATIONALEN HANDEL (W4BW_HD356.1)	50	100

Außenwirtschaft und INCO-Terms:

- Rechtliche Grundlagen des Im- und Exportes
- Tauschverhältnisse und Gleichgewicht
- Zölle

- Wechselkurse
- empirische Ansätze zum Außenhandel
- Ein- und Ausfuhren
- Optimale Gestaltung internationaler Transportketten
- Tauschverhältnisse und Gleichgewicht
- Zölle
- Wechselkurse
- empirische Ansätze zum Außenhandel

Treasury:

- Finanzierungen und Absicherungen bei Ein- und Ausfuhren,
- Risikoabschätzung
- Controlling
- Internationaler Partnerschaften

Lieferantenmanagement:

- Lieferantenidentifikation
- Lieferantenanalyse
- Lieferantenbewertung
- Lieferantencontrolling

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Becker, J./Kugler, M./Rosemann, M. (Hrsg.): Prozessmanagement, Berlin: Springer Gabler
- Bogaschewsky, R. (Hrsg.): Beschaffung vor dem Hintergrund der Globalisierung, Frankfurt a.M.: BME
- Gildeggen, R./Willburger, A.: Internationale Handelsgeschäfte: Das Recht des grenzüberschreitenden Handels. München
- Hartmann, H. (Hrsg.): Modernes Einkaufsmanagement, Gernsbach: Deutscher Betriebswirte-Verlag
- Helmold, M./Terry, M.: Global Sourcing and Supply Management Excellence in China, Singapore: Springer
- Leitner, W.: Logistik, Transport und Lieferbedingungen als Fundament des globalen Wirtschaftens, Wiesbaden
- Osterhage, W.: ERP-Kompendium: Eine Evaluierung von Enterprise Resource Planning Systemen. Berlin, Heidelberg
- Siegenthaler, M.: ERP für Handel, Produktion und Dienstleistung. Praxisleitfaden: Evaluation und Einführung. Rheinfelden
- Zentes, J. et al.: Handelsmanagement. München

Studienrichtung: Handel

Strategisches Einkaufsmanagement (W4BW_HD368)

(Strategic Procurement Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD368	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Übung	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls haben die Studierenden umfassende Kenntnisse über Methoden und Konzepte des Einkaufsmanagements erworben. Sie kennen die relevanten Einflussfaktoren und Rahmenbedingungen auf das Einkaufsmanagement und sind somit in der Lage ein Lieferantenmanagement durchzuführen. Sie verfügen über vertiefte Kenntnisse über die Funktionsweisen des Efficient Consumer Response und haben die grundlegenden Aspekte der Verhandlungsführung im Rahmen des Einkaufsprozesses verstanden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können relevante Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einsetzen. Sie sind dabei in der Lage, in der spezifischen Unternehmenssituation die Zweckmäßigkeit unterschiedlicher Einkaufsstrategien zu beurteilen. Sie verfügen über die Fähigkeit, eigenständig Verhandlungssituationen vorzubereiten und durchzuführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre kritische Reflexionsfähigkeit verbessert. Sie sind in der Lage, in interdisziplinären Teams Lösungen zu erarbeiten. Einen Schwerpunkt bilden dabei Sozial- und Umweltstandards, die auf die zu beschaffenden Waren anzuwenden sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die erlernten Methoden und Konzepte in der Praxis anzuwenden und an die individuellen Anforderungen in Ihrem Unternehmen anzupassen. Mit Abschluss des Moduls, können die Studierenden die Stärken und Schwächen der Organisationsformen des Einkaufs, unter Berücksichtigung der jeweiligen Unternehmenssituation, bewerten. Sie sind zudem in der Lage, einen auf ihr Unternehmen angepassten ECR-Konzept zu entwickeln und zu implementieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>EINKAUFSMANAGEMENT (W4BW_HD368.1)</u>	50	100

- Einkauf
- Einkaufsstrategien
 - Lieferantenmanagement
 - Sourcingprozess
 - Qualitätsmanagement

- Kartell/Compliance
- Saisonmanagement
- Konditionsarten und Konditionensysteme

Efficient Consumer Response (ECR)

- Entwicklung
- Ziele und Aufgaben
- Basisstrategien des ECR
- Implementierungsprobleme
- Category Führung
- Konzeption und Management der Supply Side
- Konzeption und Management der Demand Side
- Empirische Befunde

Verhandlungsmanagement:

- Verhandlungsanalyse
- Verhandlungsorganisation
- Verhandlungsvorbereitung
- Verhandlungstaktiken
- Verhandlungsführung
- Verhandlungscontrolling
- Auktionen
- Implementierung

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Appelfeller, W./Buchholz/W.: Supplier Relationship Management: Strategie, Organisation und IT des modernen Beschaffungsmanagements, Wiesbaden: Gabler
- Cash, R. P./Thomas, C./Wingate, J. W./Friedlander J. S.: Management of Retail Buying,
- Dorsten, D.: ECR – Efficient Consumer Response, München, Wien
- Helmold, M./Terry, B.: Lieferantenmanagement 2030 – Wertschöpfung und Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit in digitalen und globalen Märkten, Wiesbaden, SpringerGabler
- Hofbauer G./Mashhour, T./Fischer, M.: Lieferantenmanagement: Die wertorientierte Gestaltung der Lieferbeziehung, Berlin: de Gruyter
- LaFleur, R.: Merchandise Planning Workbook, New York: Fairchild
- Levy, M./Weitz, B. A./Grewal, D.: Retailing Management, New York: McGraw-Hill
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Rabolt, N. J./Miler, J. K.: Concepts and Cases in Retail and Merchandise Management, New York: Fairchild
- Sebenius, J. K./Knebel, E.: Tom Muccio: Negotiating the P&G Relationship with Wal-Mart (A), Harvard Business School Case
- Swoboda, B./Foscht, T./Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement, - Offline-, Online- und Omnichannel-Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- van der Heydt, A. (Hrsg.): Handbuch Efficient Consumer Response, München
- van Weele, A. J./Eßig, M.: Strategische Beschaffung – Grundlagen, Planung und Umsetzung eines integrierten Supply Managements, Wiesbaden, SpringerGabler
- Voeth, M./Herbst, U.: Verhandlungsmanagement. Planung, Steuerung und Analyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Studienrichtung: Handel

Innovatives Markenmanagement (W4BW_HD448)

(Innovative Brand Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD448	3. Studienjahr	1	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen vertiefenden fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des Markenmanagements aus unterschiedlichen Produktbereichen und unterschiedlichen Branchen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Markenkonzepte zu erkennen und eigenständig Markenkonzepte zu entwickeln. Sie können Teilkonzepte der Markenführung in unterschiedlichen Branchen anwenden und Beziehungen zu anderen Teilkonzepten herstellen.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von markenbezogenen Problemstellungen im Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Fragen zu innovativen Markenkonzepten selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, markenkonforme Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

INNOVATIVES MARKENMANAGEMENT (W4BW_HD448.1)

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

Differenzierung nach Kategorien:

- Global in Investitionsgüter und Konsumgüter
- Konzentriert in Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Periodically Changing Goods (PCG) und Dienstleistungen (DS) oder
- Detailliert nach Einzelbranchen (Drogerie, Lebensmittel, Fashion, Möbel, Freizeit, Automobil, etc.)

mit jeweils einer Auswahl aus folgenden Themenbereichen:

- Grundlagen des Markenmanagements (Rahmenbedingungen, Entwicklungsstufen)
- Markenarten (Produktmarken, Dienstleistungsmarken, Personenmarken, Institutionsmarken)
- Markentypen (Herstellermarken, Handelsmarken, Händlermarken)
- Grundlagen der (identitätsorientierten) Markenführung
- Ziele der Markenführung
- Markenarchitekturen
- Markenportfolios
- Markenevolutionen
- Markenbudgetierung
- MarkenScoreCard
- MarkenControlling

- Ausgewählte Aspekte zielgruppenbezogener Markenführung
- Wahrnehmung der Markenidentität
- Markennutzen
- Markenpositionierungsprozess
- Markenpräferenzen
- Markeneinstellungen
- Markenimage
- Interne Markenführung

- Definition und Entwicklung eines ganzheitlichen Markenschutzes
- Global Brand Management, Manufacturer vs. Retailer Brand
- Employer Branding
- Markenfinanzierung

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Aaker: Building Strong Brands, The Free Press
- Baumgart: Markenpolitik, SpringerGabler
- Bruhn: Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation, Schäffer-Poeschel
- Burmann/Halaszovich/Schade/Klein/Piehl: Identitätsbasierte Markenführung, SpringerGabler
- Esch: Strategie und Technik der Markenführung, Vahlen Verlag
- Esch (Hrsg.): Handbuch Markenführung, SpringerGabler
- Esch et. al. (Hrsg.): Corporate Brand Management, SpringerGabler
- Floor: Branding a Store, BIS Publisher
- Keller et al.: Strategic Brand Management, Prentice Hall
- Kumar/Steenkamp: Private Label Strategy, Harvard Business School Press
- Redler: Die Store Brand - Einkaufsstätten als Marke verstehen, SpringerGabler
- Roßmann: Stärkung von Retailer Brands im Automobilhandel zur Steigerung der Kundenloyalität, SpringerGabler

Studienrichtung: Handel

CSR & Corporate Governance (W4BW_HD478)

(Sustainability & Corporate Governance)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD478	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen vertieften fachlichen Eindruck zu den Diskussionen um Corporate Social Sustainability und Corporate Governance im nationalen und internationalen Kontext. Anhand einer differenzierten theoretischen Aufarbeitung der Nachhaltigkeitsthematik sowie konkreter praktischer Übungen, lernen die Teilnehmer die Bedeutung der drei Nachhaltigkeitssäulen (ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit) kennen. Zudem können Sie die Auswirkungen von unternehmerischen Entscheidungen auf den langfristigen Erfolg und die Stakeholder der Unternehmung darstellen. Des Weiteren sind die Teilnehmer in der Lage, einen Interessenkonflikt im Unternehmen zu analysieren.

METHODENKOMPETENZ

Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, die Aufgaben und Tragweiten des CSR und des CG im Unternehmen einzuordnen und zu bewerten. Sie verstehen die Bedeutung dieser Aufgaben für die verschiedenen Anspruchsgruppen des Unternehmens. Sie können die Teamleitung für eine Arbeitsgruppe übernehmen. Die Studierenden erlangen ein Bewusstsein, dass jeder einzelne Mensch, konkret durch sein tägliches (unternehmerisches) Agieren darüber mitentscheidet, wie mit den begrenzten natürlichen Ressourcen umgegangen wird und wie lange sie uns noch zur Verfügung stehen. Die ökologischen, ökonomischen und sozialen Konsequenzen, die ihr Verhalten mit sich bringt, werden ihnen vor Augen geführt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch das Absolvieren dieses Moduls erwerben die Studierenden eine Kompetenz, sich aktiv an fachlichen Diskussionen zu beteiligen, ihre Argumente verständlich dazulegen. Durch kritisches Hinterfragen gelingt es ihnen, problemlösungsorientiert Aufgabenstellungen zu bearbeiten und Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Die Studierenden sollen durch dieses Modul zu einem größeren Bewusstsein im täglichen Umgang mit den begrenzten Ressourcen wie Rohstoffe, Energie, Wasser, Lebensmittel etc. geführt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Der Stellenwert von Corporate Social Responsibility und die Bedeutung von Corporate Governance für die Unternehmensführung wird erkannt. Bei fachlichen Diskussionen können die Studierenden mit konkreten Argumenten ihre Standpunkte vertreten. Nach Beendigung des Moduls begreift der Studierende die globalen Wirtschaftszusammenhänge nicht nur aus einer rein ökonomisch orientierten, sondern auch aus einer multidimensionalen nachhaltigen Perspektive. Sie verstehen, dass ein nachhaltiges Verhalten nicht nur den ökologischen und sozialen Bedürfnissen der Allgemeinheit dienlich ist, sondern mittel- bis langfristig auch den eigenen und unternehmerischen ökonomischen Interessen zum Vorteil gereicht.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY & GOVERNANCE (W4BW_HD478.1)	50	100

Corporate Social Responsibility:

- Nachhaltigkeitsdefinition und Begriffsgeschichte der Nachhaltigkeit

- Dimensionen der Nachhaltigkeit
- Unternehmen und Nachhaltigkeit
- Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility,
- Internationale Problem- und Handlungsfelder der Nachhaltigkeit
- Grundlagen des Nachhaltigkeitscontrolling
- Internationaler Vergleich von Corporate Social Responsibility in multinationalen Unternehmen
- CSR in der Diskussion mit ausgewählte Anwendungsbeispielen

Corporate Governance:

- Grundlagen und Theorien zum Corporate Governance
 - Eigentümerstrukturen
 - Einfluss von Aktionären auf Unternehmenspolitik
 - Rolle von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Non-Executive Directors (NED)
 - Vorstandsvergütung, der Markt für Unternehmenskontrolle
 - Mitbestimmung und Arbeitnehmerbeteiligung
 - Interessenskonflikte und „gatekeeper failure“
 - Regulierung und Selbst-Regulierung (z.B. Kodex)
 - Internationaler Vergleich von Corporate Governance Strukturen
- Konkrete Behandlung ausgesuchter Themenfelder aus dem Handelsbereich (bspw. Produktion, Transport, Vertrieb, Marktforschung, internationaler Handel etc.)

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Aßländer, M./Senge, K. (Hrsg.): Corporate Social Responsibility im Einzelhandel, Köln: Metropolis
- Grunwald, A./Kopfmüller, J.: Nachhaltigkeit, Frankfurt a.M.: Campus
- Koplin, J.: Nachhaltigkeit im Beschaffungsmanagement, Berlin: Springer
- Schneider, A./Schmidtpeter, R.: Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Berlin: Springer
- Steffen A.: World Changing, München: Knessebeck
- Thomsen, S./Canyon, M.: Corporate Governance Mechanisms and Systems, Berkshire: McGraw Hill
- Welge, M./Eulerich, M.: Corporate-Governance-Management: Theorie und Praxis der guten Unternehmensführung, Berlin: Springer
- Zentes, J./Bastian, J./Lehnert, F.: Handelsmonitor 2010: Strategien der Nachhaltigkeit, Frankfurt a.M.: People - Planet - Profit

Studienrichtung: Handel

Digital Commerce Marketing (W4BW_HD479)

(Digital Commerce Marketing)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD479	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente und Anwendungen im Digital Commerce darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des Digital Commerce nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im Digital Commerce, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
DIGITAL COMMERCE MARKETING (W4BW_HD479.1)	50	100
Internetökonomie		
- Charakteristika der Informationswirtschaft		
- Netzwerktheorie		
- Preis- und Wettbewerbsstrategien in der Informationswirtschaft		

- Lock In Effekte und deren Management
- Standards
- Kooperation und Kompatibilität
- Rechtemanagement

Internet-Marketing

- Einordnung in das Marketing-Management
- Entwicklung
- Online-Mixbereiche
- Bannerwerbung vs. Site-Promotion
- Viral-, Affiliate-, Permission-Marketing
- Erfolgskontrolle (Kennziffern)
- Online-Marktforschung
- Shops und Auktionen als Vermarktungsinstrumente
- Technologien
- Shoparchitekturen
- CMS
- Usability
- Web-Controlling

Social Media Marketing

- Definition und Entwicklung von Social Media Marketing
- Social-Media-Plattformen
- Soziale Medien im Marketing-Mix
- Social-Media-Strategie und plattformspezifische Strategien
- Identifizieren und Verstehen von Zielgruppen in sozialen Medien
- Analyse der Wettbewerber in der Social-Media-Landschaft
- Erstellung eines Social-Media-Marketingplans und -Kalenders
- Bedeutung von Storytelling
- Analyse und Optimierung von Kampagnen
- Aufbau und Verwaltung von Online-Communities
- Umgang mit negativem Feedback und Krisenmanagement
- Influencer-Marketing
- Analyse von Engagement-, Reichweiten- und Konversionsmetriken sowie Ermittlung des ROI

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Clement, R./Schreiber, D.: Internet-Ökonomie : Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft, Wiesbaden, Gabler
- Decker, A.: Der Social-Media-Zyklus – Schritt für Schritt zum systematischen Social-Media-Management im Unternehmen, Wiesbaden, SpringerGabler
- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Wiesbaden: Springer
- Heinemann, G.: Der neue Mobile-Commerce – Erfolgsfaktoren und Best Practices, Wiesbaden, SpringerGabler
- Knoppe, M./Wild, M. (Hrsg.): Digitalisierung im Handel – Geschäftsmodelle, Trends und Best Practice, Wiesbaden, SpringerGabler

- Kollmann, T.: E-Business, Wiesbaden
- Kreutzer, R. T.: Social Media Marketing kompakt, Wiesbaden, SpringerGabler
- Winnen, L./Rühle, A./Wrobel, A. (Hrsg.): Innovativer Einsatz digitaler Medien im Marketing – Analysen, Strategien, Erfolgsfaktoren, Fallbeispiele, Wiesbaden, SpringerGabler
- Wirtz, B.: Electronic Business, Wiesbaden, Springer
- Wirtz, B.: Medien- und Internet-Management, Wiesbaden, SpringerGabler

Studienrichtung: Handel

Sales Management (W4BW_HD481)

(Sales Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD481	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Vertriebsmanagements darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente des Vertriebsmanagements nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Vertriebsinformationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, markungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

SALES MANAGEMENT (W4BW_HD481.1)

50

100

Vertriebsplanung

- Strategie-/methodengestützter Vertrieb,
- Arten der Vertriebssysteme
- Mitarbeiterplanung
- Leistungsplanung und Vergütung

- phasen(un-)spezifische Instrumente
- Vertriebsorganisation

Multichannel-Management:

- Ziele und Aufgaben
- Anforderungen an Vertriebspartner
- Qualifizierung von Vertriebspartnern
- Führung von Kanalpartnern
- Vertriebskanalbewertung
- Vertriebskanalprofitabilität
- Komplexität
- Abstimmung im Beschaffungs-/Absatzmanagement
- Kampagnen-Management

Vertriebscontrolling

- Sales Intelligence
- Angebots- und Auftragscontrolling
- Umsatzanalyse und Umsatzplanung
- Kosten- und Ergebnisanalyse
- Wettbewerbs-Controlling
- Außendienststeuerung

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Albers, S./Krafft, M.: Vertriebsmanagement, Wiesbaden: Springer
- Biesel, H.: Key Account Management erfolgreich planen und umsetzen, Wiesbaden: Gabler
- Homburg, C.: Sales Excellence, Wiesbaden, SpringerGabler.
- Kühnapfel, J. B.: Vertriebscontrolling, Wiesbaden: Springer
- Kühnapfel, J. B.: Vertriebskennzahlen, Wiesbaden, SpringerGabler.
- Scheed, B./Scherer, P.: Strategisches Vertriebsmanagement, Wiesbaden, SpringerGabler,
- Schramm-Klein, H.: Multichannel-Retailing, Wiesbaden: Gabler
- Tintelnot, C.: Integriertes Produkt- und Vertriebsmanagement im B2B, Wiesbaden, SpringerGabler.
- Weis, H-Ch.: Verkaufsgesprächsführung, Ludwigshafen: Kiehl
- Welge, M. K./Al-Laham, A./Eulerich, M.: Strategisches Management, Wiesbaden, SpringerGabler.
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, München, Vahlen Verlag.
- Wirtz, B. W.: Multi-Channel-Marketing, Wiesbaden: Springer

Studienrichtung: Handel

Customer Management (W4BW_HD482)

(Customer Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD482	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Absolventen des Moduls kennen Konzepte und Methoden des CRM und der Kundenqualifizierung. Sie sind mit den systemischen, kulturellen und datenbasierten Grundlagen von CRM vertraut. Sie können Kundenwertkonzepte kritisch einordnen. Darüber hinaus sind sie mit den Methoden, Anforderungen und Besonderheiten des persönlichen Verkaufs vertraut und kennen die zugehörigen psychologischen Grundlagen und Kompetenzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventen des Moduls sind in der Lage, geeignete Kundenbewertungsmethoden auszuwählen und Kundenklassifizierungen durchzuführen. Sie können dazu kritisch Stellung nehmen. Methoden und Vorgehensweisen im persönlichen Verkauf können angewendet werden

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, kundenbezogene Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, kundenrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>CUSTOMER MANAGEMENT (W4BW_HD482.1)</u>	50	100
Customer Relationship Management		
- Grundbausteine und Ziele		
- CRM-Systeme und Prozesse		
- Differenzierung CRM im B2B und B2C		
- Steuerung der Neukundengewinnung		
- Steuerung der Kundenbindung		

- Computer Aided Selling (CAS)
- Kosten-Nutzen-Analyse von CRM
- CRM-Implementierung
- Ein- und mehrdimensionale Kundenwertkonzepte
- Aktuelle Praxisanwendungen im Handel

Key-Account-Management

- Entwicklung
- Rahmenbedingungen
- Arten und Aufbau
- Funktionen
- Erfolgsfaktoren
- Taktische Umsetzung des Key-Account Management
- Weiterentwicklung von Bestands-Schlüsselkunden
- Innovative Ansätze
- Unterschiede zum Kleinkundenmanagement

Personal Selling

- Abgrenzung und Bedeutung des persönlichen Verkaufs
- Verkaufsgespräch
- Erfolgsfaktorenforschung
- Planung und Kontrolle in B2C und B2B
- Kompetenzen im persönlichen Verkauf
- Spezifische Techniken in einzelnen Verkaufsphasen

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Albers, S./Krafft, M.: Vertriebsmanagement, Wiesbaden: Springer
- Biesel, H.: Key Account Management erfolgreich planen und umsetzen, Wiesbaden: Gabler
- Homburg, C.: Sales Excellence, Wiesbaden: SpringerGabler
- Jobber, D./Lancaster, G.: Selling and Sales Management, Harlow: Pearson
- Kühnapfel, J. B.: Vertriebscontrolling, Wiesbaden: Springer
- Kühnapfel, J. B.: Vertriebskennzahlen, Wiesbaden, SpringerGabler
- Nerdinger, F.: Psychologie des persönlichen Verkaufs, München: Oldenbourg
- Peelen, E./Beltmann, R.: Customer Relationship Management, Harlow: Pearson
- Scheed, B./Scherer, P.: Strategisches Vertriebsmanagement, Wiesbaden: SpringerGabler
- Schramm-Klein, H.: Multichannel-Retailing, Wiesbaden: Gabler
- Tintelnot, C.: Integriertes Produkt- und Vertriebsmanagement im B2B, Wiesbaden: SpringerGabler
- Weis, H.-Ch.: Verkaufsgesprächsführung, Ludwigshafen: Kiehl
- Welge, M. K./Al-Laham, A./Eulerich, M.: Strategisches Management, Wiesbaden, SpringerGabler
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, München: Vahlen Verlag

- Wirtz, B. W.: Multi-Channel-Marketing, Wiesbaden: Springer

Studienrichtung: Handel

Digitale Geschäftsmodelle des internationalen Handels (W4BW_HD483)

(Digital Business Models for International Trade)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD483	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen ein vertieftes Verständnis über die Komplexität der Entwicklung digitaler Handelsplattformen im internationalen Kontext. Zudem haben Sie einen vertieften fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des internationalen Handelsmanagements gewonnen. Hierzu gehören die Konzeption von digitalen Vertriebsanwendungen, Methoden und Werkzeuge für die Gestaltung von Online bzw. Mobile-Shopping-Lösungen auf der Basis optimierter Kundenprozesse sowie Kenntnisse über elementare Sicherheitsfragen und Rechtsgrundlagen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum internationalen Handelsmanagement sowie die erlernten Methoden und Werkzeuge zur Entwicklung und Gestaltung digitaler Handelsplattformen wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen und anwenden sowie relevante rechtliche Aspekte grundlegend beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Im Hinblick auf die Erarbeitung von Lösungsansätzen zur Entwicklung digitaler Handelsplattformen sind die Studierenden in der Lage, sachgerecht und nachvollziehbar zu argumentieren und ihre konzeptionellen Vorschläge zu begründen. Sie können substantielle Kritik an bestehenden Handelsplattformen äußern und gemeinsam mit anderen Studierenden kunden- und serviceorientierte Digital Commerce-Konzepte erarbeiten. Den Studierenden gelingt es, die in den Modulinhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben relevante Kompetenzen, um spezifische Fragen im digitalen Handelsmanagement sachlich fundiert zu beantworten, können Erfolgsfaktoren von Digital Commerce-Anwendungen auf ihren eigenen Ausbildungsbetrieb übertragen und sind in der Lage, auf der Basis von Checklisten digitale Handelsplattformen kritisch zu beurteilen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE DES INTERNATIONALEN HANDELS (W4BW_HD483.1)

50

100

Grundlagen des internationalen digitalen Handelsmanagements

- Internationale Beschaffung und Logistik
- Internationales Marketing/internationaler Vertrieb
- Aspekte internationaler Finanzierung und Rechnungslegung

- Analog vs. Digitale Geschäftsmodelle
- Betriebstypen und Positionierungsstrategien im Digital Commerce
- Entwicklungspotenziale im Mobile und Social Commerce,
- Auswirkungen der Digitalisierung auf Handelsgeschäftsmodelle und Organisationsstrukturen

Digitaler Handelsplattformen und aktuelle Trends:

- Konzeption und Entwicklung
- Funktionalität
- Usability und Navigation
- Prozessautomatisierung und visuelle Gestaltungselemente
- Praktische Anwendungsbeispiele
- Anbindung des stationären Handels
- Innovative Medienplattformen

Kundeninteraktion und Digital Customer Journey:

- Besonderheiten der digitalen Kundeninteraktion,
- Customer Journey Design,
- Elektronische Pre- und After-Sales-Prozesse

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Berndt, R./Fantapie Altobelli, C./Sander, M.: Internationales Marketing-Management, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Büter, C.: Außenhandel, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Fülber, R.U./Gassen/J./Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, IFRS 1 bis 13, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Funk, W.; Rossmann, J. (Hrsg.): Internationale Rechnungslegung und internationales Controlling, Wiesbaden: Gabler
- Gildes, R./Willburger, A.: Internationale Handelsgeschäfte, München: Vahlen
- Gläß, R./Leukert, B.: Handel 4.0. Die Digitalisierung des Handels – Strategien, Technologien, Transformation, Wiesbaden: Gabler
- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heinemann, G./Geiser, C. W.: SoLoMo – Always-on im Handel: die soziale, lokale und mobile Zukunft des Omnichannel-Shopping, Wiesbaden: Springer Gabler
- Lustig M. W./Koester, J.: Intercultural Competence, London: Pearson
- Robier, J.: Das einfache und emotionale Käuferlebnis. Mit Usability, User Experience und Customer Experience anspruchsvolle Kunden gewinnen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Robra-Bissantz, S./Lattemann, C.: Digital Customer Experience: Mit digitalen Diensten Kunden gewinnen und halten, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Rohrich, M.: Recht für Webshop-Betreiber: das umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk Verlag
- Steireif, A./Bückle, M./Rieker, R.A.: Handbuch Online-Shop: Erfolgsrezepte für den Online-Handel, Bonn: Rheinwerk Verlag
- Stocker, K.: Management internationaler Finanz- und Währungsrisiken, Wiesbaden: Springer Gabler
- Turban, E./Outland, J./King, D./Lee, J.K./Liang, T.-P./Turban, D.C.: Electronic Commerce 2018, Cham: Springer International Publishing
- Turban, E./Whiteside, J./King, D./Outland, J.: Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce, Cham: Springer International Publishing
- Zentes, J./Swoboda, B./Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, München: Vahlen

Studienrichtung: Handel

E-Fulfillment & Risk Management (W4BW_HD485)

(E-Fulfillment & Risk Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD485	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study	Deutsch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Erfolgsfaktoren des E-Commerce Fulfillments. Sie kennen Inhalte von Service-Level-Agreements für Fulfillment-Leistungen. Sie kennen insbesondere Konzepte des Warenversands und des Retourenmanagements. Die Studierenden kennen rechtliche Rahmenbedingungen des digitalen Handels und Details von Zahlungsabwicklungen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Ausschreibungen für Fulfillment-Leistungen durchführen und Lieferanten bewerten. Sie können Make-or-Buy-Entscheidungen im Kontext des E-Commerce Fulfillment treffen. Die Studierenden erlernen die Fähigkeit, Risiken für Unternehmen im E-Commerce frühzeitig zu erkennen, zu analysieren, zu bewerten, zu überwachen und zu kontrollieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Den Studierenden reflektieren Entscheidungen im Fulfillment kritisch im Hinblick auf ihre ökologische Verantwortbarkeit. Die Studierenden sind in der Lage, Risiken zielgerichtet und effektiv zu vermeiden bzw. zu minimieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Wechselwirkungen zwischen unterschiedlichen Fulfillment-Konzepten. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zur frühzeitigen Erkennung möglicher Risiken im E-Commerce und können diese entweder selbstgestalten oder lösungsorientiert einem fachkundigen Dritten übermitteln

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>E-FULFILLMENT & RISK MANAGEMENT (W4BW_HD485.1)</u>	50	100

Fulfillment

- Content-Management (Texte, Bilder, Produktdaten)
- Lagerhaltung und Auftragsabwicklung
- Verpackung und Versand
- Retouren-Management
- Praxisbeispiele

Zahlungsabwicklung & Risk Management

- Begriffliche Grundlagen
- traditionelle und innovative Zahlungsmethoden
- Inkassosysteme
- Mobile Payment Systeme
- Definition von Service-Level-Agreements
- Methoden des Risikomanagements

Rechtliche Rahmenbedingungen

- Domainrecht
- Urheberrecht
- Datenschutz
- Verbraucherschutz im Internet
- AGBs

- Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce (Domainrecht, Urheberrecht, Datenschutz,

Verbraucherschutz im Internet, AGBs)

- Zahlungsabwicklung E-Commerce
- Methoden des Risikomanagements

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bräutigam, P. et al. (Hrsg.): E-Commerce - Rechtshandbuch, München: Beck
- EHI Institute (Hrsg.): Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce, Köln: EHI Institute
- Fleischmann, B./Klose, A.: Distribution Logistics - Advanced Solutions to Practical Problems, Berlin: Springer
- Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements, München: Vahlen
- Graf, A./Schneider, H.: Das E-Commerce Buch - Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien, Frankfurt a. M.: Deutscher Fachverlag
- Hoeren, T.: Internet- und Kommunikationsrecht - Praxis-Lehrbuch, Rodenkirchen: Schmitt
- Mühlencoert, T.: Kontraktlogistik-Management - Grundlagen, Beispiele, Checklisten, Berlin: Springer Gabler
- Rüpke, G. u.a.: Datenschutzrecht - Grundlagen und europarechtliche Neugestaltung, München: Beck
- Sameth, O.: Introduction to Online Payments Risk Management, Farnham: O'Reilly
- Spee, D./Bühner, S.: Retourenmanagement - eine logistische Herausforderung - Theorie und Praxis zur Abwicklung von Warenrückgaben, München: Huss
- Stahl, E./Witmann, G.: E-Commerce-Leitfaden - Noch erfolgreicher im elektronischen Handel, Regensburg: ibi Research

Studienrichtung: Handel

International Commerce Management (W4BW_HD486)

(International Commerce Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD486	3. Studienjahr	2	Studienrichtungswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Patrick Roßmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Case Study	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur		120
Portfolio		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden gewinnen einen Überblick über das Spektrum an Fragestellungen, mit denen ein Unternehmen beim Management grenzüberschreitender Geschäftstätigkeit konfrontiert ist. Die Studierenden erhalten einen vertieften fachlichen Einblick in die operationalen Strukturen der internationalen Wertschöpfungskette und des internationalen Handelsgeschehens. Sie lernen die im Außenhandel beteiligten Unternehmen kennen und verstehen, auf welche Art diese agieren. Von der internationalen Produktion, über Auslandsmarketing bis hin zum internationalen Einkauf und Vertrieb, erfahren die Studierenden die Besonderheiten grenzüberschreitender Handelsgeschäfte. Sie erlernen, wie die internationale Logistik und der Zahlungsverkehr im Ausland funktioniert, welche besonderen Dokumente für grenzüberschreitenden Handelsverkehr notwendig sind und welche Risiken bei Auslandsgeschäften bestehen.

METHODENKOMPETENZ

Nach diesem Modul sollen die Studierenden das Wissen darüber besitzen, wie die internationale Wertschöpfungskette und der Außenhandel konkret durchgeführt werden. Sie können danach bereits innerhalb ihrer Unternehmen, verschiedene Arbeitsbereiche eigenverantwortlich planen und operativ umsetzen. In weiteren Bereichen erwerben sie einen fachlich inhaltlichen Überblick, um diejenigen Rahmenbedingungen zu kennen, die zu einem erfolgreichen Agieren im internationalen Kontext befähigen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen die internationale Wertschöpfungskette und den Außenhandel in seiner operativen Umsetzung und seiner Pluralität besser kennen und verstehen. Sie vertiefen ihre jeweiligen Erkenntnisse, dass es sich beim internationalen Handel in Abgrenzung zum Binnenhandel um grundlegend verschiedene Marktsegmente handelt, die in allen betrachteten Bereichen ein Spezialwissen und darauf aufbauend eine unterschiedliche Handlungsweise bedarf. Sie durchdringen die Rollen und Ansprüche der im Außenhandel Beteiligten und werden mit deren Komplexität vertraut. Die Funktion von Bedürfnis und Austauschbeziehung in einem international agierenden Wirtschaftssystem sollen erkannt und reflektiert werden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die Kompetenzen erworben, in einigen international agierenden Bereichsfeldern ihrer Ausbildungsunternehmen eigenverantwortlich zu agieren. Sie besitzen die Fähigkeit über komplexe grenzüberschreitende Themenbereiche sowohl mit unternehmensinternen Fachabteilungen, wie auch mit externen Institutionen respektive Dienstleistern in diskursiven Dialog zu treten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>INTERNATIONAL COMMERCE MANAGEMENT (W4BW_HD486.1)</u>	50	100

Grundlagen des internationalen Handels

- Theorie des internationalen Handels

- Logistik und Zollbestimmungen
- Aspekte des Internationalen Personalwesens
- Aspekte internationaler Finanzierung und Rechnungslegung

Organisation internationaler Beschaffung

- Internationaler Einkauf und Produktion
- Organisationsanforderungen
- innerbetriebliche Beschaffungsorganisation
- zwischenbetriebliche Beschaffungsorganisation

Außenhandelsmarketing und Vertrieb:

- Marktteilnehmer
- Vertriebsstrukturen
- Geschäftsmodelle
- Einkaufs- und Absatzmarktforschung
- Marktselektion
- Marketingstrategien
- Absatzprognosen
- Marketingplanung im Außenhandel

Finanzwirtschaftliche Prozesse

- Auslandszahlungsverkehr
- Zahlungsbedingungen
- Dokumenteninkasso
- Dokumentenakkreditive
- Risikopolitik
- Transportversicherung
- Ausfuhrkreditversicherung
- Finanzierung
- Wechselkurspolitik
- Währungsabsicherung

Interkulturelle Kompetenzen

- Werteorientierung, Werte und Verhalten
- Kulturdimensionen und Stereotypisierung
- Kultur und Identität
- Kulturtypen
- Kulturkonflikte
- Kooperation, Organisation Führung und Teams
- Interkulturelle Handlungskompetenzen

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Berndt, R. u.a.: Internationales Marketing-Management. Berlin: Springer
- Böttger C-U./Winter, C.: Verkehrslehre des Außenhandels;
- Büter, C.: Außenhandel : Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen;
- Gramlich, Ludwig: Internationales Wirtschaftsrecht. Berlin: Springer
- Häberle, H.: Handbuch der Außenhandelsfinanzierung. Das große Buch der inter-nationalen Zahlungs-, Sicherungs- und Finanzierungsinstrumente. München: Oldenbourg
- Hisrich, R.D.: International Entrepreneurship;
- Hofmann et al.: Spedition und Logistik, Heft 3 Außenhandel;
- Holtbrügge, D./Welge, M.K.: Internationales Management, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Kumbruck, C./Derboven, W.: Interkulturelles Training, Wiesbaden, SpringerGabler
- Kutschker, M./Schmid, S.: Internationales Management. München: Oldenbourg
- Jahrmann, F.U.: Außenhandel
- Jahrmann, F.U. Außenhandel kompakt
- Reuvid, J./Sherlock, J.: International Trade
- Tayeb, M.: International Business : theories, policies and practices, London: Financial Times/Prentice Hall
- Witzeleiter, H./Luppold, S.: Quick Guide Interkulturelle Kompetenz, Wiesbaden: SpringerGabler

Studienrichtung: Handel

Schlüsselqualifikationen II (RAV) (W4BW_HD720)

(Key Qualifications II)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD720	3. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Ariana Finkel

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Bestanden/ Nicht-Bestanden

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Unbenoteter Leistungsnachweis

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über ein solides Fundament in betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Theorien. Sie können sich in spezifische Bereiche der Betriebswirtschaftslehre vertiefen. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Erkenntnisse zu interpretieren und sicher anzuwenden. Sie können relevante wissenschaftliche Literatur effizient recherchieren und kritisch bewerten. Sie können statistische Verfahren und quantitative Analysemethoden anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben vertiefte methodische Kenntnisse. Sie können statistische Verfahren und quantitative Analysemethoden anwenden. Sie können qualitative Untersuchungen durchführen und die Ergebnisse interpretieren. Sie können geeignete Forschungsdesigns entwickeln und umsetzen. Sie können Forschungsdaten mithilfe geeigneter Software analysieren. Sie können Forschungsergebnisse klar und präzise präsentieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Aufgaben eigenständig planen, auch unter schwierigen Bedingungen, durchführen und abschließen. Sie können effektiv in Teams zusammenarbeiten und Konflikte konstruktiv lösen. Sie sind stets bemüht, ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln und gehen Herausforderungen mit einer offenen und lernbereiten Haltung entgegen. Sie können komplexe Sachverhalte klar und präzise sowohl schriftlich als auch mündlich vermitteln. Sie können in interkulturellen Kontexten erfolgreich agieren. Sie treffen Entscheidungen unter Berücksichtigung moralischer, ethischer und nachhaltigkeitsbezogener Aspekte. Dabei berücksichtigen sie stets verschiedene Perspektiven und hinterfragen kritisch die zugrundeliegenden Annahmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können theoretisches Wissen auf praktische Situationen übertragen. Sie können neue Ideen entwickeln und umsetzen. Sie können digitale Werkzeuge und Technologien effektiv nutzen. Sie können Teams führen und motivieren. Sie sind bereit, sich kontinuierlich weiterzubilden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PROJEKTSKIZZE ZUR BACHELORARBEIT (W4BW_HD700.04)

PRÄSENZZEIT

25

SELBSTSTUDIUM

50

Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)

- Themenwahl/-eingrenzung
- Problemstellung und Zielformulierung
- Literaturrecherche und Informationsbeschaffung

- Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode
- Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit

ANGEWANDTES PROJEKTMANAGEMENT (W4BW_HD700.15)

25

50

Inhalt noch in Erarbeitung

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Oppel, K.: Business Knigge International, Freiburg: Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften, München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Studienrichtung: Handel

Praxismodul III (W4BW_HD803)

(Practical Module III)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_HD803	3. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Benedikt Hackl

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
	Deutsch/Englisch	Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Mündliche Prüfung		
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion der Praxisphase		

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
240	0	240	8

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über tiefgehende und umfassende Erkenntnisse in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen, insbesondere auch im Themenbereich der belegten Wahlmodule. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte effiziente und effektive Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>PRAXISMODUL III - MÜNDLICHE PRÜFUNG (W4BW_HD803.1)</u>	0	240
Mündliche Prüfung gemäß der Vorgaben der StuPrO.		
<u>PRAXISMODUL III - BERICHT ZUM ABLAUF UND ZUR REFLEXION DES PRAXISMODULS (W4BW_HD803.2)</u>	0	0

BESONDERHEITEN

Mündliche Prüfung.

Die Inhalte des Praxismoduls III orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

Im Praxismodul III erfolgt auch die Anfertigung der Bachelorarbeit.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Studienrichtung:

Bachelorarbeit (W4BW_901)

(Bachelor Thesis)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_901	3. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Projekt

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
360	0	360	12

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über breites fachliches Wissen und sind in der Lage, auf Basis des aktuellen Forschungsstandes und ihrer Erkenntnisse aus der Praxis in ihrem Themengebiet praktische und wissenschaftliche hemenstellungen zu identifizieren und zu lösen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen das Spektrum der in ihrer Fachdisziplin zur Verfügung stehenden Methoden und können diese im Kontext der Bearbeitung von praktischen und wissenschaftlichen Problemstellungen kritisch reflektieren und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können selbständig und eigenverantwortlich betriebliche Problemstellungen bearbeiten und neue innovative Themenfelder in die praktische Diskussion einbringen. Vor dem Hintergrund einer guten Problemlösung legen sie bei der Bearbeitung besonderes Augenmerk auf die reibungslose Zusammenarbeit mit Kollegen und mit Dritten. In diesem Kontext zeigen sie Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Konfliktfähigkeit.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können ihr Fachwissen und ihr Methodenverständnis zur Ableitung einer innovativen und aktuellen betrieblichen Problemstellung für ihre Abschlussarbeit einsetzen. Die Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, lösen sie selbstständig unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet innerhalb einer vorgeschriebenen Frist. Hierbei berücksichtigen Sie aktuelle wissenschaftliche und branchenbezogene Quellen sowie die Regeln wissenschaftlichen Arbeitens. Die kritische Reflektion von theoretischen Ansätzen und praktischen Lösungsmustern ist für die Studierenden selbstverständlich. Die Studierenden beherrschen weiterhin die Fachterminologie und sind in der Lage, Begriffe zu operationalisieren, Daten zu erheben, auszuwerten und Ergebnisse zu visualisieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

BACHELORARBEIT (W4BW_901.1)

PRÄSENZZEIT

0

SELBSTSTUDIUM

360

Selbstständige Bearbeitung und Lösung einer in der Regel betrieblichen Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet.

Schriftliche Aufbereitung der Lösungsansätze in Form einer wissenschaftlichen Arbeit gemäß den allgemeinen Richtlinien und Vorgaben der Prüfungsordnung.

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Aktuelle Spezialliteratur und Online-Quellen zu den gewählten Themenfeldern und Funktionsbereichen.