

Studienrichtung: (Leer)

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W4BW_101)

(Principles of Business Administration)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_101	1. Studienjahr	1	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.

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 selbständig 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

EINFÜHRUNG IN DIE BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE (W4BW_101.1)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

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./Burmans, 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:

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ### MM ### (W4BW_101_MM)

(Principles of Business Administration)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_101_MM	1. Studienjahr	1	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Michael Froböse

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Heidenheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study	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 sind in der Lage, die grundlegenden Zusammenhänge betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns zu verstehen. Sie gewinnen ein Verständnis über 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.

Ferner haben die Studierenden ein grundlegendes Verständnis für den Stellenwert, die Ziele und die Aufgaben des Marketing im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre entwickelt. Sie wissen, an welchen Orientierungsgrößen Marketing-Entscheidungen ausgerichtet werden müssen und welche Bausteine für die Entwicklung einer Marketing-Konzeption wesentlich sind.

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 sind mit einer marketing-orientierten Denkweise vertraut und können die Leitprinzipien des Marketing bei wissenschaftlichen und praktischen Fragestellungen reflektiert anwenden.

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.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden lernen den Umgang mit betriebswirtschaftlicher Fachliteratur. Sie sind in der Lage betriebswirtschaftliche Fachtexte selbständig 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 ferner die grundlegenden Aspekte einer marktorientierten Unternehmensführung verinnerlicht und können diese in praktischen Konzepten umsetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

GRUNDLAGEN UND PRINZIPIEN DES MARKETING (W4BW_101.2_MM)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

20

30

- Entwicklungsphasen des Marketing
- Marketing im unternehmerischen Gesamtzusammenhang
- Marketingumwelt (Modelle, Elemente)
- Prozess des Marketing-Managements
- Bestandteile einer Marketingkonzeption (insb. Marketing-Ziele, Strategien und -Instrumente)
- Strategische und operative Marketingplanung
- Institutionelle Besonderheiten des Marketing (z.B. B2B-, Dienstleistungsmarketing)
- Trends im Marketing

EINFÜHRUNG IN DIE BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE ### MM ### (W4BW_101.1_MM)

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

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler
- Froböse, M./Thurm, M.: Marketing, 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. u.a.: 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
- Haberstock, 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)

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

- Möglichkeiten der Digitalisierung und der Künstlichen Intelligenz in der Finanzbuchführung

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- System der doppelten Buchführung, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
- Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle
- Kontenrahmen, Umsatzsteuer, Warenverkehr, Privatvorgänge
- ausgewählte Buchungsfälle, z.B. zum Anlagevermögen (Abschreibungen), Um-laufvermögen (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 Abgren-zung 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 Jah-resabschluss-analyse, 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 Digitalization 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

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

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.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

1. Einführung in die Nachhaltigkeit

- Definitionen (Nachhaltigkeit und CSR) und Dimensionen der Nachhaltigkeit
- Bedeutung der Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext
- Triple Bottom Line

2. Sustainable Development Goals (SDGs)

- Überblick über die 17 SDGs
- Integration der SDGs in Unternehmensstrategien

3. Gesetzliche Rahmenbedingungen und internationale Standards

- Überblick über relevante Gesetze und Verordnungen (z. B. Lieferkettengesetz, UVPG, REACH)
- Internationale Abkommen und Standards (z.B. ILO Grundprinzipien, UN Global Compact, amfori BSCI, OECD Leitsätze)

4. Übersicht über Methoden und Werkzeuge des nachhaltigen Managements

- Life Cycle Assessment (LCA)
- Umweltmanagementsysteme (z. B. ISO 14001, EMAS)
- Nachhaltigkeitscontrolling und -berichtswesen (z.B. GRI, DNK)
- ISIS, ESG EU-Taxonomie

OPTIONALE ZUSÄTZLICHE INHALTE**5. Soziale Nachhaltigkeit**

- Arbeitsbedingungen, Mitarbeitendenrechte, Living Wages
- Armut und sozialer Frieden
- Ethik und Kultur

6. Kreislaufwirtschaft und Ressourcenschonung

- Grundprinzipien (u. a. Linear- vs. Kreislaufwirtschaft, Design für Langlebigkeit und Wiederverwendung, Abfall als Ressource)
- Rahmenbedingungen und Anreize (z. B: KrWG, Förderprogramme und steuerliche Anreize)
- Cradle-to-Cradle-Ansatz

7. Klimaschutz

- Relevante Klimaschutzgesetze und -verordnungen (KSG, EU ETS, EEG)
- Carbon Footprinting
- Klimaneutralität: Definition und Kompensation versus Vermeidung von Treibhausgasemissionen
- Maßnahmen zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen

8. Biodiversität

- Definition, Bedeutung, aktuelle Entwicklung
- Zertifizierungen und Standards (z. B. MSC und FSC)
- Maßnahmen zur Erhaltung und Förderung der Biodiversität
- Zusammenarbeit mit Naturschutzorganisationen und Stakeholdern

MANAGEMENT VON DIGITALISIERUNG (W4BW_104.1)**1. Einführung in die digitale Transformation**

- Begriffsdefinitionen und Grundlagen
- Treiber und Auswirkungen der Digitalisierung

- Aktuelle Trends und Zukunftsaussichten

2. Technologische Grundlagen der Digitalisierung

- Überblick über aktuelle digitale Technologien (Cloud Computing, IoT, Blockchain, KI, Big Data, etc.)
- Anwendungsmöglichkeiten und Potenziale in verschiedenen Branchen
- Technologische Infrastruktur und deren Management

3. Digitale Organisationsentwicklung

- Digitale Unternehmenskultur (z. B. Führung, New Work)
- Future Skills (Veränderung der notwendigen Kompetenzen)
- Change Management in der digitalen Transformation

4. IT Governance und ethische Aspekte

- Digitalisierung und Ethik
- Rechtliche Grundlagen (z.B. DSGVO, IT-SiG und AI-Act)
- Cybersecurity-Maßnahmen (z. B. Netzwerksicherheit, Identitäts- und Zugriffsmanagement, Verschlüsselungstechnologien, Sicherheitsrichtlinien und Schulungen, Incident Response Pan)

OPTIONALE ZUSÄTZLICHE INHALTE (maximal ein Block)

5. Digitale Geschäftsmodelle und Strategien

- Definition, Charakteristika und Typen digitaler Geschäftsmodelle
- Entwicklung digitaler Strategien (z. B. mit Business Model Canvas, Value Proposition Design, Lean Startup, Design Thinking, Ecosystem und Customer Journey Mapping)
- Analyse erfolgreicher Geschäftsmodelle

6. Digitale Transformation von Unternehmensprozessen

- Prozessoptimierung durch Digitalisierung (z. B. mit Lean Management, Six Sigma, Business Process Reengineering, Agilen Methoden, Robotic Process Automation)
- Industrie 4.0, digitales Supply Chain Management und Smart Factory
- Fallstudien erfolgreicher Transformationsprojekte

7. Digitales Marketing und Vertrieb

- Einführung in digitale Marketingstrategien und -kanäle
- E-Commerce und Omnichannel-Strategien
- Personalisierung und Customer Experience

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)

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 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.

METHODENKOMPETENZ

Studierende 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.: Behavioral 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)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

60

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

90

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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)

- Grundkonzepte der Mathematik (z.B. Zahlen, Mengen, Mengenoperatoren und -relationen, Arithmetik)
- Grundlagen der linearen Algebra (z.B. Vektoren, Matrizen, lineare Abbildungen, lineare Gleichungssysteme)

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- 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:

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

EMPIRISCHE FORSCHUNGSMETHODEN (W4BW_201.1)

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 empirische Forschung - ggf. studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz

PRÄSENZZEIT

27

SELBSTSTUDIUM

47

DATA SCIENCE (W4BW_201.2)

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

28

48

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 Organization)

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)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

55

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

95

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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)

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

PRÄSENZZEIT

33

SELBSTSTUDIUM

62

- 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)

22

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.

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)

- Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung

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

PRÄSENZZEIT

28

SELBSTSTUDIUM

48

- 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 Fallanalyse		150

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.

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
BÜRGERLICHES RECHT (W4BW_204.1)	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.

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:

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)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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: (Leer)

KI Strategie und Anwendungen (W4BW_401)

(AI Strategy and Use Cases)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_401	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Christian Gruninger-Hermann
 Prof. Dr. Michael Lindemann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Lörrach
 Lörrach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Projekt, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

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

Studierende lernen, KI-Technologien in die Geschäftsstrategie eines Unternehmens zu integrieren und zur Lösung konkreter betriebswirtschaftlicher Herausforderungen einzusetzen. Sie können potenzielle Anwendungsbereiche für KI in verschiedenen Unternehmensbereichen identifizieren und bewerten. Studierende sind in der Lage, die Rentabilität von KI-Projekten zu beurteilen und Business Cases zu entwickeln. Sie können die potenziellen Risiken im Zusammenhang mit dem Einsatz von KI erkennen und geeignete Maßnahmen zur Risikominderung ergreifen.

METHODENKOMPETENZ

Studierende entwickeln die Fähigkeit, schnell Prototypen von KI-Anwendungen zu erstellen und diese iterativ zu verbessern. Studierende können die Leistung von KI-Modellen anhand geeigneter Kennzahlen bewerten und optimieren. Studierende sind in der Lage, die Rentabilität von KI-Projekten zu beurteilen und Business Cases zu entwickeln. Sie können die potenziellen Risiken im Zusammenhang mit dem Einsatz von KI erkennen und geeignete Maßnahmen zur Risikominderung ergreifen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Studierende entwickeln ein kritisches Bewusstsein für die Potenziale und Grenzen von KI und können die Auswirkungen von KI auf Unternehmen und die Gesellschaft beurteilen. Sie können komplexe technische Sachverhalte auch für ein nicht-technisches Publikum verständlich machen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Studierende sind in der Lage, als strategische Entscheidungsträger in Unternehmen zu agieren und die Potenziale von KI für das eigene Unternehmen zu erschließen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

KI STRATEGIE UND ANWENDUNGEN (W4BW_401.1)

- KI-Strategie
- Geschäftsmodelle mit und für KI
- Regulatorische Herausforderungen für KI-basierte Produkte
- Produktmanagement für KI-basierte Produkte
- Sicherheit von KI-Systemen
- Besondere Herausforderungen in Datenschutz und Datensicherheit durch KI

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

- Kontrolle von KI-Systemen
- Rechtliche Herausforderungen beim Einsatz von KI
- KI und Ethik
- Gesellschaftliche Relevanz von KI
- Evaluierung von KI-Systemen
- Ausgewählte Anwendungen der KI

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. (Semester 4) als auch im 3. Studienjahr (Semester 5) angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in den Themenfeldern Geschäftsmodelle und IT

LITERATUR

- Ertel, W.: Grundkurs Künstliche Intelligenz, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Groß, M./Staff, J.: KI-Revolution der Arbeitswelt, Freiburg: Haufe
- Hechler, E. et al.: Einsatz von KI im Unternehmen, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Kreuzer, R.T.: Künstliche Intelligenz verstehen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Odio, T.: KI Exzellenz, Freiburg: Haufe
- Seeger, C.: KI in der Unternehmenspraxis, Freiburg: Haufe

Eine bewertete Übersicht zu themenbezogenen, qualifizierten akademischen Journals und Konferenzbänden findet sich im VHB-Rating für Publikationsmedien, Teilrating Wirtschaftsinformatik, des Verbandes der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.

Studienrichtung:

Applied Statistical Data Analysis (W4BW_402)

(Applied Statistical Data Analysis)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_402	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Christian Führer

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

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

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Portfolio		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 vertiefen die wichtigsten mathematisch-statistischen Methoden der modernen Marktforschung anhand konkreter Fallbeispiele aus der Praxis. Sie entwickeln ein Verständnis für die Möglichkeiten moderner statistischer Verfahren der Datenanalyse und -interpretation und lernen geeignete Visualisierungstechniken kennen.

METHODENKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, aus der Vielzahl an mathematisch-statistischen Analysemethoden die im Anwendungsfall geeignete(n) auszuwählen und mithilfe moderner Anwendungssoftware umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden gewinnen Sicherheit in der Anwendung mathematisch-statistischer Methoden in einem dezidiert interdisziplinär geprägten beruflichen Umfeld. In diesem Zusammenhang erwerben sie die Fähigkeit, auch anspruchsvolle mathematisch-statistische Techniken und deren Möglichkeiten mithilfe moderner Anwendungssoftware umzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach der Teilnahme an dem Modul fähig, ihr Wissen und ihre Methodenkompetenz bei der Entwicklung marketingtechnischer und vertriebstechnischer Strategien unter Einsatz moderner Anwendungssoftware praktisch umzusetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
APPLIED STATISTICAL DATA ANALYSIS (W4BW_402.1)	55	95

Umgang mit großen Datensätzen – Vorgehen bei fehlerhaften oder unvollständigen Datensätzen: Bereinigung von Rohdaten und Imputation – Anforderungen an Hard- und Software im statistischen Analysebereich – Statistische Software Pakete (z.B. SPSS, MATLAB, R): Dateneingabe, Datentransformation, Datenaustausch mit anderen Programmen, Datenanalyse, Datenvisualisierung – Fallbeispiele (z.B. ANOVA, Hypothesentests, Regressionsrechnung) – Überblick zu weiteren IT-basierten Auswertungsinstrumenten.

BESONDERHEITEN

Stand vom 24.01.2025

Das Modul kann auch im 3. Studienjahr gelesen werden.

Labornutzung:

Analytical-Lab (MA)

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Backhaus, K./Erichson, B./Plinko, W./Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin: Springer/Gabler
- Backhaus, K./Erichson, B./Weiber, R.: Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin: Springer/Gabler
- Bühl, A.: SPSS 22: Einführung in die moderne Datenanalyse, Hallbergmoos: Pearson Studium
- Duller, C.: Einführung in die Statistik mit Excel und SPSS, Berlin & Heidelberg: Springer/Gabler
- Eckstein, P.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler: Eine realdatenbasierte Einführung mit SPSS, Wiesbaden: Springer/Gabler
- Janssen, J./Laatz, W.: Statistische Datenanalyse mit SPSS: Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests, Berlin & Heidelberg: Springer/Gabler
- Wollschläger, D.: Grundlagen der Datenanalyse mit R, Berlin & Heidelberg: Springer Spektrum

Studienrichtung:

Arbeitsrecht (W4BW_403)

()

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER

W4BW_403

VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF

MODULDAUER (SEMESTER)

MODULART

Studiengangwahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

METHODENKOMPETENZ

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

ARBEITSRECHT (W4BW_403.1)

PRÄSENZZEIT

0

SELBSTSTUDIUM

0

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Studienrichtung: (Leer)

Brand Management (W4BW_404)

(Brand Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_404	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Lothar Weinland

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

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

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Klausur (Leer)		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 haben ein tiefes Verständnis des Phänomens einer Marke und kennen die Funktionen, die Marken für Unternehmen und Konsumenten erfüllen. Sie kennen die Steuerungsansätze des Brand Management aus Theorie und Praxis und verstehen, welche strategischen Faktoren für den Erfolg einer ganzheitlichen Steuerung von Marken entlang der gesamten Customer Journey relevant sind. Die Teilnehmer verstehen die einzelnen Aspekte des Brand Management auch vor dem Hintergrund spezieller Anwendungsfelder wie z.B. Service Branding, Employer Branding, B2B-Branding oder Ingredient Branding. Zudem erhalten die Studierenden ein tiefes, wissenschaftlich fundiertes Know-How im Bereich des Markenkommunikationsmanagement. Außerdem kennen und verstehen sie die aktuellen Herausforderungen des Brand Management und der Markenkommunikation und sind in der Lage diese konkret anzugehen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage Markenmanagement und -kommunikation aus einer theoretischen, informationsbezogenen, strategischen, instrumentellen und führungsbezogenen Perspektive zu analysieren, zu steuern und zu bewerten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Teilnehmer verstehen die ganzheitliche strategische Bedeutung von Marken für den Unternehmenserfolg und lernen am Phänomen der Marke die Verwobenheit der Teilbereiche eines Unternehmens kennen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen am Beispiel der Marke wie vielfältig (und u. U. auch zeitlich verzögert) die Auswirkungen einzelner Entscheidungen sein können.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
STRATEGISCHES MARKENMANAGEMENT (W4BW_404.1)	27	47

Begriffsabgrenzung, Ziele und Funktionen der Marke – Theoretische Grundlagen des Branding (z.B. Theorie des Symbolischen Interaktionismus, Theory of Animism, Selbstkongruenztheorie, Theorie der Parasozialen Interaktion) – Formen und Typologien von Marken (z.B. Service Brand, Corporate Brand, Employer Brand, Celebrity Brand, Commodity Brand) – Wirkung von Marken für Anbieter und Nachfrager – Markenstrategien und -architekturen – Steuerungsinstrumente von Marken psychologische Konstrukte zur Beschreibung von Markenwirkungen, z.B. Markenimage, Markenidentität, Markenpersönlichkeit, Brand Awareness, Brand Knowledge, Markenattraktivität, Brand Satisfaction, Markenloyalität, Brand Commitment, Brand Love, Brand Passion, Brand Trust, Markenidentifikation – Brand Citizenship Behavior – Markenelemente (z.B. Markenname, Symbol

Marketingstrategie – Corporate Identity (insb. Corporate Communications und Corporate Design) – Corporate Reputation – Theorien der Kommunikation – Planungsprozesse der Kommunikation – Kommunikationsstrategien – Kommunikationskanäle – Integrierte Kommunikation – Budgetierung und Budgetallokation – Operative Planung von Kommunikationsmaßnahmen – Erfolgskontrolle der Kommunikation und Brand Performance Measurement – Werbegestaltung – Werbewirkung – Case Study/ Simulation zum Markenmanagement – «Live Brand Communication Management

BESONDERHEITEN

Labornutzung:

Medienlabor (HDH);

Multimedia-Lab (MA), Film-/Foto-Lab (MA), Eyetracking-Lab (MA)

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Baumgarth, C.: Markenpolitik. Markentheorien, Markenwirkungen, Markenführung, Markencontrolling, Markenkontexte, Wiesbaden: Springer Gabler
- Baumgarth, C. (Hrsg.): B-to-B-Markenführung. Grundlagen, Konzepte, Best Practice, Wiesbaden: Gabler
- Cornelissen, J.: Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice, Thousand Oaks, California SAGE Publications
- Esch, F. R.: Moderne Markenführung: Grundlagen - Innovative Ansätze - Praktische Umsetzungen, Wiesbaden: Gabler Verlag
- Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, München: Vahlen
- Esch, F. R./Tomczak, T./Kernstock, J./Langner, T.: Corporate Brand Management: Marken als Anker strategischer Führung von Unternehmen, Wiesbaden: Gabler Verlag
- Fill, C./Roper, S.: Corporate Reputation: Brand and Communication, Harlow: Pearson
- Hackley, C.: Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Approach, SAGE Publications.
- Hoepfner, J.: Markenkommunikation, in: Fröhlich, R./Szyzka, P./Bentele, G. (Hrsg.): Handbuch der Public Relations, Wiesbaden: Springer
- Keller, K. L./Aperia, T./Georgson, M.: Strategic Brand Management, Harlow: Pearson Education Limited
- Keller, K.: Strategic Brand Management: Global Edition, Harlow: Pearson
- Kotler, P./Keller, K.L./Opresnik, M.O.: Marketing-Management, Hallbergmoos: Pearson
- Regier, S./Schunk, H./Könecke, T. (Hrsg.): Marken und Medien - Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien, Wiesbaden: Springer Gabler
- Rosenbaum Elliott, R./Percy, L./Pervan, S.: Strategic Brand Management, Oxford University Press
- Schmidt, H. J.: Markenführung, Wiesbaden: Springer
- Schmidt, H. J.: Internal Branding. Wie Sie Ihre Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen, Wiesbaden: Gabler
- Schmidt, H. J./Baumgarth, C. (Hrsg.): Forum Markenforschung. Tagungsband der internationalen Konferenz „Der Markentag 2014“, Wiesbaden: Springer
- Tybout, A. M./Calkins, T./Kotler, P.: Kellogg on Branding: The Marketing Faculty of The Kellogg School of Management, Wiley
- Walter, B. von/Kremmel, D. (Hrsg.): Employer Brand Management: Arbeitgebermarken aufbauen und steuern, Wiesbaden: Springer Gabler

**Aktuelle Beiträge aus Peer Reviewed Journals wie z.B. Journal of Brand Management; Journal of Marketing; Journal of Consumer Research

Studienrichtung:

Change Management (W4BW_405)

(Change Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_405	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Carsten Brehm

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

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

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Mündliche Prüfung		20

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 verstehen grundlegende Zusammenhänge ausgewählter Fragestellungen zum Change Management bzw. Management des Unternehmenswandels in einem Unternehmen. Sie kennen die Relevanz des Change Managements an der Schnittstelle zwischen Organisation, HR und Strategie für die Unternehmensführung. Sie gewinnen ein Verständnis für die Prozesse und besonderen Aufgaben in den angesprochenen Führungsfunktionen. Sie sind in der Lage, deren Zusammenwirken insbesondere vor dem Hintergrund mitarbeiter- und erfolgsorientierter Abhängigkeiten zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Problemstellungen in dem Bereich Change Management anhand gegebener Informationen und vermittelter Erfolgsfaktoren selbständig analysieren, strukturieren und zu einer Lösung führen. Die Studierenden verfügen über ein Spektrum an Methoden und Techniken, aus dem sie geeignete Methoden auswählen und anwenden können. Insbesondere sind sie in der Lage, die Stärken und Schwächen wesentlicher Methoden kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, besonders anspruchsvolle Fragen des Change Managements zu reflektieren, zu diskutieren und konstruktive Lösungen gemeinsam mit anderen zu entwickeln. Dies vor allem unter Berücksichtigung der Betroffenheit, emotionaler Zustände und gegebenenfalls eigener Beteiligung. Zudem können sie einen eigenen Standpunkt vertreten und adressatengerecht kommunizieren. Sie zeigen Verantwortungsbewusstsein in ihrem Handeln und Entscheiden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss dieses Moduls werden wichtige Kompetenzen und Methoden im Zusammenhang mit dem Management von Change Prozessen bzw. Unternehmenswandel erworben. Diese ermöglichen situationsangemessenes Handeln und eine kritische Urteilsfähigkeit. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, theoretisches Wissen in praktische Handlungsschritte unter Beachtung organisatorischer, personaler, strategischer und finanzieller Thematiken zu übersetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
CHANGE MANAGEMENT (W4BW_405.1)	55	95
Begriffe Grundlagen und Einordnung		
Auslöser und Grundtypen von Unternehmenswandel (transformativ/reproduktiv, evolutionär/revolutionär)		
Prozessmodelle und Ablauf von Change Management: Phasen, Beteiligung, Zeiten		
Erfolgsfaktoren im Change Management		

Rechtliche Rahmenbedingungen und Mitbestimmung

Interessen von Mitarbeitern und Führungskräften

Strategische Fragestellungen: Strategische Erneuerung, Ambidextrie, zeitliche Horizonte

Personelle Fragestellungen: Akzeptanz, Einstellungen, Widerstände, Emotionen

Organisatorische Fragestellungen: Organisation von Change-Programmen/-Projekten, Rolle des Change Managers, Auswahl von Schlüsselpersonen, Einbindung von und Zusammenarbeit mit Beratern

Politische Fragestellungen: Macht, Konflikte, Mikropolitik,

Barrieren und Widerstände sowie der Umgang mit diesen

Implementierung Beteiligung und Qualifizierung von Mitarbeitern

Besonderheiten der Führung im Change Management

Kulturwandel

Kommunikation im Change Management

Change Controlling

Methoden und Techniken des Projekt- und Change Managements: Workshopgestaltung, Interviews, Stakeholder-Analyse, Kulturanalyse,

Agile Management Ansätze

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Krüger, W./Bach, N.: Excellence in Change : Wege zur strategischen Erneuerung, Wiesbaden
- Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt: Campus
- Doppler, K./Vogt, B.: Feel the Change! Wie erfolgreiche Change Manager Emotionen steuern, Frankfurt: Campus
- Kotter, J.: Leading change, Boston: Harvard Business School Press
- Groth, A./Platzmann, T.: Führungsstark im Wandel : Change Leadership für das mittlere Management
- Lauer, T.: Quick Guide Change Management for all Cases : What Case Studies Teach Us, Springer Gabler
- Scheller, T.: Auf dem Weg zur agilen Organisation: Wie Sie ihr Unternehmen dynamischer, flexibler und leistungsfähiger gestalten, München: Vahlen
- Schmidt, G./Konz, C.: Organisation gestalten: Stabile und dynamische Unternehmensstrukturen, Gießen: Dr. Götz Schmidt

Studienrichtung:

Project Management & Consulting Project (W4BW_406)

()

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER

W4BW_406

VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF

MODULDAUER (SEMESTER)

MODULART

Studiengangwahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

METHODENKOMPETENZ

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

CONSULTING PROJECT (W4BW_406.1)

PRÄSENZZEIT

0

SELBSTSTUDIUM

0

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Studienrichtung:

Controlling (W4BW_407)

(Controlling)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_407	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Manfred Schertler-Rock

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

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 verfügen über eine grundlegende Übersicht über die Dienstleistungsaufgaben des Controllings sowie vertiefte Einblicke in die Aufgaben und Zusammenhänge operativer und strategischer Controlling-Instrumente. Die Studierenden sind mit den erforderlichen Rahmenbedingungen zum Aufbau eines Controlling-Informationssystems vertraut und können diese situativ beurteilen. In der Gesamtschau verstehen die Studierenden den spezifischen Nutzen eines Controlling-Konzeptes für den Managementprozess einer Unternehmung und können ihn argumentativ begründen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen verschiedenste Methoden und Techniken der Controlling-Praxis und können sie problemorientiert auswählen und auf operative wie auch strategische Fragestellungen sinnvoll anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, in Entscheidungssituationen adäquate Methoden zu empfehlen, die Ergebnisse zu interpretieren und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erlangen ein vertieftes Verständnis über die Leistungsfähigkeit sowie die Anwendungsgrenzen verschiedener Instrumente des operativen und strategischen Controllings. Sie erkennen insbesondere im strategischen Controlling die Notwendigkeit einer interdisziplinären Teamarbeit und verstehen den besonderen integrativen Charakter der Controlling-Aufgabe. Die Studierenden haben verstanden, dass aktives Controlling in einer Unternehmung eine hohe Anforderung an die soziale Kommunikationsfähigkeit stellt und maßgeblich durch die Persönlichkeit des Controllers als Managing-Partner geprägt wird.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen nach Abschluss dieses Moduls Controlling als ganzheitlich vernetzte informationelle Sicht auf die Unternehmung. Sie können den Stellenwert quantitativer wie auch qualitativer Informationen für den Führungsprozess in Unternehmungen mit entsprechender methodischer Expertise verdeutlichen. Gleichermaßen verfügen sie über Fähigkeiten, Innovationen in den Controlling-Systemen motivational zu befördern.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

CONTROLLING (W4BW_407.1)

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

Grundlagen und Informationssysteme, Diskussion von Rahmenbedingungen und Entwicklungsperspektiven, Vertiefung des Informationssystems Deckungsbeitragsrechnung (z. B. mehrstufige DBR, relative DBR), Anwendungen der Plankostenrechnung, Verknüpfung mit Informationsmanagement

Operatives Controlling mit Schwerpunkten auf Budgetierung und Anreizsysteme, Kennzahlen und entscheidungsorientiertes Controlling, Einblicke in funktionale Controllingbereiche (z. B. F&E, Logistik, Produktion, Marketing, IT, Personal, Nachhaltigkeit)

Strategisches Controlling mit Schwerpunkten auf strategische Planung und Kontrolle, Kostenmanagement, wertorientiertes Controlling und Performance Controlling

Berichterstattung und Informationsaufbereitung

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Britzelmaier, B.: Controlling : Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, München: Pearson
 - Coenenberg, A./Fischer, T./Günther, T./Brühl, R.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
 - Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling, München: Vahlen
 - Kümper, T.: Controlling : eine Einführung mit Storytelling-Ansatz, Wiesbaden: Springer
 - Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Freiburg: Schaeffer-Poeschel
- Controlling - Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmenssteuerung, München, Frankfurt a.M.

Studienrichtung: (Leer)

New Work (W4BW_408)

(New Work)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_408	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Vera Döring
 Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart
 Stuttgart

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN
 Vorlesung, Projekt, Planspiel/Simulation, 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

Am Ende des Moduls kennen die Studierenden die wesentlichen Fragestellungen und Konzepte sowie aktuellen Befunde der Arbeitspsychologie und -soziologie, insbesondere diejenigen, die den Erfolg von New-Work-Maßnahmen beinhalten. Sie haben ein fundiertes Wissen erlangt, welche Auswirkungen die Digitalisierung auf die Arbeitswelt hat und wie sich der Faktor „Arbeit“ wandelt. Sie wissen um die Bedeutung des Changemanagements für die digitale Transformation.

Sie kennen die Funktionen und den Stellenwert von Arbeit im Leben von Menschen. Sie wissen, welche Ansprüche Mitarbeitende an die Arbeit und welche Anforderungen die Arbeit an die Mitarbeitenden richten. Auch wissen sie, welche positiven (z.B. Identitätsbildung, Bedürfnisbefriedigung, Kompetenzerleben) und negativen Wirkungen (z.B. Belastungen und Beanspruchungen) von der Arbeit ausgehen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls geeignete Methoden für eine humane Arbeitsgestaltung und können die Methoden der erfolgreichen Umsetzung organisatorischer und technologischer Veränderungen in der betrieblichen Praxis anwenden, insbesondere im Zusammenhang mit der Digitalisierung der Arbeitswelt. Hierbei sind sie insbesondere in der Lage, geeignete Maßnahmen des Changemanagements anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben die eigene Haltung gegenüber Arbeit und Veränderung reflektiert und haben die Fähigkeit, sich aktiv in Veränderungsprozesse einzubringen, erhöht. Sie sind sensibel bezüglich der Auswirkungen der Veränderungsprozesse auf die agierenden Personen und wissen um die Ängste und Widerstände, die hierbei entstehen können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, psychologische und soziologische Aspekte bei der Arbeits- und Organisationsgestaltung über die betriebswirtschaftlichen und technologischen Aspekte hinaus zu berücksichtigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

NEW WORK (W4BW_456.2)

Wandel der Arbeit:

- Entwicklung der Arbeit; Begriff New Work
- Arbeitsanalyse und -gestaltung
- Digitalisierung und Digitalisierungspotentiale

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

- Flexibilisierung der Arbeit, neue Arbeitsformen, New Work-Maßnahmen
- Arbeitszufriedenheit, -motivation und -leistung
- Arbeit im Kontext: Arbeit und Gesundheit, Arbeit und Geschlecht, Arbeit und Emotion
- Work-Life-Balance
- Zukünftige Kompetenzen („Future Skills“)

Changemanagement:

- Bedeutung des Changemanagements für die digitale Transformation
- Ansätze, Modelle und Maßnahmen des Changemanagements
- Psychologische Faktoren in Changemanagement-Prozessen
- Motivations- und Anreizsysteme
- Prozessverläufe
- Kommunikationskonzepte

BESONDERHEITEN

Weiterer Modulbeauftragter: Jens Kuntzemüller, M.A., DHBW Ravensburg.

Dieses Modul kann sowohl im 2. (Semester 4) als auch im 3. Studienjahr (Semester 5) angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in den Themenfeldern Personalmanagement sowie Unternehmens- und Prozessorganisation

LITERATUR

- Bratton, J. u.a.: Work and Organizational Behaviour, London: Red Globe Press
- Chmiel, N./Fraccaroli, F./Sverke, M.: An Introduction to Work and Organizational Psychology, Chichester: Wiley Blackwell
- Engel, S./Granter, E.: The Sociology of Work, London: Sage
- Kluge, A.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Stuttgart: Kohlhammer
- Lauer, T.: Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden: Springer Gabler
- Peiro, J.M.: The Oxford Encyclopedia of Industrial, Work and Organizational Psychology, Oxford: Oxford University Press
- Petry, T.: Jäger, W.: Digital HR, Freiburg: Haufe
- Ruiner, C./Wilkesmann, M.: Arbeits- und Industriesoziologie, Paderborn: UTB
- Schermuly, C.: New Work – Gute Arbeit gestalten, Freiburg: Haufe
- Truxillo, D.M./Bauer, T.N./Erdogan, B.: Psychology and Work, New York: Routledge

Eine bewertete Übersicht zu themenbezogenen, qualifizierten akademischen Journals findet sich im VHB-Rating für Publikationsmedien, Teilrating Personal sowie Teilrating Organisation, des Verbandes der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.

Studienrichtung: (Leer)

Corporate Governance and Compliance (W4BW_409)

()

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_409	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Julia Hansch

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Fallanalyse

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

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

Studierende können nach Abschluss des Moduls die verschiedenen Konzepte, Mechanismen und Akteure der Corporate Governance (Stichwort Employment Relations) erläutern und kritisch diskutieren; Problembereiche in der Corporate Governance identifizieren und Lösungswege aufzeigen; die Auswirkungen aktueller Entwicklungen auf die Corporate Governance einschätzen und in ihr Entscheidungskalkül miteinbeziehen; betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter ethischen Gesichtspunkten und unter Berücksichtigung der Corporate Social Responsibility treffen.

Zudem kommen der international vergleichenden Corporate Governance und dem Bereich der Compliance besondere Bedeutung zu. Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls die verschiedenen Ausprägungen der Corporate Governance erläutern und kritisch hinterfragen, die Mitbestimmung in den Kontext der Unternehmens- und Betriebsebene einordnen und die Rolle der Unternehmenskontrolle, insbes. der Compliance, selbstständig definieren und einschätzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die theoretischen Konzepte und strukturellen Grundlagen von Unternehmenskontrolle und Compliance kennen. Sie sind in der Lage, ihre Relevanz für das Unternehmen, Unternehmensbereiche oder die Gesamtwirtschaft einzuschätzen. Die Studierenden erhalten einen Überblick über Methoden und Techniken der Employment Relations. Sie sind fähig diese selbstständig adäquat auszuwählen und anzuwenden, um Probleme aus der Praxis zu systematisieren, zu analysieren, zu lösen und schlussendlich Ergebnisse darzustellen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen, die verschiedenen Strukturen von Unternehmensleitung und -kontrolle zu unterscheiden. Sie kennen zudem die Fallstricke, die auch einer mangelnden Kontrolle resultieren. Sie rekurrieren auf den eigenen praktischen Erfahrungen und werden motiviert, den Lerntransfer zwischen Theorie und Praxis vorzunehmen. Im Rahmen der CG bedeutet dies, dass sie sich auch der sozialen Verantwortung und der Verantwortung zur Integration vielfältiger Personengruppen (diversity) als betriebliche Akteure bewusst werden (Stichwort ESG, Quote). Die Studierenden kommunizieren sachlich, respektvoll, zielgruppenorientiert und zielorientiert. Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe arbeiten, die unterschiedlichen Rollen reflektieren, bewerten und auch die Gruppenleitung übernehmen. Sie sind fähig selbstständig Projekte zu organisieren, beharrlich eine Zielsetzung zu verfolgen. Sie können getroffene Entscheidungen vor anderen objektiv nachvollziehbar präsentieren, damit ihre Vorgehensweisen legitimieren und sie sachlich vor verschiedenen Zielgruppen vertreten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben tiefgehende Kenntnisse zu der Relevanz von Corporate Governance, den Unternehmenskontroll-Funktionen, den betrieblichen Akteuren, ihren Determinanten sowie ihrer Interdependenz im internationalen Kontext. Sie sind in der Lage durch vorausschauendes Denken frühzeitig wirtschaftliche Trends, welche die Unternehmen in ihrer Struktur tangieren, zu identifizieren, zu analysieren sowie ihre Bedeutung auf die betriebspezifische Situation anzuwenden. Ebenfalls können Sie die

Bedeutung der Integration sowie Interdependenz des HRM für Unternehmen sowie Unternehmensbereiche und eventuelle Tochtergesellschaften nachvollziehen. Die Studierenden bearbeiten eigenständig Fälle zu aktuellen Corporate Governance und Compliance-Themen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

CORPORATE GOVERNANCE AND COMPLIANCE (W4BW_409.1)

55

95

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Hansch, J.: Corporate Governance für internationale Konzerne
- Kreipl, C.: Verantwortungsvolle Unternehmensführung: Corporate Governance, Compliance Management und Corporate Social Responsibility
- Mallin, C.: Corporate Governance

Studienrichtung: (Leer)

Entrepreneurship (W4BW_411)

(Entrepreneurship)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_411	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Torsten Widmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

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 erwerben grundlegende Kenntnisse im Bereich des Unternehmertums, einschließlich der Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsideen, Businessplanung und Finanzierungsmöglichkeiten sowie der rechtlichen Rahmenbedingungen für Start-ups.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen Methoden zur Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie zur Erstellung eines Businessplans kennen und entwickeln Fähigkeiten zur Anwendung von Tools für Finanzplanung und Risikobewertung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeiten im Bereich der Teamarbeit und lernen, in unternehmerischen Projekten effektiv zu kommunizieren und zu präsentieren, um Investoren und Stakeholder zu überzeugen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln ein unternehmerisches Mindset, erkennen Chancen und Risiken von Start-ups und können innovative Ansätze zur Lösung realer geschäftlicher Herausforderungen im Tourismus, der Hotellerie und Gastronomie entwickeln und umsetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

ENTREPRENEURSHIP (W4BW_411.1)

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

Grundlagen des Unternehmertums / Fundamentals of Entrepreneurship

- Einführung in Entrepreneurship und Start-up-Kultur
- Unterschiede zwischen traditionellen Unternehmen und Start-ups
- Rechtliche Rahmenbedingungen und Gründungsformalitäten

Geschäftsideen und Businessplanung / Business Ideas and Planning

- Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen

- Erstellung eines Businessplans
- Markt- und Wettbewerbsanalyse

Finanzierung und Risikomanagement für Start-ups / Funding and Risk Management for Start-ups

- Finanzierungsarten und -möglichkeiten für Start-ups
- Risikobewertung und -management
- Erstellen von Finanzplänen und Cashflow-Projektionen

Innovationsmanagement und Wachstum / Innovation Management and Growth

- Innovationsstrategien und Wachstumsmanagement für Start-ups
- Skalierbarkeit und Nachhaltigkeit von Geschäftsideen
- Branchenspezifische Fallstudien und Best Practices

optional bzw. ergänzend: Planspiel

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Blank, S.: The Startup Owner's Manual. Pescadero
- Kim, W. C./Mauborgne, R.: Der blaue Ozean als Strategie. Wie man neue Märkte schafft wo es keine Konkurrenz gibt, München: Hanser
- Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt a. M.: Campus
- Ries, E.: The Lean Startup. Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, München: Redline Verlag
- Wöltje, J.: Finanzierung für Start-ups und junge Unternehmen. Businessplan, Preiskalkulation, Finanzierungsmöglichkeiten, Freiburg u. a.: Haufe

Studienrichtung:

Grundzüge des Handels- und Gesellschaftsrechts (W4BW_412)

()

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_412			Studiengangwahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
	Deutsch	

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
0	0	0	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

METHODENKOMPETENZ

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>GRUNDZÜGE DES HANDELS- UND GESELLSCHAFTSRECHTS (W4BW_412.1)</u>	0	0

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Studienrichtung: Versicherung

Handels- und Versicherungsrecht (W4BW_413)

(Commercial and insurance law)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_413	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Jürgen Hilp

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Heidenheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Case Study

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Seminararbeit (mit Präsentation)

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 gelehrteten 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

HADELSRECHT (W4BW_413.1)

Prinzipien und Rechtsquellen des Handelsrechts, Kaufmann, Handelsregister, Firma, Vollmachten, Hilfspersonen, Handelsvertreter (Überblick), Grundzüge bei Handelsgeschäften (z.B. Formfreiheit), Bedeutung von Handelsbräuchen, Handelskauf, Überblick Gesellschaftsformen (national/EU), Typenvermischung, Entstehung, laufender Betrieb, Geschäftsführung und Vertretung, Vermögensordnung, Überblick Kapitalaufbringung und -erhaltung, Haftung, Beendigung, Überblick Konzern

PRÄSENZZEIT

28

SELBSTSTUDIUM

56

VERSICHERUNGSRECHT (W4BW_413.2)

Abgrenzung Bürgerliches Recht/Versicherungsrecht, Versicherungsvertragsrecht: Rechtsgrundlagen (VVG, VAG, PflVG, AVB, BGB, HGB) - Beteiligte des Versicherungsvertrages (Versicherer, Versicherungsnehmer, Versicherte, Sonstige Beteiligte) - Vertragsschluss (Vertragliche Pflichten, Gesetzliche Pflichten, Obliegenheiten) - Pflichten des Versicherungsnehmers

22

44

(Hauptpflicht, Obliegenheiten: gesetzliche, vorvertragliche, vertragliche), Versicherungsaufsichtsrecht: Rechtsgrundlagen - Aufsichtsorgane - Rechtsfolgen, Versicherungsvermittlerrecht: Statusangaben - Hinweispflichten - Beratungspflicht - Schadenersatzpflicht - Versicherungsvertreter - Erfüllungshaftung - Beweislast - Versicherungsmakler - Erlaubnispflicht - Vermittlerregister.

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Beck-Gesetzestexte: BGB, HGB, Privatversicherungsrecht, jeweils 2024. Bitter, G./Heim, S.: Gesellschaftsrecht. München: Vahlen, 2024. Brox, H./Henssler, M.: Handelsrecht. München: Beck, 2020. Fischinger, P.: Handelsrecht. Heidelberg: C.F. Müller, 2023. Schim

Studienrichtung: (Leer)

Innovationsmanagement (W4BW_414)

(Innovation Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_414	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Lothar Weinland

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Übung, Projekt, Laborübung, Planspiel/Simulation	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 erwerben fundierte Kenntnisse über die Entwicklung, Implementierung und Bewertung von Innovationsstrategien. Sie lernen, Innovationsprozesse in Unternehmen zu steuern, kreative Ideen systematisch zu fördern und neue Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmodelle erfolgreich am Markt zu etablieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen den Einsatz von Methoden zur Ideengenerierung, Bewertung und Umsetzung von Innovationen. Sie beherrschen Techniken wie Design Thinking, Prototyping und Innovationscontrolling, um kreative Lösungen zu entwickeln und Innovationsprojekte zielgerichtet zu steuern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden stärken ihre Fähigkeit, in interdisziplinären Teams innovative Ideen zu entwickeln und umzusetzen. Sie lernen, kreative Prozesse zu moderieren, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren und Veränderungen im Team und Unternehmen konstruktiv zu begleiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, Innovationsstrategien ganzheitlich zu planen und in verschiedenen Unternehmensbereichen zu implementieren. Sie lernen, Innovationsprojekte unter Berücksichtigung von Markttrends und technologischen Entwicklungen zu steuern und nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu schaffen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>INNOVATION MANAGEMENT (W4BW_414.1)</u>	50	100

- Definition und Umfang von Innovation
- Arten von Innovation (Produkt, Prozess, Geschäftsmodell, inkrementell, radikal)
- Die Rolle der Innovation für den Wettbewerbsvorteil
- Theorien der Innovation (z. B. Schumpeters Theorie der schöpferischen Zerstörung, Disruptive Innovation von Christensen)
- Innovationsstrategie (Ausrichtung der Innovation auf die Unternehmensstrategie, Innovations-Roadmaps, Festlegung von Innovationszielen und -prioritäten, Strategische Planungsinstrumente für Innovation (z. B. Technologie-Roadmaps, Innovations-Audits), Marktgetriebene vs. technologiegetriebene Innovation)

- Ideenfindung und Kreativität (Individuelle Kreativität vs. organisatorische Kreativität, Techniken zur Förderung der Kreativität (z. B. Brainstorming, TRIZ, SCAMPER), Verfahren zur Erfassung, Bewertung und Auswahl von Ideen)
- Design Thinking und nutzerzentrierte Innovation (Ideenfindung, Prototyping und Testen)
- Innovationsprozesse und -modelle (Lineare vs. nicht-lineare Innovationsmodelle, Stage-Gate-Prozess, Lean-Startup-Ansatz, agile Methoden im Innovationsmanagement, Management des Lebenszyklus von Innovationen, von der Ideenfindung bis zur Kommerzialisierung, Management der Reife- und Niedergangphasen von Innovationen, Crowdsourcing und Ko-Kreation)
- Organisationsstruktur und -kultur für Innovation (Aufbau einer innovativen Organisation, Flache vs. hierarchische Strukturen, Funktionsübergreifende Teams und Zusammenarbeit, Innovationskultur, Intrapreneurship, Förderung von Innovation in großen Organisationen, Corporate Venturing und Spin-offs)
- Finanzierung der Innovation (Interne vs. externe Finanzierung (Risikokapital, privates Beteiligungskapital, staatliche Zuschüsse), Crowdfunding für Innovationsprojekte, Finanzielle Bewertung von Innovationsprojekten, Kosten-Nutzen-Analyse)
- Geistiges Eigentum und Innovation (Rechte an geistigem Eigentum; Patente, Marken, Urheberrechte; Lizenzvergabe; Technologietransfer und Open-Source-Modelle)
- Messung und Evaluierung der Innovationsleistung (KPIs für Innovation, Metriken für Innovationsinput, -prozess und -output, Innovations-Audits, Bewertung der Innovationsfähigkeit einer Organisation, Benchmarking gegenüber Industriestandards, Auswirkungen der Innovation)
- Fallstudien und praktische Anwendungen (Gruppenprojekte und Simulationen, Simulationen und Spiele zum Innovationsmanagement)

BESONDERHEITEN

Das Modul kann auch im 2. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Chesbrough, H.: Open innovation: Researching a new paradigm, Oxford: Oxford University Press
- Christensen, C. M.: The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail, Brighton: Harvard Business Review Press
- Davila, T./Epstein, M./Shelton, R.: Making innovation work: How to manage it, measure it, and profit from it, Upper Saddle River (USA): FT press
- Drucker, P.F.: Innovation and Entrepreneurship, New York: Harper Business
- Keeley, L./Walters, H.: Ten Types of Innovation the Discipline of Building Breakthroughs, Hoboken (USA): John Wiley & Sons
- Tidd, J./Bessant, J. R.: Managing innovation: integrating technological, market and organizational change, Hoboken (USA): John Wiley & Sons
- Trott, P.: Innovation management and new product development, Upper Saddle River (USA): Pearson Education

Studienrichtung:

Interdisciplinary Communication in Business (W4BW_415)

(Interdisciplinary Communication in Business)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_415	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Enrico Purle

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach - Bad Mergentheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

SPRACHE

Deutsch/Englisch/Französisch/ Spanisch Standardnoten

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

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 Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden ein vertieftes Verständnis für Problemstellungen entwickelt, die in der Zusammenarbeit mit Kolleginnen und Kollegen anderer professioneller Disziplinen und in internationalen Zusammenhängen auftreten können. Sie sind dabei in der Lage, für gegebene Themenfelder ausgewählte interdisziplinäre Sachverhalte und Zusammenhänge zu analysieren und zu bewerten. Sie sind nach Abschluss des Moduls außerdem befähigt, Zielkonflikte und Ambiguitäten interdisziplinärer Zusammenarbeit im internationalen Kontext zu identifizieren, zu analysieren und angemessene Handlungsempfehlungen zum kompetenten Umgang mit diesen zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Komplexität international-interdisziplinärer Themenstellungen mittels geeigneter Methoden erkennen, analysieren, passende Handlungsoptionen entwickeln sowie Vorgehensweisen zur Konfliktvermeidung und -lösung auch im internationalen Kontext zielgerichtet einsetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls den kritischen Umgang mit unterschiedlichen Medien und Quellen vertieft. Sie wertschätzen unterschiedliche Sichtweisen und Meinungen und nutzen diese bewusst, um Arbeitsergebnisse zu verbessern und ihre Persönlichkeit weiterzuentwickeln. Sie suchen bewusst auch in angrenzenden Fachbereichen nach unterschiedlichen Perspektiven zu einer Themenstellung, um diese möglichst umfassend zu begreifen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Kolleginnen und Kollegen bzw. Gruppenmitglieder einzubeziehen und auch bei Konflikten zu einer für alle Beteiligten tragfähigen Lösung zu kommen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden nehmen Unterschiede zwischen Kulturkreisen sowie Fachdisziplinen wahr und entwickeln ihre eigenen Kompetenzen im entsprechenden Kontext weiter. Sie verstehen, dass Werte, Normen und ethische Grundsätze sowie deren operative Umsetzung in Verhaltensweisen oder Nachhaltigkeitsinitiativen eine notwendige Basis für jedes wirtschaftliche Handeln sind. Sie erkennen, dass interdisziplinäre Zusammenhänge perspektivisch von hoher Relevanz sind.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

INTERDISCIPLINARY COMMUNICATION IN BUSINESS (W4BW_415.1)

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

Fachliche Grundlagen interdisziplinärer Arbeit im internationalen Rahmen, exemplarisches Themenspektrum: Führung interdisziplinärer Teams mit internationaler Zusammensetzung, Moderation, Nachhaltigkeit, Informationstechnologie, Ingenieurwissenschaft und Technikwissenschaften im internationalen Kontext, Wirtschaftspsychologie

Interdisziplinäres Projekt zur Anwendung, Aufbereitung und Kommunikation der etablierten funktions- bzw. branchenspezifischen Fach- und Sprachkenntnisse im internationalen Kontext

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Arthur, W.B.: Complexity and the Economy, Oxford: Oxford University Press
- Bowe, H.J./Martin, K./Manns, H.: Communication Across Cultures: Mutual Understanding in a Global World, Cambridge: Cambridge University Press
- Ernst, R./Amm, U.: Wörterbuch der industriellen Technik, Wiesbaden: Brandstätter
- Mor Barak, M.E.: Managing Diversity - Toward a Globally Inclusive Workplace, London: Sage Publications
- Redlich, T./Moritz, M./Wulfsberger, J.P. (Hrsg.): Interdisziplinäre Perspektiven zur Zukunft der Wertschöpfung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Schein, E.H.: Organizational Culture and Leadership, San Francisco: Jossey-Bass

Studienrichtung:

Interkulturelles Management (W4BW_416)

(Intercultural Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_416	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Jan Specht

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study, Rollenspiel

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

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 verfügen über umfassende Kenntnisse der Modelle und Theorien des Interkulturellen Managements und können diese in Bezug zur Branche setzen. Sie verstehen die unterschiedlichen kulturtheoretischen Ansätze, Kommunikations- und Verhandlungsstile und können deren adäquate Anwendbarkeit in der beruflichen Praxis einschätzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, Instrumente, Methoden und Forschungsansätze im Hinblick auf ihre Anwendbarkeit für die Bearbeitung interkultureller Fragestellungen sowohl im theoretischen als auch beruflichen und branchenbezogenen Kontext zu bewerten, selbständig anzuwenden und ihre Auswirkungen zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ihre eigenkulturelle Prägung und die der Interaktanten zu reflektieren und zu relativieren. Sie können in interdisziplinären und interkulturellen Teams und Situationen sowie mit Kunden angemessen kommunizieren, konstruktives Feedback einbringen und gemeinsam Lösungen entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit und Bereitschaft, ihre persönlichen interkulturellen Kompetenzen und deren Anwendbarkeit im beruflichen Kontext kritisch zu reflektieren. Ferner haben sie Ansätze für die Weiterentwicklung der eigenen interkulturellen Kompetenzen erarbeitet, um in einer globalisierten Arbeitswelt handlungsfähig zu sein und zu bleiben.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

INTERKULTURELLES MANAGEMENT (W4BW_416.1)

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

- Interkulturalität in ausgewählten betrieblichen Handlungsfeldern (z. B. Projektmanagement, Marketing und Personalmanagement)

- Kultur und Kunden im globalen Markt

- Nationale versus soziale Kulturen

- Von interdisziplinär zu interkulturell

- Umgang mit Mitarbeitern und Kunden aus unterschiedlichen Kulturkreisen

- Interkulturelle Herausforderungen in der Branche

BESONDERHEITEN

Es findet eine Exkursion statt.

Die im Rahmen des Moduls erworbenen Kompetenzen werden als Beitrag zur Erlangung des Interkulturellen Zertifikats der DHBW angerechnet.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Abramson, N. R./Moran, R. T.: Managing Cultural Differences – Global Leadership for the 21st Century, London/New York: Routledge
- Akkari, A./Radhouane, M.: Intercultural Approaches to Education – From Theory to Practice, Cham: Springer
- Brownsays, M.-J./Price, R.: Understanding Cross-Cultural Management, Harlow: Pearson
- Haller, P. M./Naegele, U./Berger, S.: Bridging Cultural Barriers – How to Overcome Preconceptions in Cross-Cultural Relationships, Cham: Springer 2019
- Moran, R. T./Abramson, N. R./Chan, A./Sabongui, M.-M.: Managing Cul-tural Differences – Global Leadership Skills and Knowledge for the 21st Century, London/New York: Routledge
- Rothlauf, J.: A Global View on Intercultural Management – Challenges in a Globalized World, Berlin: De Gruyter Oldenbourg

Studienrichtung:

International Services Management (W4BW_417)

()

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER

W4BW_417

VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF

MODULDAUER (SEMESTER)

MODULART

Studiengangwahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

METHODENKOMPETENZ

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

INTERNATIONAL SERVICES MANAGEMENT (W4BW_417.1)

PRÄSENZZEIT

0

SELBSTSTUDIUM

0

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Studienrichtung:

International Project and Process Management (W4BW_418)

(International Project and Process Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_418	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Eva Maria Boder

Prof. Dr. Enrico Purle

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach - Bad Mergentheim

Mosbach - Bad Mergentheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

SPRACHE

Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

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 die Grundlagen des internationalen Projekt- und Prozessmanagements, einschließlich der Planung, Steuerung und Überwachung von Projekten sowie der Analyse, Modellierung, Optimierung und Kontrolle von Prozessen in einem globalen Umfeld. Sie sind in der Lage, länderspezifische Herausforderungen und interkulturelle Unterschiede in Projekten sowie die Notwendigkeit von globalen und lokalisierten Prozessen zu identifizieren und zu berücksichtigen. Sie können im internationalen Kontext passende Standards und Konzepte im Projekt- und Prozessmanagement situationsabhängig auswählen und anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können theoretische Ansätze und Methoden zur Lösung ausgewählter Projekt- und Prozessfragestellungen im Rahmen konkreter betrieblicher Themenstellungen anwenden. Sie können internationale Projekte mittels adäquater Projektmanagementwerkzeuge und -techniken systematisch planen, leiten und kontrollieren. Sie können international standardisierte und regional lokalisierte Prozesse mithilfe anerkannter Methoden analysieren, modellieren, optimieren und kontrollieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse über Interaktion, Kommunikation, Motivation und Moderation in der internationalen Teamarbeit. Sie befassen sich mit den Herausforderungen des Führens eines Projektteams auf gleicher (oder sogar niedrigerer) Hierarchieebene und ohne direkte Weisungsbefugnis. Sie reflektieren die eigene Rolle in der Gruppe und stärken ihr Einfühlungs-, Kommunikations-, Argumentations- und Diskussionsvermögen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, komplexe internationale Projekte zu planen, umzusetzen und zu evaluieren, indem sie ihr erlerntes Wissen in realen und simulierten Situationen anwenden. Sie entwickeln die Fähigkeit, internationale Projekte strategisch zu denken und zu leiten, unter Berücksichtigung von Marktanforderungen, kulturellen Aspekten und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Die Studierenden fördern eine proaktive Herangehensweise zur Lösung von Problemen und zur Entscheidungsfindung in dynamischen und oft unvorhersehbaren internationalen Projektkontexten. Sie erkennen das Spannungsfeld zwischen global standardisierten und lokal adaptierten Prozessen in international agierenden Unternehmen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

INTERNATIONALES PROJEKT- UND PROZESSMANAGEMENT (W4BW_418.1)

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

Grundlagen des internationalen Projekt- und Prozessmanagements, Internationale Standards und Werkzeuge des Projekt- und Prozessmanagements, Projektplanung, -steuerung und -überwachung, Rollen innerhalb eines internationalen Projektteams sowie Führung und Kommunikation, Herausforderungen des Führens einer Gruppe auf gleicher oder niedrigerer

Hierarchieebene und Lösungsansätze hierzu, Prozessanalyse, Prozessmodellierung, Prozessoptimierung und Prozessüberwachung, Durchführung von Beispielprojekten mit Projektmanagement- und / oder Prozessmanagementtools

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Croft, C.: Project Management QuickStart Guide: The Simplified Beginner's Guide to Precise Planning, Strategic Resource Management, and Delivering World Class Results
- Gadatsch, A.: Business Process Management, Wiesbaden: Springer
- George, M. et al: The Lean Six Sigma Pocket Toolbook: A Quick Reference Guide to 100 Tools for Improving Quality and Speed, New York City: McGraw-Hill
- Goldratt, E./Cox, J.: The Goal: A Process of Ongoing Improvement, Great Barrington: North River Press
- Lunau, S. et al.: Six Sigma+Lean Toolset: Mindset for Successful Implementation of Improvement Projects, Heidelberg: Springer
- Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide), Newtown Square PA: Project Management Institute
- Turner, J.R.: The Handbook of Project-Based Management: Leading Strategic Change in Organizations. New York City: McGraw-Hill
- Weske, M.: Business Process Management, Wiesbaden: Springer

Studienrichtung: (Leer)

IT-Management und Enterprise Architecture Management (W4BW_419)

(IT-Management and Enterprise Architecture Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_419	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Martin Mikusz
 Prof. Dr. Markus Schief

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart
 Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, 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)

55

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

95

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die zentralen Inhalte des strategischen und operativen IT-Managements und können Aufgabenfelder und Instrumente differenziert voneinander abgrenzen. Darüber hinaus können sie die wesentlichen Methoden zum Management von IT-Systemen und zur Bereitstellung von IT-Services benennen sowie problembezogen erläutern und anwenden.

Die Studierenden sind in der Lage, Hauptbereiche einer Unternehmensarchitektur (Enterprise Architecture) zu verstehen und zu diskutieren. Auf Grundlage ihrer Kenntnisse der Handlungsfelder sowie der technischen, organisatorischen und betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge des Enterprise Architecture Managements sind sie in der Lage, Unternehmensarchitekturen auch aus unternehmensstrategischer Perspektive einzuordnen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, relevante Informationen über die IT und die Geschäftsprozesse im Unternehmen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter Berücksichtigung von Erkenntnissen aus dem IT-Management und dem Enterprise Architecture Management zu modellieren. Sie können sich in diesem Zusammenhang in aktuelle Werkzeuge und Frameworks des IT- und Enterprise Architecture Managements einarbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen es, in Zusammenarbeit mit Anwendern und IT-Spezialisten in den Fachabteilungen bei der Bewertung von Themen des IT- und des Enterprise Architecture Managements auch gesellschaftliche und ethische Rahmenbedingungen problemspezifisch zu berücksichtigen, z.B. in Gestalt von Compliance-Anforderungen in Unternehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, für das Modellieren, Managen und Optimieren der Daten-, IT- und Prozesslandschaft im Unternehmen geeignete Methoden zu identifizieren und auszuwählen. Ihnen ist die Notwendigkeit eines Enterprise Architecture Management als Basis für die Entwicklung insbesondere digitaler Geschäftsmodelle klar.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

IT-MANAGEMENT UND ENTERPRISE ARCHITECTURE MANAGEMENT (W4BW_419.1)

IT-Management:

- IT-Management: Einordnung, Grundlagen, Überblick über die Handlungsfelder

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

- Funktionale Handlungsfelder des IT-Managements: IT-Controlling, IT-Compliance, IT-Security und Business Continuity, Risk- und Compliance-Management, IT-Servicemanagement (ITIL), IT-Qualitätsmanagement
- IT-Organisation, IT-Governance

Enterprise Architecture Management:

- Hauptbereiche der Unternehmensarchitektur (Enterprise Architecture), Handlungsfelder des Enterprise Architecture Managements (EAM)
- Geschäftsmodelltransformation, Business IT-Alignment
- Strategische Planung und Entwicklung der Unternehmens-IT-Landschaft
- Wesen der Integrierten Informationsverarbeitung – Enterprise Application Integration (EAI)
- IT-Sourcing
- EAM Frameworks – z.B. TOGAF
- EAM-Tools/Werkzeuge – z.B. LeanIX

BESONDERHEITEN

Weiterer Modulbeauftragter: Prof. Dr. Uwe Schmid, DHBW Stuttgart.

Dieses Modul kann sowohl im 2. (Semester 4) als auch im 3. Studienjahr (Semester 5) angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in den Themenfeldern IT-Systeme und IT-Management

LITERATUR

- Beims, M./Ziegenbein, M.: IT-Service-Management in der Praxis mit ITIL®, München: Hanser
- Hanschke, I.: Strategisches Management der IT-Landschaft – Ein praktischer Leitfaden für das Enterprise Architecture Management, München: Hanser
- Keller, W.: IT-Unternehmensarchitektur: Von der Geschäftsstrategie zur optimalen IT-Unterstützung, Heidelberg: dpunkt
- Krcmar, H.: Informationsmanagement, Berlin und Heidelberg: Springer Gabler
- Mangiapane, M./Büchler, R.: Modernes IT-Management: Methodische Kombination von IT-Strategie und IT-Reifegradmodell, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Resch, O.: Einführung in das IT-Management: Grundlagen, Umsetzung, Best Practice, Berlin: Erich Schmidt
- Schweda, Chr.: Unternehmensweites Informationsmanagement: Die Rolle der Enterprise Architecture, Berlin und Heidelberg: Springer Gabler
- Tiemeyer, E. (Hrsg.): Handbuch IT-Management. Konzepte, Methoden, Lösungen und Arbeitshilfen für die Praxis, München: Hanser
- Tiemeyer, E. (Hrsg.): Handbuch IT-Systemmanagement: Handlungsfelder, Prozesse, Managementinstrumente, Good-Practices, München: Hanser
- Urbach, N./Ahlemann, F.: IT Management in the Digital Age: A Roadmap for the IT Department of the Future, Cham: Springer

Eine bewertete Übersicht zu themenbezogenen, qualifizierten akademischen Journals und Konferenzbänden findet sich im VHB-Rating für Publikationsmedien, Teilrating Wirtschaftsinformatik, des Verbandes der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.

Studienrichtung: (Leer)

IT-Sicherheit und IT-Recht (W4BW_420)

(IT-Security and IT-Law)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_420	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Uwe Schmid

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, 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)

55

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

95

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Sicherheitsmodelle und Kryptographie, Verschlüsselungstechniken und IT-Security-Management. Sie kennen und verstehen die für IT-Fragen relevanten Rechtsnormen, insb. aus den Bereichen Internetrecht, Wettbewerbsrecht, Rechtsschutz und Immaterialgüterrecht sowie Vertragsrecht. Die Studierenden sind mit den aus Prozessen der Digitalen Transformation resultierenden Anforderungen und Risiken in Bezug auf IT-Sicherheit und IT-Recht vertraut und können deren betriebswirtschaftliche Relevanz beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die behandelten technischen und organisatorischen Methoden bzw. Aspekte von IT-Sicherheit sowie IT-Recht und können diese im betrieblichen und persönlichen Kontext korrekt einschätzen sowie geeignete Schutzmaßnahmen bewerten und begründet auswählen. Ferner können sie Wirkungen von Sicherheitsrisiken für Unternehmen abschätzen und ihrer Bedeutung gemäß klassifizieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für sicherheitstechnische und rechtliche Risiken bei der Gestaltung von digitalen Geschäftsmodellen und -prozessen, z.B. in Bezug auf den Schutz unternehmensinterner und personenbezogener Daten oder Cyber-Kriminalität. Die Studierenden verstehen die ethischen, politischen und rechtlichen Aspekte von IT-Sicherheit und IT-Recht sowie ihre Auswirkungen auf Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und die Gesellschaft.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der IT-Sicherheit im Rahmen der Unternehmensstrategie und können aktuelle Fragen in einen betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen. Die Studierenden verfügen zudem über die Fähigkeit, mögliche rechtliche Problemfelder, die bei Prozessen der digitalen Transformation entstehen können, frühzeitig zu erkennen und kritisch zu reflektieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

IT-SICHERHEIT UND IT-RECHT (W4BW_420.1)

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

IT-Sicherheit:

- Grundbegriffe der IT-Sicherheit: Schutzziele, Bedrohungsszenarien
- Schwachstellen und Gegenmaßnahmen (z.B. in Bezug auf Betriebssysteme, Web-basierte Anwendungen, Schadsoftware, Anwender (Social Engineering etc.))

- Grundlegende kryptographische Verfahren: Authentifizierung; digitale Signaturen und Zertifikate; Sicherheitsprotokolle und -standards
- IT-Security-Management
- Überblick über rechtliche und betriebswirtschaftliche Aspekte der IT-Sicherheit, insb. im Hinblick auf Business Continuity

IT-Recht:

- Vertragsrecht der Informationstechnologien: Besonderheiten bei Hard-/Software (z.B.aaS-Ausgestaltung), Einsatz von AGBs
- Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs
- Immaterialgüterrecht, insb. Schutz digitaler Werke
- Datenschutz, insb. Zulässigkeit und Sicherheit des Umgangs mit personenbezogenen Daten, Rechte der Betroffenen
- Recht der Kommunikationsnetze, insb. Recht der Telekommunikation
- Wettbewerbsrecht: Wettbewerbsbeschränkungen, unlauterer Wettbewerb
- Internationale Bezüge, insb. EU-Verordnungen (z.B. Digital Markets Act, Artificial Intelligence Act)

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. (Semester 4) als auch im 3. Studienjahr (Semester 5) angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in den Themenfeldern IT-Systeme und IT-Anwendungen

LITERATUR

- Eckert, C.: IT-Sicherheit: Konzepte – Verfahren – Protokolle, Berlin und Boston: De Gruyter Oldenbourg
- Erben, M./Wolf, G. H.: Gestaltung und Management von IT-Verträgen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kappes, M.: Netzwerk- und Datensicherheit, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Kersten, H./Klett, G./Reuter, J./Schröder, K.-W.: IT-Sicherheitsmanagement nach der neuen ISO 27001: ISMS, Risiken, Kennziffern, Controls, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Laue, P.: Datenschutzrecht in der betrieblichen Praxis, Baden-Baden: Nomos
- Leupold, A./Wiebe, A./Glossner, S.: IT-Recht – Recht, Wirtschaft und Technik der digitalen Transformation, München: C.H. Beck
- Redeker, H.: IT-Recht, München: C.H. Beck
- Schmidt, K.: IT Security managen, München: Hanser
- Sharp, R.: Introduction to cybersecurity: a multidisciplinary challenge, Cham: Springer
- Tinnefeld, M.-T./Buchner, B./Petri, T./Hansen, M.: Einführung in das Datenschutzrecht: Datenschutz und Informationsfreiheit in europäischer Sicht, Berlin: De Gruyter Oldenbourg

Eine bewertete Übersicht zu themenbezogenen, qualifizierten akademischen Journals und Konferenzbänden findet sich im VHB-Rating für Publikationsmedien, Teilrating Wirtschaftsinformatik, des Verbandes der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.

Für Lehreinheiten und Inhalte zu ‚IT-Sicherheit‘ siehe insb. Computers & Security (ISSN: 0167-4048), zu ‚IT-Recht‘ insb. ZdiW – Zeitschrift für das Recht der digitalen Wirtschaft (ISSN: 2702-4040).

Studienrichtung: (Leer)

KI und Recht (W4BW_421)

(AI and Law)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_421	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Markus Schwarzer

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio
 Projektbericht (mit Präsentation)

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung die Zusammenhänge zwischen der Anwendung von Künstlicher Intelligenz (KI) und den entsprechenden rechtlichen Problemen im Berufsleben, aber auch vor dem Hintergrund des wissenschaftlichen Arbeitens erkennen und praktisch anwenden. Hierfür bekommen sie die wesentlichen Grundlagen des Urheberrechts, des Datenschutzes und des Arbeitsrechts speziell im Hinblick auf die Anwendung von KI beim wissenschaftlichen Arbeiten vermittelt. Weiterhin werden die wesentlichen Anwendungsfelder einer KI im Unternehmensalltag aufgezeigt und entsprechend rechtlich bewertet.

So sind die Studierenden in der Lage, KI-Anwendungen im Bezug auf das wissenschaftliche Arbeiten, aber auch hinsichtlich der Nutzung im Unternehmen zu bewerten und gegebenenfalls kritisch zu hinterfragen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die Methoden einer Künstlichen Intelligenz und die entsprechenden Instrumente zur Einordnung und Klärung rechtlicher Fragestellungen im Zusammenhang mit der Anwendung von KI. Hintergrund sind hier zum einen das wissenschaftliche Arbeiten, zum anderen aber auch betriebliche Anwendungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz, KI gesellschaftlich, ethisch und rechtlich kritisch zu reflektieren. Sie haben ein Verständnis entwickelt, wie KI den Berufsalltag beeinflusst und das wissenschaftliche Arbeiten verändert. Zudem können sie die Anwendungen einer Künstlichen Intelligenz kritisch hinterfragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Rechtsprobleme im Zusammenhang mit der Anwendung einer KI frühzeitig zu erkennen und sowohl im Rahmen der betrieblichen Praxis als auch beim wissenschaftlichen Arbeiten zu berücksichtigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

KI und rechtliche Aspekte des wissenschaftlichen Arbeitens:

- Urheberrecht: Urheberrechtlicher Schutzgegenstand, Werk i.S.d. Urheberrechts, persönliche geistige Schöpfung, Eingriffshandlungen, Vervielfältigungsrecht, Recht der öffentlichen Zugänglichmachung, Schranken des Urheberrechts, Zitatrecht.
- Datenschutz hinsichtlich personenbezogener Daten: Grundsätze des Datenschutzes, Verbot mit Erlaubnisvorbehalt, Grundsatz der Transparenz, Zweckbindungsgrundsatz, Grundsatz der Datenminimierung.
- Arbeitsrecht hinsichtlich unternehmensbezogener Daten: Arbeitsvertragliche Treuepflicht, Vertraulichkeitsvereinbarungen, Schadensersatz, Abmahnung, Kündigung.

KI und rechtliche Aspekte im Unternehmensalltag:

- KI und Werbung: z.B. Erstellung von Werbetexten, Bildern und Videos.
- KI und Vertrieb: z.B. Kundensegmentierung, Identifizierung von Verkaufschancen, Stärkung der Kundenbindung durch personalisierte Empfehlungen.
- KI und Kundenservice: z.B. Optimierung der Kundenbetreuung durch Chatbots, Analyse von Kundenfeedback.
- KI und Rechtsabteilung: z.B. Erstellung von Verträgen.
- KI und Personalabteilung: z.B. Auswahl von Bewerbenden, Entwicklung von Mitarbeitenden, Leistungsbewertung.
- KI und Softwareentwicklung: z.B. Konzeption des Softwareentwicklungsprozesses, Korrektes Zitieren von Softwarequellen, Lizenzfragen.

Das Modul KI und Recht eignet sich für den Einsatz von digitalen Medien, insbesondere für den Einsatz von verschiedenen KI-Anwendungen.

VORAUSSETZUNGEN

Keine

LITERATUR

- Bucher, U./Holzweißig, K./Schwarzer, M.: Künstliche Intelligenz und wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen
- Mühleis, N./Akinci, N.: Rechtsleitfaden KI im Unternehmen, Bonn: Rheinwerk
- Redeker, H.: IT-Recht, München: Beck
- Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen
- Ulbricht, C./Brajovic, D./Duhme, T.: Praxishandbuch KI und Recht, Freiburg: Haufe
- Wagner, E./Holm-Hadulla, M./Ruttloff, M.: Metaverse und Recht, München: Beck, Vahlen

Studienrichtung: (Leer)

Kontext der digitalen Wirtschaft – VWL, Recht, Ethik (W4BW_422)

(Context of Digital Business – Economics, Law, Ethics)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_422	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Martin Mikusz

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart

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)

55

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

95

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die für IT-Fragen relevanten Rechtsnormen, insb. aus den Bereichen Internetrecht, Wettbewerbsrecht, Rechtsschutz, Immaterialgüterrecht, Vertragsrecht. Sie können deren betriebswirtschaftliche Relevanz beurteilen.

Die Studierenden kennen und verstehen die grundlegenden volkswirtschaftlichen Effekte sowie die zentralen gesellschaftlichen und sozialen Auswirkungen der Digitalisierung. Sie können deren betriebswirtschaftliche und ethische Relevanz beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die behandelten Aspekte des IT-Rechts und können diese im betrieblichen und persönlichen Kontext korrekt einschätzen. Sie können stets aktuelle Entwicklungen und Handlungsbedarfe der Digitalisierung aus der Perspektive der VWL und der Ethik identifizieren und deren Konsequenzen aus betriebswirtschaftlicher Sicht reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für rechtliche und ethische Risiken bei der Gestaltung von digitalen Geschäftsmodellen und -prozessen, z.B. in Bezug auf den Schutz unternehmensinterner und personenbezogener Daten und auf die digitale Exklusion. Die Studierenden können die volkswirtschaftlichen Aspekte der Digitalisierung hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die Gesellschaft kritisch hinterfragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, mögliche rechtliche und ethische Problemfelder, die bei Prozessen der digitalen Transformation entstehen können, frühzeitig zu erkennen und kritisch zu reflektieren. Ihre Kenntnisse der volkswirtschaftlichen Effekte der Digitalisierung können die Studierenden bei ihrem betrieblichen Handeln mitberücksichtigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

KONTEXT DER DIGITALEN WIRTSCHAFT – VWL, RECHT, ETHIK (W4BW_422.1)

Kontext der digitalen Wirtschaft – VWL:

- Diginomics – Auswirkungen der Digitalisierung auf Innovation, Produktivität, Wirtschaftswachstum, Arbeitsmarkt, internationale Arbeitsteilung, Industriepolitik, volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Fiskalpolitik

- Einfluss digitaler Technologien und Geschäftsmodelle auf Marktstrukturen, Marktverhalten und Marktergebnisse

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

- Ökonomische Funktionsweise digitaler Märkte und Plattformen
- Anwendung der neuen Institutionenökonomik auf die Digitale Wirtschaft (Prinzipal-Agent-Theorie, Transaktionskostenökonomik, Theorie der Verfügungsrechte)

Kontext der digitalen Wirtschaft – Recht:

- Vertragsrecht der Informationstechnologien: Besonderheiten bei Hard-/Software (z.B.aaS-Ausgestaltung), Einsatz von AGBs
- Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs
- Immaterialgüterrecht, insb. Schutz digitaler Werke
- Datenschutz, insb. Zulässigkeit und Sicherheit des Umgangs mit personenbezogenen Daten, Rechte der Betroffenen
- Recht der Kommunikationsnetze, insb. Recht der Telekommunikation
- Wettbewerbsrecht: Wettbewerbsbeschränkungen, unlauterer Wettbewerb
- Internationale Bezüge, insb. EU-Verordnungen (z.B. Digital Markets Act, Artificial Intelligence Act)

Kontext der digitalen Wirtschaft – Ethik:

- Digitale Ethik: KI-Ethik, Medienethik, Datenethik, ethische Aspekte im E-Business
- Corporate Digital Responsibility
- “The Dark Side of IT”

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. (Semester 4) als auch im 3. Studienjahr (Semester 5) angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in den Themenfeldern BWL, VWL und Informationstechnologien

LITERATUR

- Clement, R./Schreiber, D./Bossauer, P./Pakusch, C.: Internet-Ökonomie – Grundlagen und Fallbeispiele der digitalen und vernetzten Wirtschaft, Wiesbaden: Springer Gabler
- Dörr, S.: Praxisleitfaden Corporate Digital Responsibility – Unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeitsmanagement im Digitalzeitalter, Wiesbaden: Springer Gabler
- Fenner, D.: Digitale Ethik, Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag
- Grimm, P./Trost, K.E./Zöllner, O. (Hrsg.): Digitale Ethik, Baden-Baden: Nomos
- Jäggi, C.: Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft – Ökonomische, soziale und ökologische Auswirkungen, Fragen und Perspektiven, Wiesbaden: Springer Gabler
- Leupold, A./Wiebe, A./Glossner, S.: IT-Recht – Recht, Wirtschaft und Technik der digitalen Transformation, München: C.H. Beck
- Petersen, T.: Diginomics verstehen – Ökonomie im Licht der Digitalisierung, München: UVK Verlag
- Redeker, H.: IT-Recht, München: C.H. Beck
- Shapiro, C./Varian, H.R.: Information Rules, Boston: Harvard Business School Press
- Tinnefeld, M.-T./Buchner, B./Petri, T./Hansen, M.: Einführung in das Datenschutzrecht: Datenschutz und Informationsfreiheit in europäischer Sicht, Berlin: De Gruyter Oldenbourg

Eine bewertete Übersicht zu themenbezogenen, qualifizierten akademischen Journals und Konferenzbänden findet sich im VHB-Rating für Publikationsmedien, Teilrating Wirtschaftsinformatik, des Verbandes der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.

Für Lehrinhalte und Inhalte zu ‚Kontext der digitalen Wirtschaft – Recht‘ siehe zudem: ZdiW – Zeitschrift für das Recht der digitalen Wirtschaft, ISSN: 2702-4040.

Studienrichtung: (Leer)

Kreativitätstechniken (W4BW_423)

(Creativity Techniques)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_423	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Michael Froböse

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Heidenheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Übung, Case Study	Deutsch	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	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können kreative Prozesse verstehen und analysieren. Außerdem wissen Sie, welche Rahmenbedingungen für kreative Problemlösungsprozesse förderlich sind, und sie kennen die Funktionsweise sowie die Einsatzmöglichkeiten eines breiten Spektrums von Kreativitätstechniken.

METHODENKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an dem Modul verfügen die Studierenden über die Fähigkeit, verschiedene Kreativitätstechniken gezielt einzusetzen und kreatives Denken in ihren Berufsalltag zu integrieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Teilnahme an dem Modul fördert die kreative Denkleistung und die Innovationsfähigkeit der Studierenden. Da viele Kreativitätstechniken auf einer Ideengenerierung in Gruppen basieren, wird zudem die Teamfähigkeit gestärkt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Innovationsprozesse (mit-)gestalten – und sie werden in die Lage versetzt, auch bei komplexen Problemen neuartige, unkonventionelle Lösungsansätze zu finden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
KREATIVITÄTSSTECHNIKEN (W4BW_423.1)	55	95

Begriff und Einflussfaktoren der Kreativität – theoretische und konzeptionelle Verankerung, Zielsetzung und Nutzen von Kreativitätstechniken – Gestaltung kreativitätsfördernder Rahmenbedingungen im Unternehmen – Möglichkeiten zur Überwindung von Kreativitätsblockaden – Ansätze zur Einteilung von Kreativitätstechniken – Kennzeichnung, Ablauf, Regeln, Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Risiken verschiedener Kreativitätstechniken, z.B. Brainstorming, Brainwriting, Mindmapping, Osborn-Checkliste, Morphologische Matrix, Dreamteam/kreativ Arbeiten im Meeting, Visuelle Synektik, SCAMPER, Collaborative Sketching, Reframing-Matrix, Design-Thinking, Walt Disney-Methode, Bisoziation, Synektik, Denkhüte und Denktühle, Reizwort-Analyse, Mentale Provokation, Progressive Abstraktion

praktische Übungen zur Anwendung ausgewählter Kreativitätstechniken

Einsatzgebiete von Kreativitätstechniken mit konkreter Bezugnahme auf realtypische Problemstellungen in der Marketing-Praxis, z.B. Werbetexten als spezielles Anwendungsfeld von Kreativitätstechniken in der Marketing-Kommunikation, Kreativität in der Produktentwicklung

Nutzung digitaler Tools und künstlicher Intelligenz im Rahmen kreativer Prozesse

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Backerra, H./Malorny, C./Schwarz, W.: Kreativitätstechniken, München: Carl Hanser
- Boysen, W.: Grenzgänge im Management - Quellen für neue Lösungsansätze, Wiesbaden: Springer Gabler
- Brem, A./Brem, S.: Die Kreativ-Toolbox für Unternehmen: Ideen generieren und innovatives Denken fördern, Stuttgart: Schaeffer Poeschel
- De Villiers, R. (Hrsg.): The Handbook of Creativity & Innovation in Business, Singapore: Springer Nature
- Endriss, L.: Fahrplan für den Flow: Kreative Blockaden analysieren und mit Coaching auflösen, Wiesbaden: Springer Nature
- Eppler, M.J./Hoffmann, F./Pfister, R.A.: Creability: Gemeinsam kreativ - innovative Methoden für die Ideenentwicklung in Teams, Stuttgart: Schaeffer Poeschel
- Freitag, E.: Kreativitätstechniken, Tübingen: expert verlag
- Hentschel, C./Mühlemeyer, P./Thom, N.: Grundwissen Ideenmanagement, München: UVK
- Nöllke, M.: Kreativitätstechniken, Freiburg: Haufe-Lexware

Studienrichtung: (Leer)

Management Case Study (W4BW_424)

(Management Case Study)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_424	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Lothar Weinland
 Prof. Dr. Emanuel Bayer

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mannheim
 Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

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 erwerben fundierte Kenntnisse in der Analyse und Lösung realer Managementprobleme. Sie lernen, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen zu verstehen, strategische Entscheidungen zu treffen und praxisnahe Lösungsansätze für Unternehmen zu entwickeln und zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen den Einsatz von Analysemethoden und Entscheidungsmodellen zur Lösung komplexer Managementprobleme. Sie beherrschen Techniken zur Fallstudienanalyse, strategischen Planung und Entwicklung von Handlungsempfehlungen, um praxisnahe Managemententscheidungen fundiert zu treffen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden stärken ihre Team- und Kommunikationsfähigkeiten, indem sie in Gruppen komplexe Managementfälle bearbeiten. Sie lernen, gemeinsam fundierte Entscheidungen zu treffen, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren und ihre Ergebnisse überzeugend zu präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, praxisnahe Managementprobleme ganzheitlich zu analysieren und nachhaltige Lösungen zu erarbeiten. Sie lernen, strategische Entscheidungen zu treffen, diese unter realen Bedingungen umzusetzen und ihre Auswirkungen auf das Unternehmen zu bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

MANAGEMENT CASE STUDY (W4BW_424.1)

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

Die Studierenden bearbeiten Fallstudien zu verschiedenen Problemstellungen und Managementtherausforderungen. Hierbei beschäftigen Sie sich beispielsweise mit folgenden Inhalten:

- Bedeutung und Zweck von Fallstudien in der Managementausbildung
- Methoden der Fallstudienanalyse
- Anwendung strategischer Analysewerkzeuge
- Organisatorische Kultur und Veränderungsmanagement
- Konflikt- und Motivationsmanagement
- Finanzmanagement und Entscheidungsfindung

- Entwicklung und Implementierung von Marketingstrategien
- Markenmanagement und Kundensegmentierung
- Disruptive Innovationen und Technologietransfer
- Interkulturelles Management und globale Teams
- Analyse von CSR-Initiativen und deren Auswirkungen auf das Unternehmen
- Fallstudien zu ethischen Dilemmata im Management
- Analyse von Projektrisiken und Erfolgsfaktoren

Als Grundlage können Fallstudien von Harvard Business School Case Studies oder Ivey Publishing Case Studies herangezogen werden.

BESONDERHEITEN

Das Modul kann auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Grant, R. M.: Contemporary strategy analysis: Text and cases edition, Hoboken (USA): John Wiley & Sons
- Whittington, R./Regnér, P./Angwin, D.: Exploring strategy: Text and cases, London: Pearson
- Yin, R. K.: Case study research: Design and methods, Los Angeles: Sage

Weitere Literatur wird in Abhängigkeit der gewählten Case Studys zur Verfügung gestellt.

Studienrichtung: (Leer)

Marketing Performance (W4BW_425)

(Marketing Performance)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_425	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Lothar Weinland

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Laborübung, 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

Die Studierenden lernen qualitative und quantitative Ansätze zur Messung und Steuerung des finanziellen Erfolgsbeitrages von Marketingaktivitäten kennen. Sie erkennen, warum Marketingstrategien und -maßnahmen entsprechend ihres ökonomischen Erfolgsbeitrags beurteilt werden müssen. Sie begreifen Marketingplanung, -information und -kontrolle als Gegenstandsbereiche der Marketing Performance. Sie verstehen, wie in diesem Kontext Instrumente des strategischen und operativen Marketingcontrollings eingesetzt werden können. Die Studierenden lernen das Konzept der Marketing Performance Chain als Bezugsrahmen kennen und verstehen, wie strategische und operative Marketingentscheidungen Einfluss auf Kunden und Marken, auf die Unternehmensposition im Markt, auf finanzielle Größen (Kunden- und Markenwert) und letztendlich auf den Unternehmenswert (Shareholder Value) ausüben, die sich dann in einer entsprechenden Bewertung des Unternehmens auf dem Finanzmarkt niederschlagen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage zentrale Instrumente und Tools der Performancemessung anzuwenden. Sie verstehen ihre jeweiligen Vor- und Nachteile und können dadurch die Nützlichkeit im spezifischen betrieblichen Kontext beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden hinterfragen die Anwendbarkeit und die Ergebnisse der Instrumente des strategischen und operativen Marketingcontrollings kritisch. Ebenso betrachten sie sowohl die Wertorientierung als auch die Implementation der verschiedenen Instrumente aus ethischer Perspektive.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach der Teilnahme an dem Modul fähig, ihr Wissen und ihre Methodenkompetenz in die Entwicklung konkreter Performance Management Konzepte und Performance Measurement Methoden praktisch umzusetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
PERFORMANCE MANAGEMENT UND MEASUREMENT (W4BW_425.1)	55	95

Kennzahlen und Kennzahlensysteme – Konzeptionen des Controlling, Marketing Performance Chain – Marketing Performance und Intuition – Ausgewählte Instrumente der Kosten-, Erlös- und Investitionsrechnung – Benchmarking – Shareholder-Value-Ansatz – Bewertungsansätze,

z.B. Marken- und Kundenbewertung – Balanced Scorecard – Marketing Performance und Ethik – Performance-Messung und -Monitoring im Online-Marketing, insb. Controlling-Ansätze für verschiedene Onlinemarketing-Instrumente, Einsatz von Webanalyse-Tools

BESONDERHEITEN

Das Modul kann auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bauer, C./Greve, G./Hopf, G.: Online Targeting und Controlling, Wiesbaden: Gabler
- Bauer, H. H. (Hrsg.): Interactive Marketing im Web 2.0+. Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet, München: Vahlen
- Bauer, H. H./Stokburger, G./Hammerschmidt, M.: Marketing Performance: Messen - Analysieren - Optimieren: Gabler Verlag
- Bauer, T.: Marketing Performance, Chichester: Wiley
- Gladen, W.: Performance Measurement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Jacob, M.: Integriertes Online-Marketing, Wiesbaden: Springer Vieweg
- McDonald, M./Bergfort, I./Bauer, H. H./Bühler, M./Hammerschmidt, M./Reissig, H./Vogel, R.: Marketingpläne: Eine Einführung für die praktische Anwendung, Spektrum Akademischer Verlag
- Reinecke, S./ Janz, S.: Marketingcontrolling. Sicherstellen von Marketingeffektivität und -effizienz, Stuttgart: Kohlhammer (Kohlhammer Edition Marketing)
- Weber, J./Binder, C./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling. Übungen und Fallstudien mit Lösungen: Schäffer-Poeschel Verlag
- Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag

Studienrichtung:

Recht und Ethik im Marketing (W4BW_426)

(Marketing Law and Marketing Ethics)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_426	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Klaus Sakowski

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Heidenheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

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

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Fallanalyse		

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 erwerben in diesem Modul ein vertieftes Wissen über rechtliche Rahmenbedingungen des Marketing, insb. der Marketing-Kommunikation, deren Kenntnis für eine erfolgreiche Planung und Implementierung von Marketing-Kampagnen erforderlich sind. Sie haben einen Überblick über ausgewählte praxisrelevante Rechtsprobleme, insb. im Kontext der Werbung und der Geschäftstätigkeit über das Medium Internet, sowie über das Urheber-, Datenschutz-, Presse und Markenrecht. Schließlich sind die Studierenden mit ausgewählten ethischen Fragen des Marketing inkl. institutioneller Regularien und Verfahren (z. B. Presserat, Werberat) vertraut; diesbezügliche Fehlentwicklungen werden von den Studierenden erkannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können praktische Rechtsfälle 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 in der Lage, angemessene Maßnahmen zur Vermeidung rechtlicher Probleme bei Marketing-Maßnahmen zu ergreifen. Beispielsweise erkennen sie missbräuchliche Praktiken im Marketing und können verantwortungsvoll mit dem Inhalt und der Verbreitung von kommunikativen Botschaften umgehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen die Handlungsfelder sowie die wesentlichen rechtlichen und ethischen Rahmenbedingungen für das Marketing erkennen und bewerten. Sie sind dadurch in der Lage, wichtige Beiträge für zielführende und systematisch erarbeitete Lösungen im Marketing-Bereich zu leisten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
RECHT UND ETHIK IM MARKETING (W4BW_426.1)	50	100

Marketingrelevante Themen aus den Rechtsbereichen Urheberrecht (v.a. UrhG), Werberecht (UWG und ausgewählte Nebengesetze, z. B. PAngV, Werbung und öffentliches Recht (z. B. Werbeanlagen/ Baurecht), Datenschutzrecht (DS-GVO und BDSG), Persönlichkeits- und Bildnisrecht bei Fotoaufnahmen (Erstellung und öffentliche Wiedergabe nach Allg. Persönlichkeitsrecht, StGB, BDSG und KUG), Presserecht (Grundfragen, Pressefreiheit, Staatsferne der Presse, Gegendarstellung), Markenrecht: (MarkenG, insb. Anwendungsbereich, Erwerb des Markenschutzes, Rechtsverletzungen/Rechtsschutz), Arbeitsrecht im Personalmarketing

Ergänzend sonstige rechtliche Verantwortlichkeit im digitalen Zeitalter: Recht der digitalen Dienste (DDG, DSA), Anbieterkennzeichnung im Internet, eigene und fremde Inhalte, Durchleitung von Information, Teilen von Online-Inhalten

(UrhDaG), Rechtspflichten im E-Commerce, Strafbarkeit, z. B. Ausspähen und Abfangen von Daten, Datenveränderung, Computersabotage, Computerbetrug), gewerbliche Schutzrechte (Gebrauchsmuster, Design, Patent), Jugendmedienschutz, Rechtslage in Bezug auf Internet-Adressen (Domain-Recht)

Ethik im Marketing: Begriffe und Abgrenzungen, Ethik und Journalismus (Dt. Presserat/Pressekodex), Ethik und Werbung (Dt. Werberat/Verhaltensrichtlinien), Ethik und soziale Medien, Beispiele für unethisches Verhalten im Marketing

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

Bürgerliches Recht, Operational Marketing

LITERATUR

- Albrecht, F. (Hrsg.): Informations- und Kommunikationsrecht, Stuttgart: Kohlhammer
- Bühler, P./Schlaich, P./Sinner, D.: Medienrecht, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Debatin, B./Furniok, R. (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik, Konstanz: UVK
- Gläser, M.: Medienmanagement, München: Vahlen
- Rogner, A.: Medienrecht in der Praxis für Marketing und PR, Stuttgart: utb
- Schicha, C.: Medienethik, München: UVK
- Schirnbacher, M.: Online-Marketing- und Social-Media-Recht, Frechen: mitp
- Solmecke, C./Kocatepe, S.: Recht im Online-Marketing, Bonn: Rheinwerk
- Thomass, B.: Ethik der Kommunikationsberufe – Journalismus, Public Relations, Werbung, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Zerres, T./Zerres, M.: Marketingrecht, Wiesbaden: Springer Gabler

Studienrichtung: (Leer)

Methoden für die digitale Wirtschaft (W4BW_427)

(Methods for Digital Business)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_427	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

120

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die Ziele eines traditionellen Projektmanagements, können mit den besonderen Herausforderungen dieser Arbeitsform umgehen und das Projektmanagement in die Organisation eines Unternehmens einordnen. Sie können darüber hinaus die Unterschiede zu den modernen, agilen

Formen eines Projektmanagements aufzeigen und reflektieren.

Die Studierenden erlangen umfassendes Faktenwissen zu Methoden der Geschäftsprozessmodellierung und -optimierung. Sie können die Anwendbarkeit der einzelnen Methoden in der Praxis beurteilen und ein Projekt in diesem Umfeld konzipieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Methoden des Projektmanagements anzuwenden und ein Projekt erfolgreich zu bearbeiten. Sie können darüber hinaus aus praktischen Fragestellungen Projektaufgaben ableiten sowie deren Durchführung methodisch planen, steuern und überwachen. Sie sind weiterhin in der Lage,

Werkzeuge der Geschäftsprozessmodellierung zuzuordnen sowie Prozesse methodengestützt in strukturierter Form aufzubereiten. Den Studierenden ist es unter Anwendung der Methoden des Prozessmanagements ferner möglich, Prozesse zu visualisieren, kritisch zu reflektieren und so Prozessverbesserungen zu generieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit zur arbeitsteiligen und koordinierten Teamarbeit, zur Kommunikation und zur Präsentation von Projektergebnissen. Sie

kennen die Konflikte, die dabei entstehen können, und wissen, dass eine kompetente Moderation zur Lösung dieser Konflikte erforderlich ist. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, bei der Gestaltung von Prozessen soziale Aspekte von Mitarbeitern und Kunden zu berücksichtigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können den jeweiligen Aufbau, die konzeptionellen Grundlagen und Eigenheiten sowie die praktische Eignung verschiedener Modelle und Konzeptionen von Projektmanagement beurteilen und anwenden. Sie können Projekte in Praxiskontexten planen, strukturieren, steuern, bewerten und integrieren.

Weiterhin haben sie die Kompetenz erworben, für das Modellieren, Managen und Optimieren der IT- und Prozesslandschaft im Unternehmen geeignete Methoden auszuwählen und selbstständig Lösungen zu erarbeiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE**LEHR- UND LERNEINHEITEN****METHODEN FÜR DIE DIGITALE WIRTSCHAFT (W4BW_427.1)****PRÄSENZZEIT**

0

SELBSTSTUDIUM

0

BESONDERHEITEN**VORAUSSETZUNGEN****LITERATUR**

- Allweyer, T.: BPMN 2.0 - Business Process Model and Notation, Norderstedt: Books on Demand
- Becker, J./Kugeler, M./Rosemann, M. (Hrsg.): Prozessmanagement. Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, Berlin und Heidelberg: Springer Gabler
- Drescher, A./Koschmider, A./Oberweis, A.: Modellierung und Analyse von Geschäftsprozessen, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
- Freund, J./Rücker, B.: Praxishandbuch BPMN: mit Einführung in CMMN und DMN, München: Hanser
- Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozess-Management, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Patzak, G./Rattay, G.: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, Wien: Linde international
- Pichler, R.: Agiles Produktmanagement mit Scrum: Erfolgreich als Product Owner arbeiten, Heidelberg: dpunkt
- Preußig, J.: Agiles Projektmanagement - Einsatz im klassischen Projektumfeld, Freiburg: Haufe-Lexware
- Scheer, A.-W.: ARIS-Modellierungsmethoden, Metamodelle, Anwendungen, Berlin u.a.: Springer
- Schmelzer, H. J./Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, München: Hanser
- Staud, J.L.: Geschäftsprozessanalyse, Berlin u.a.: Springer
- Tiemeyer, E. (Hrsg.): Handbuch IT-Projektmanagement: Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices, München: Hanser

Studienrichtung:

Personalmanagement (W4BW_429)

(Human Resource Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_429	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Almut Steinbach

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

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

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN	PRÜFUNGSDAUER
Portfolio	Assignment	
Kombinierte Modulprüfung	Präsentation	

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 grundlegenden Theorien und Konzepte des Personalmanagements, gegliedert nach strategischem und operativem Personalmanagement. Nach Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,

im Bereich operatives Personalmanagements a) die Ziele, Methoden und Instrumente von Compensation & Benefits zu beschreiben und anzuwenden. Es ist ein grundlegendes Verständnis entstanden, wie sich Löhne und Gehälter organisational zusammen fügen.

Darüber hinaus werden b) Personalwirtschaftliche Themen wie dem Life-Cycle Management oder Konsequenzen aus der Führungsanalyse mit Ziel- und Steuerungsrelevanz in der Organisation einzuführen, diskutiert. Hier soll an der Fachkompetenz gearbeitet werden organisationale Prozesse analysieren, verstehen und umsetzen zu können.

Drittes Ziel besteht darin Theorien, Konzepte und Instrumente des modernen Personalmanagements zu benennen, zu erklären und sie an die Begebenheiten des eigenen Unternehmens anzupassen. In diesem Kontext werden das Arbeitgeberimage des eigenen Unternehmens analysiert, verschiedene Methoden der Personalauswahl sowie deren Vor- und Nachteile erläutert und gesetzliche Regelungen des Arbeitsrechts diskutiert.

Im Bereich des Strategisches Personalmanagement fokussieren sich die Veranstaltungen- Diskussions- und Fallinhalte vor allem auf folgende Ziele: zum einen sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden verschiedene HR-Rollen und deren Bedeutung im Unternehmen wiederzugeben, darüber hinaus die strategischen Bereiche des Personalmanagements zu erläutern, um auf dieser Basis nachhaltige Personalstrategien auch im internationalen Kontext zu entwickeln. In einer weiteren Einheit werden die Grundlagen des Personalcontrollings gelegt und anhand verschiedener Rechenmethoden eingeübt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen. Sie können alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb nutzen. Dabei können sie Routineforschungsaufgaben unter Anleitung übernehmen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ein Verständnis für die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen personalwirtschaftlicher Gestaltungsalternativen entwickelt und sind in der Lage, alternative Gestaltungsoptionen situativ verantwortungsvoll einzusetzen. Gleichmaßen haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt. Die Studierenden sollen effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und die Gruppenleitung übernehmen können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die aktuelle Bedeutung der personalwirtschaftlichen Gestaltung als wesentliches Element im Managementprozess und können den Beitrag personalpolitischer Entscheidungen für die Unternehmenssteuerung beurteilen. Sie erlernen die Anwendung von Instrumenten der betrieblichen Personalarbeit in einzelnen Handlungsfeldern, die Interdependenz und Integration von personalwirtschaftlichen Maßnahmen, die Erklärung und Prognose von personalwirtschaftlichen Phänomenen auch im

internationalen Kontext sowie deren Relevanz für die betriebliche Praxis. Letztlich entwickeln die Studierenden ein Verständnis für den Gesamtzusammenhang von organisatorischer Gestaltung und betrieblicher Personalarbeit.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

REKRUTIERUNG, FÜHRUNG, STEUERUNG, VERWALTUNG (W4BW_429.1)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

25

50

Operatives Personalmanagement: Grundlagen des Personalmanagements - Compensation & Benefits - Human Ressource (HR)
Marketing - Rekrutierung - Arbeitgeberattraktivität - Arbeitszeitmodelle - Arbeitsrecht

AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN IM PERSONALMANAGEMENT (W4BW_429.2)

25

50

Strategisches Personalmanagement: HR - Rollen und HR Organisation - New Work - HR Strategie - auch im internationalen Kontext - HR Controlling

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bröckermann, R.: Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Eisele, D./Doye, T: Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre: Wertschöpfungskette Personal, Stuttgart: Kohlhammer
- Hackl, B./Gerpott, F.: HR 2020 - die Zukunft des Personalmanagements, München: Vahlen
- Jung, H.: Personalwirtschaft, München, Wien: Oldenbourg
- Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen

Studienrichtung:

Quantitative Marketing Analytics (W4BW_431)

(Quantitative Marketing Analytics)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_431	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Emanuel Bayer

Prof. Dr. Lothar Weinland

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mannheim

Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

SPRACHE

Deutsch

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)

55

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

95

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden lernen grundlegende Organisationstheorien kennen und diese kritisch zu evaluieren. Die Teilnehmer kennen aktuelle Fragestellungen und Forschungsergebnisse aus der Organisationspsychologie und können dieses Wissen in die Organisationsgestaltung und -veränderung einbringen. Sie verstehen, dass psychologische und kulturelle Faktoren unterschiedliche Einflussfaktoren haben und zugleich selbst auf wichtige Größen wie z.B. Unternehmenserfolg, Arbeitgeberattraktivität, Retentionsfähigkeit, Motivation, Zufriedenheit der Mitarbeiter aber auch auf den Erfolg der Organisation wirken können.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über eine breite theoretische Fundierung zu den Themen Organisationskultur und Organisationspsychologie. Sie sind in der Lage, (empirische) Studien zum Thema zu verstehen und zu analysieren. Sie besitzen die Kompetenz Lösungsansätze für konkrete organisations- und personalentwicklungsbezogene Fragestellungen zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die psychologischen und kulturellen Einflussfaktoren einer Organisation. Sie begreifen die Stärke des Einflusses, den ein einzelnes Individuum auf eine Organisation haben kann. Sie verstehen aber auch, welchen starken Einfluss die Organisation auf individuelle Größen (z.B. Wohlbefinden oder Motivation) haben kann.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können das theoretische Wissen im praktischen Kontext z.B. bei der Personalauswahl oder der Zusammenstellung von Teams als auch bei der eigenen Wahl eines Arbeitgebers anwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

QUANTITATIVE MARKETING ANALYTICS (W4BW_431.1)

- Prozessablauf mathematisch-statistischer Verfahren
- Statistische Testverfahren und Hypothesentests
- Schätzverfahren
- Regressionsanalyse (linear, logistisch)
- Höhere Korrelations- und Kontingenzrechnung

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

- Diskriminanzanalyse
- Clusteranalyse zur Zielgruppendefinition
- Faktorenanalyse zur Verdichtung von Marketinginformationen
- Strukturgleichungsmodelle
- Umgang mit großen Datensätzen
- Datenaufbereitung (z.B. Datentransformation, Behandlung fehlender und fehlerhafter Merkmalswerte, Kodierung)
- Anforderungen an Hard- und Software im statistischen Analysebereich
- Statistische Software Pakete (z.B. SPSS, Stata, MATLAB, R): Dateneingabe, Datentransformation, Datenaustausch mit anderen Programmen, Datenanalyse, Datenvisualisierung
- Fallbeispiele (z.B. ANOVA, Hypothesentests, Regressionsrechnung)
- Überblick zu weiteren IT-basierten Auswertungsinstrumenten

BESONDERHEITEN

Das Modul kann auch im 3. Studienjahr gelesen werden.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Chmiel, N.: An Introduction to Work and Organizational Psychology: A European Perspective, ?Hoboken, New Jersey: Wiley
- Homma, N./Bauschke, R.: Unternehmenskultur und Führung: Den Wandel gestalten - Methoden, Prozesse, Tools, Wiesbaden: Springer
- Reichman, W.: Industrial and Organizational Psychology Help the Vulnerable: Serving the Underserved, London: Palgrave Macmillan
- Schein, E. H.: Organizational Culture and Leadership, Hoboken, New Jersey: Wiley
- Spieß, E./Rosenstiel, L. von: Organisationspsychologie: Basiswissen, Konzepte und Anwendungsfelder, München: Oldenbourg
- Walter-Busch, E.: Arbeits- und Organisationspsychologie im Überblick, Stuttgart: UTB

Studienrichtung:

Strategic Organizational Design (W4BW_433)

(Strategic Organizational Design)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_433	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Lothar Weinland

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study	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	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden lernen grundlegende Organisationstheorien kennen und diese kritisch zu evaluieren. Die Teilnehmer kennen aktuelle Fragestellungen und Forschungsergebnisse aus der Organisationspsychologie und können dieses Wissen in die Organisationsgestaltung und -veränderung einbringen. Sie verstehen, dass

psychologische und kulturelle Faktoren unterschiedliche Einflussfaktoren haben und zugleich selbst auf wichtige Größen wie z.B. Unternehmenserfolg, Arbeitgeberattraktivität, Retentionsfähigkeit, Motivation, Zufriedenheit der Mitarbeiter aber auch auf den Erfolg der Organisation wirken können.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über eine breite theoretische Fundierung zu den Themen Organisationskultur und Organisationspsychologie. Sie sind in der Lage, (empirische) Studien zum Thema zu verstehen und zu analysieren. Sie besitzen die Kompetenz Lösungsansätze für konkrete organisations- und personalentwicklungsbezogene Fragestellungen zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die psychologischen und kulturellen Einflussfaktoren einer Organisation. Sie begreifen die Stärke des Einflusses, den ein einzelnes Individuum auf eine Organisation haben kann. Sie verstehen aber auch, welcher Einfluss die Organisation auf individuelle Größen (z.B. Wohlbefinden oder Motivation) haben kann.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können das theoretische Wissen im praktischen Kontext z.B. bei der Personalauswahl oder der Zusammenstellung von Teams als auch bei der eigenen Wahl eines Arbeitgebers anwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
STRATEGIC ORGANIZATIONAL DESIGN (W4BW_433.1)	55	95

Organisationstheorien – Normen, Werte, Symbole – Definition, Funktionen und Messung von Organisationskultur – Anspruchsgruppen und Erwartungen – Organisationskultur und nationale/regionale Kultur – Einflussfaktoren auf die Organisationskultur – Kultur als Determinante des Unternehmenserfolges – Organisationskultur und Persönlichkeit – Organisationskultur und Führung – Organisationskultur und Arbeitgeberattraktivität – Aktuelle Fragestellungen zum Thema Organisationskultur – Theorien der Organisationspsychologie – Suche, Test und Auswahl von Personal – Schulung und Entwicklung von Personal – Performancemessung – Arbeitsgestaltung – Führung – Gruppen: Typen, Funktionen, Integration –

Organisationsziele und persönliche Ziele – Individuum und Persönlichkeit – Motivation, Emotion und Einstellungen – Macht und Herrschaft – Stress – Well-Being – Resilienz – Effizienz in Organisationen – Fairness und Diversity – Aktuelle

organisationspsychologische Fragestellungen

BESONDERHEITEN

Das Modul kann auch im 3. Studienjahr gelesen werden.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Chmiel, N.: An Introduction to Work and Organizational Psychology: A European Perspective, Hoboken, New Jersey: Wiley
- Homma, N./Bauschke, R.: Unternehmenskultur und Führung: Den Wandel gestalten - Methoden, Prozesse, Tools, Wiesbaden: Springer
- Reichman, W.: Industrial and Organizational Psychology Help the Vulnerable: Serving the Underserved, London: Palgrave Macmillan
- Schein, E. H.: Organizational Culture and Leadership, Hoboken, New Jersey: Wiley
- Spieß, E./Rosenstiel, L. von: Organisationspsychologie: Basiswissen, Konzepte und Anwendungsfelder, München: Oldenbourg
- Walter-Busch, E.: Arbeits- und Organisationspsychologie im Überblick, Stuttgart: UTB

Studienrichtung:

Strategic Organizational Development (W4BW_434)

(Strategic Organizational Development)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_434	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG
Prof. Dr. Lothar Weinland

STANDORT MODULVERANTWORTUNG
Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study	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	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die zentralen Ansätze der Mitarbeiterführung und Führungstheorien. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Führungsstile zu analysieren und deren Vor- und Nachteile einzuschätzen. Sie verstehen die Rolle unterschiedlicher Einflussfaktoren der Mitarbeiterperformance (z.B. Motivation) und sind in der Lage mögliche Probleme bei der Zusammenarbeit von Mitarbeiter und Führungskraft zu erkennen und entsprechende Lösungsansätze zu entwickeln. Veränderungsprozesse verstehen sie als komplexe, individuelle und kollektive Lernprozesse und können sowohl die Möglichkeiten als auch die Grenzen der Gestaltung von Change Prozessen erkennen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Führungssituationen theoretisch fundiert zu analysieren. Sie erfassen dabei die jeweiligen Stärken und Schwächen des (Führungs-) Verhaltens und verstehen die Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge der Führungssituation. Sie verstehen Change als Prozess und können für die unterschiedlichen

Interventionsebenen Gestaltungsempfehlungen entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden begreifen die Themen Leadership und Change aus unterschiedlichen Perspektiven. Sie stärken ihre Empathiefähigkeit und sind in der Lage auch das eigene (Führungs-)Verhalten kritisch zu hinterfragen. Dieses Wissen unterstützt sie in der Ausführung von Führungsrollen in Organisationen und trägt zur Aufrechterhaltung organisationaler Kooperation bei.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen sowohl Ziele und Herausforderungen als auch die Instrumente insbesondere der Kommunikation von Veränderungsprozessen. Sie sind in der Lage, Change- und Leadership-bezogene Herausforderungen in Organisationen fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert anzugehen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
STRATEGIC ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT (W4BW_434.1)	55	95

Change-Phasen – Analyse und Gestaltungsansätze von bzw. bei Veränderungsprozessen – Ziele und Instrumente verschiedener Interventionsebenen – Modelle der Lernenden Organisation und deren Umsetzung Leadership-Ansätze (z.B. Traits, Skills, Style, Situational, Contingency, Path Goal, Servant, Leader Member Exchange, Transformational) – Führungsstile – Organisationskultur – Organizational Citizenship – Motivation und Führung – Psychological Contracts – Performance Assessment und Rewards – Anreize und Entlohnung – Innovation und Kreativität – Organizational Justice – Gruppenprozesse –

Personality and Individual Differences – Workplace Deviant Behavior – Counter-Performance – “The Dark Side of Leadership” – Leadership-Entwicklung – Leadership-Messung, Leadership im Gender und Minorities Kontext

BESONDERHEITEN

Das Modul kann auch im 3. Studienjahr angeboten werden

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt/New York: Campus Verlag
- Iszatt-White, M./Saunders, C.: Leadership, Oxford: Oxford University Press
- Kotter, J. P.: Leading Change, With a New Preface by the Author, Brighton, Massachusetts: Harvard Business Review Press
- McCalman, J./Paton, P.R.A./Siebert, S.: Change Management: A Guide to Effective Implementation, Thousand Oaks, California: SAGE Publication
- Northouse, P. G.: Leadership: Theory and Practice, Thousand Oaks, California: SAGE Publications

Stand

Studienrichtung:

Statistik (W4BW_435)

()

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER

W4BW_435

VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF

MODULDAUER (SEMESTER)

MODULART

Studiengangwahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

METHODENKOMPETENZ

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

STATISTIK (W4BW_435.1)

PRÄSENZZEIT

0

SELBSTSTUDIUM

0

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Studienrichtung: Industrie

Technik für Betriebswirte (W4BW_436)

(Technical Skills for Business Managers)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_436		1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Bernd Rall

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart

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	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden ein solides Basiswissen über ingenieurwissenschaftliche Vorgehensweisen und technische Systeme aus den Bereichen Werkstoffkunde, Elektrotechnik und Energiesystemanalyse, auf einem für ein BWL-Studium kompatiblen Niveau. Zugunsten einer großen inhaltlichen Breite wird bewusst auf fachliche Tiefe verzichtet. Neben den physikalischen und chemischen Zusammenhängen wird insbesondere Wert gelegt auf Anwendungen im industriellen Bereich, z.B. Technische Zeichnungen für Zukaufteile, Werkstoffauswahl unter dem Aspekt der Rezyklierbarkeit, Stromerzeugung und Energiewandlung unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit, betriebliche Energiesystemanalyse im Facility Management, Energiespeicherung für den Einsatz in der Elektromobilität und Industrie 4.0, Sensorik als essentielle Technologie an der Mensch-Maschine-Schnittstelle und als Datenlieferant für KI-Anwendungen. Neben den rein technischen Aspekten werden insbesondere auch Fragen nach der betriebswirtschaftlichen Relevanz (Kosten, Markt, disruptives Potenzial) und Fragen zur Nachhaltigkeit der Technologien behandelt.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein Verständnis für die ingenieurwissenschaftlichen Herausforderungen und Methodiken entwickelt, sie verstehen „die Sprache der Ingenieure“. Ziel ist nicht, dass sie selber eine ingenieurwissenschaftliche Funktion (Konstruktion, Materialauswahl, etc.) ausfüllen können. Jedoch sollen sie befähigt werden, um konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mit den technischen Abteilungen, bei Lieferanten und Kunden oder im Sustainability Management mitzuarbeiten und dort über Machbarkeit, Kosten-Nutzen und Nachhaltigkeit von technischen Produkten und Lösungen zu diskutieren und die betriebswirtschaftliche Seite effektiv zu vertreten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben die bei vielen Erstsemestern in BWL-Studiengängen zu beobachtende „Aversion gegen Technik und Ingenieurwissenschaften“ und die daraus resultierende Hemmschwelle bei der Beteiligung an technischen Diskussionen abgelegt. Sie können Fragestellungen aus dem Bereich der Technik, des nachhaltigen Produktdesigns und des betrieblichen Energiemanagements grundsätzlich nachvollziehen und können in einer Arbeitsgruppe konstruktiv mitarbeiten. Sie sind als wertvolles Teammitglied anerkannt und vermögen ihren Standpunkt unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Argumentation nachvollziehbar zu begründen und kritisch zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls sollen die Studierenden zu einem verantwortungsbewussten und nachhaltigem Umgang mit Ressourcen an der Schnittstelle zu technischen Systemen befähigt werden – insbesondere in Funktionen, die zwar üblicherweise von BWL-Studierenden besetzt werden, aber zugleich technisches Verständnis voraussetzen, z.B. im Umgang mit technischen Zeichnungen und Dokumentationen im Einkauf, im Controlling von technischen Entwicklungen, im Verkauf von technischen Produkten, im Corporate Sustainability Reporting oder im Bereich des nachhaltigen Facility Managements von Industriebetrieben.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
TECHNIK FÜR BETRIEBSWIRTE (W4BW_436.1)	60	90

Technische Grundlagen für nachhaltige betriebliche Systeme

(Technical Basics for Sustainable Business Operations)

Mind. 3 der nachfolgenden 5 Themenbereiche:

1. Technisches Zeichnen und nachhaltige Konstruktion (Technical Drawing and Sustainable Design)
2. Werkstoffkunde & Recycling (Material Science & Recycling)
3. Grundlagen Elektrotechnik (Basics in Electrical Engineering)
4. Sensorik, Robotik & Industrie 4.0 (Sensors, Robots & Industry 4.0)
5. Betriebliches Energiemanagement (Operational Energy Supply Management)

Technisches Basiswissen für das Erstellen und Lesen einer technischen Zeichnung, Bemaßung von Bauteilen, Ansichten und Schnitte, CAD-Systeme und Datenformate, Nachhaltiges Produktdesign, Design for Remanufacturing

Basiswissen zur nachhaltigen Werkstoffauswahl (Mechanische, thermische, technologische Eigenschaften) für diverse Werkstoffgruppen (Metalle, Kunststoffe, keramische Werkstoffe, Verbundwerkstoffe) und deren spezifischer Recyclingfähigkeit (stoffliche, werkstoffliche und energetische Verwertung).

Basiswissen zur nachhaltigen Erzeugung, Wandlung und Speicherung von elektrischer Energie (Ladung, Spannungserzeugung, AC/DC, Photovoltaik, Primär-/Sekundärzelle, Brennstoffzelle, E-/B-Feld, Elektromagnetismus, elektrische Maschinen).

Basiswissen zur Funktionsweise von Sensoren und MEMS sowie zum Aufbau und Programmierung von Robotern. Zusammenhänge und gegenseitige Synergien von Sensorik (als Datenlieferant und Treiber für Digitalisierung und Künstliche Intelligenz), Robotik (als Akteur in Cyber-Physical Systems und Produktionsumgebungen) und Industrie 4.0 (als Synthese aus Industrial Internet of Things IIoT, Sensorik und Robotik).

Grundlagen des betrieblichen Energiemanagements, Abgleich von Energieträgern (fossile Brennstoffe, grüner/ türkiser/ grauer/ blauer Wasserstoff) und Kraftwerken (regional/lokal) und Kraft-Wärme-Kopplung zur Generierung einer nachhaltigen und resilienten Energieversorgung des Industriebetriebs.

BESONDERHEITEN

Die dualen Partner im Studiengang Industrial Business Management (BWL-Industrie) sind herstellende Betriebe und in den meisten Fällen sind die betrieblichen Entscheidungen durch ein hohes Maß an Technikrelevanz geprägt. Daher ist es von Vorteil, wenn in solchen technikaffinen Betrieben auch Mitarbeitende in den klassischen betriebswirtschaftlichen Funktionen über technisches Grundverständnis verfügen. Zudem sind Industriebetriebe in besonderer Weise verantwortlich für Ressourceneffizienz und Kreislaufwirtschaft der physischen Produkten, deren Recycling und dem zur Herstellung verwendeten Energiemix. Diesem besonderen Zusammenhang soll in diesem Modul Rechnung getragen werden.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

Arnold, Boszema: Werkstofftechnik für Wirtschaftsingenieure, Springer Vieweg, Berlin Heidelberg

Bargel, Hans-Jürgen, Werkstoffkunde : Strukturen - grundlegende Eigenschaften. Springer Vieweg, Berlin, Heidelberg

Kammer, K. und Kammer, U.: Werkstoffkunde für Praktiker, Europa Lehrmittel Verlag

Hoischen, Hans und Fritz, Andreas (Hrsg.): Technisches Zeichnen, Cornelsen Verlag, Berlin

Hoischen, Hans und Kriebel, Jochen: Praxis des technischen Zeichnens, Cornelsen Verlag, Berlin

Kaltschmitt, M., Streicher, W. und Wiese, A. (Hrsg.): Erneuerbare Energien – Systemtechnik, Wirtschaftlichkeit, Umweltaspekte. Springer Vieweg Verlag, Berlin

Kurz, Ulrich und Wittel, Herbert: Technisches Zeichnen, Springer Verlag, Wiesbaden

Labisch, Susanna und Weber, Christian: Technisches Zeichnen, Springer Verlag, Wiesbaden

Quaschnig, Volker: Regenerative Energiesysteme – Technologie, Berechnung, Klimaschutz, Carl Hanser Verlag, München

Schütt, Reiner Johannes: Elektrotechnische Grundlagen für Wirtschaftsingenieure : Erzeugen, Übertragen, Wandeln und Nutzen elektrischer Energie und elektrischer Nachrichten. Springer Vieweg, Wiesbaden

Teske, Sven: Achieving the Paris Climate Agreement Goals (eBook). Springer Open, Cham (CH)

Winzker, Marco: Elektronik für Entscheider : Grundwissen für Wirtschaft und Technik, Springer Vieweg, Wiesbaden

Studienrichtung: Personalmanagement

Unternehmensethik/CSR und strategisches Personalmanagement (W4BW_437)

(Business Ethics/CSR and Strategic Human Resource Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_437	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Uwe Schirmer
 Prof. Dr. Thomas Glöckler

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Lörrach
 Lörrach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN
 Vorlesung, Übung, Inverted Classroom, Rollenspiel

SPRACHE

Deutsch/Englisch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG
 Posterpräsentation
 Seminararbeit (ohne Präsentation)

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

20

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 kennen die wissenschaftlichen und praxisbezogenen Konzepte im Bereich Unternehmensethik, Corporate Social Responsibility und Corporate Governance als Basis für ein nachhaltiges Personalmanagement. Ergänzend kennen sie unterschiedliche Ansätze zur Ausgestaltung eines strategischen Personalmanagements. Sie sind in der Lage, eine ganzheitliche und situativ angepasste Personalstrategie für Unternehmen zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung komplexer Probleme im Bereich Unternehmensethik und strategischem Personalmanagement. Aus diesen können sie angemessene Methoden auswählen und situativ passend anwenden, um effektive Lösungen zu erarbeiten und zu evaluieren. Hinsichtlich der einzelnen Methoden verfügen sie über ein vertieftes Fach- als auch Anwendungswissen, das sie zu einer Weiterentwicklung ihres Tätigkeitsfeldes basierend auf ethischen und strategischen Aspekten befähigt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über einen hohen Grad an Reflexivität, der es ermöglicht, bestehende und zukünftige unternehmerische Handlungsbedarfe in den Bereichen ethischen und strategischen Agierens impulsgebend zu gestalten. Sie können ihre Sichtweisen und Handlungsempfehlungen nachvollziehbar darstellen und diskursorisch vertreten. Sie sind in der Lage, interne und externe Stakeholder von der Notwendigkeit eines ethisch-strategischen Personalmanagements zu überzeugen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen die konzeptionelle Fähigkeit, ein ethisch-nachhaltiges sowie strategisches Personalmanagement im Spannungsfeld ökologischer, ökonomischer und sozialer Anforderungen zu gestalten. Sie können einschlägige Vorgehensweisen entwickeln und in das Gesamtkonzept integrieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<u>UNTERNEHMENSETHIK UND NACHHALTIGES PERSONALMANAGEMENT (W4BW_437.1)</u>	30	52

- Unternehmensethische Grundlagen: Ethik als Ausgangspunkt für Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsmanagement
- Grundkonflikt: Ökonomik vs. Nachhaltigkeit/Ethik
- Ebenen und Begriff der Ethik
- Ethikformen

- Metaethisches Begründungsproblem der Unternehmensethik
- Konsente Diskursethik als prozeduraler Lösungsvorschlag zur Findung nachhaltiger Strategien
- Pflichten- vs. Folgenethik
- Grundverständnis nachhaltiges HRM
- Maßnahmen im Rahmen eines nachhaltigen HRM
- UN Global Compact, UN Sustainable Development Goals und Nachhaltigkeitsrat Deutschland
- Corporate Governance und Compliance

STRATEGISCHES PERSONALMANAGEMENT (W4BW_437.2)

25

43

- Stellung der HRM-Strategie im Rahmen des strategischen Managements
- unternehmensexterne und -interne Kontextfaktoren des HRM
- theoretische Grundlagen des Strategischen Personalmanagements
- Strategische Personalmanagementansätze: „Best-Practice-“ vs. „Best-Fit-Ansätze“
- hierarchische Ableitung und Formulierung einer Personalstrategie und -politik: Strategieprozess
- ressourcen- und marktorientierte Personalstrategie
- HR als strategischer Partner
- Möglichkeiten der Messung des Beitrags des HRM zum Unternehmenserfolg
- kontingente aufbauorganisatorische Gestaltungsalternativen des Personalbereichs

BESONDERHEITEN

Hier kann eine ein- oder mehrtägige Exkursion (In- und Ausland) durchgeführt werden, um ethisch-nachhaltige und strategische Anwendungen in der Praxis kennenzulernen und vergleichend zu reflektieren.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Posterpräsentation.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Brühl, R.: Corporate Social Responsibility. München: Vahlen
- Boxall, P. / Purcell, J.: Strategy and Human Resource Management. Basingstoke: Red Globe Press
- Gerlach, D.: Praxishandbuch Strategisches Personalmanagement. Prozesse und Instrumente für eine zukunftsfähige Personalarbeit. Freiburg: Haufe Verlag
- Göbel, E.: Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung. München: UTB
- Lebrecht, L.: Strategie und Personalmanagement. Konzepte und Instrumente zur Umsetzung im Unternehmen. Wiesbaden: Springer Gabler
- Lindner-Lohmann, D. / Lohmann, F. / Schirmer, U.: Personalmanagement. Berlin: Springer
- Schüz, M.: Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis. München: Pearson
- Stock-Homburg, R.: Handbuch Strategisches Personalmanagement. Wiesbaden: Springer Gabler
- Suchanek, A.: Unternehmensethik. Tübingen: UTB

Studienrichtung: (Leer)

Wirtschaftspolitik (W4BW_438)

(Economic Policy)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_438	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Michael Knittel
 Prof. Dr. Sybille Sobczak

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Stuttgart
 Stuttgart

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

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 kennen die relevanten volkswirtschaftlichen Theorien und können damit wirtschaftspolitische, finanzwissenschaftliche, finanzwirtschaftliche und außenwirtschaftliche Fragestellungen fundiert beantworten.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, grundlegende mikro- und makroökonomische Analysemethoden auf wirtschaftspolitische, finanzwissenschaftliche und außenwirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Dabei können sie statistische Auswertungen interpretieren und in den theoretischen und politischen Hintergrund einordnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Werturteilen für unterschiedliche wirtschaftspolitische Empfehlungen. Sie können andere begründete Positionen tolerieren und mit anderen Personen einen konstruktiven Austausch über die unterschiedlichen Annahmen führen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

in diesem Modul erlernen die Studierenden eine eigene, fundierte und reflektierte Position zu den wirtschaftspolitischen Fragen einzunehmen. Sie können die erlernten theoretischen Konzepte auf aktuelle politische Fragen anwenden und verstehen die Konflikte zwischen ökonomischer Theorie und politischer Praxis.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

EINFÜHRUNG IN DIE WIRTSCHAFTSPOLITIK (W4BW_438.1)

PRÄSENZZEIT

25

SELBSTSTUDIUM

50

- Einführung in die Wirtschaftspolitik
- Einführung in die Wirtschaftspolitik: Ziele, Instrumente, Träger
- Abgrenzung Ordnungspolitik, Prozesspolitik, Allokationspolitik, Distributionspolitik
- Grundzüge der Strukturpolitik (regionale bzw. sektorale Wirtschaftspolitik)
- 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)

- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Wachstumspolitik, Strukturpolitik, Arbeitsmarktpolitik, Beschäftigungspolitik, Sozialpolitik, Verteilungspolitik, Wettbewerbspolitik, Umweltpolitik.

AUSGEWÄHLTE ASPEKTE DER WIRTSCHAFTSPOLITIK (W4BW_438.2)

25

50

- Ausgewählte Aspekte der Wirtschaftspolitik

- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Wachstumspolitik, Strukturpolitik, Arbeitsmarktpolitik, Beschäftigungspolitik, Sozialpolitik, Verteilungspolitik, Wettbewerbspolitik, Umweltpolitik (soweit nicht in Unit 1 behandelt)

- Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik

BESONDERHEITEN

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

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

Studienrichtung:

Wirtschaftsrecht (W4BW_439)

(Economic Law)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

MODULVERANTWORTUNG

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Klausur

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

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 gelehrteten 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

GRUNDZÜGE DES HANDELS- UND GESELLSCHAFTSRECHTS (W4BW_439.2)

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

PRÄSENZZEIT

20

SELBSTSTUDIUM

40

- 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.

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:

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	Referat	120
Portfolio	Präsentation	

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.

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
- Krugman, 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./Sauerheimer, 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

Studienrichtung:

E-Commerce (W4BW_441)

(E-Commerce)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_441	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Anja Kern

Prof. Dr. Alexander Neumann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Durch die Bearbeitung des Moduls entwickeln die Studierenden umfassende Fachkenntnisse im Bereich des E-Commerce. Sie sollen die Prinzipien und Techniken der Gestaltung und Optimierung von Online-Shops verstehen, einschließlich der Preisgestaltung und der Kundenkommunikation im digitalen Umfeld. Die Studierenden sollen in der Lage sein, komplexe E-Commerce-Systeme zu analysieren und zu bewerten, sowie die Implementierung von Big Data-Methoden und deren Anwendung in der Praxis zu verstehen.

Zusätzlich sollen die Studierenden fundierte Kenntnisse in der Konfiguration von Online-Shops und zugehörigen Apps erwerben. Sie sollen in der Lage sein, Datenmanagement- und Content-Management-Systeme effizient zu nutzen und Best Practices erfolgreicher E-Commerce-Projekte zu erkennen und anzuwenden. Diese Fachkompetenz ermöglicht es ihnen, digitale Handelsplattformen strategisch zu entwickeln und zu steuern, um den Anforderungen des modernen E-Commerce-Marktes gerecht zu werden.

METHODENKOMPETENZ

Im Rahmen des Moduls sollen die Studierenden ausgeprägte Methodenkompetenzen in der Umsetzung und Optimierung von E-Commerce-Prozessen entwickelt haben. Sie sollen in der Lage sein, Analysetools und -methoden zur Bewertung von Online-Shops und deren Leistung anzuwenden, einschließlich der Nutzung von Big Data-Techniken zur Gewinnung und Interpretation relevanter Geschäftsdaten. Die Studierenden sollen praxisnahe Vorgehensweisen zur Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit und der Conversion-Raten von Online-Shops kennen und anwenden können.

Zudem sollen sie fundierte Kenntnisse in der Anwendung von Content-Management-Systemen (CMS) und Datenmanagement-Tools besitzen, um Inhalte effizient zu verwalten und zu aktualisieren. Sie sollen in der Lage sein, die Prinzipien und Techniken der Shop- und App-Konfiguration zu verstehen und anzuwenden, um maßgeschneiderte digitale Handelslösungen zu entwickeln. Diese Methodenkompetenzen ermöglichen es ihnen, effektive E-Commerce-Strategien zu entwerfen und umzusetzen, die auf den neuesten technologischen und marktbezogenen Entwicklungen basieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Das Modul sollen die Studierenden in die Lage versetzen, ihre personalen und sozialen Kompetenzen gezielt erweitern, um erfolgreich in digitalen Handelsumfeldern zu agieren. Sie sollen ihre Kommunikationsfähigkeiten stärken, insbesondere in Bezug auf die Interaktion mit Kunden und die Kommunikation innerhalb von E-Commerce-Teams. Dazu gehört die Fähigkeit, klar und präzise über E-Commerce-Projekte zu sprechen, sowohl schriftlich als auch mündlich, und Feedback konstruktiv zu geben und anzunehmen.

Zusätzlich sollen die Studierenden ihre Teamarbeit und Kooperationsfähigkeiten weiterentwickeln, indem sie lernen, effektiv in interdisziplinären Gruppen zu arbeiten. Sie sollen in der Lage sein, unterschiedliche Perspektiven und Fachkenntnisse zu integrieren, um gemeinsam an der Verbesserung von E-Commerce-Systemen und -Prozessen zu arbeiten. Diese

personalen und sozialen Kompetenzen sind essenziell, um in einem dynamischen und kollaborativen Umfeld des E-Commerce erfolgreich zu sein, komplexe Herausforderungen zu bewältigen und innovative Lösungen zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls sollen die Studierenden umfassende übergreifende Handlungskompetenzen entwickelt haben, die ihnen ermöglichen, E-Commerce-Projekte strategisch zu planen und erfolgreich umzusetzen. Sie sollen in der Lage sein, digitale Handelsstrategien zu entwickeln, die auf Marktanalysen und den Bedürfnissen der Zielgruppe basieren, und innovative E-Commerce-Lösungen zu integrieren, um Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Dies umfasst das Verständnis und die Anwendung von Best Practices, um die Effizienz und Effektivität von Online-Shops zu steigern.

Zusätzlich sollen die Studierenden die Fähigkeit besitzen, komplexe digitale Projekte zu steuern und die Umsetzung von E-Commerce-Technologien, wie etwa Content-Management-Systemen und Big Data-Anwendungen, zu koordinieren. Sie sollen strategische Entscheidungen treffen können, die sowohl die technische als auch die geschäftliche Perspektive berücksichtigen. Diese Handlungskompetenzen ermöglichen es ihnen, E-Commerce-Initiativen erfolgreich zu leiten und an der kontinuierlichen Verbesserung und Anpassung digitaler Handelsstrategien mitzuwirken, um den dynamischen Anforderungen des Marktes gerecht zu werden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

E-COMMERCE (W4BW_441.1)

50

100

Vertiefung von ausgewählten Themen des E-Commerce wie z.B. die Gestaltung von Online-Shops, die Preisgestaltung im E-Commerce, die Kommunikation im E-Commerce mit dem Kunden, Methoden Big Data, Vorgehensweisen und EDV-Umsetzung, erfolgreiche Beispiele /Best Practice, Shop- und zugehörige

App-Programmierung, Datenmanagement, Content-Management, etc.

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Graf, A./Schneider, H.: Das E-Commerce Buch: Marktanalysen - Geschäftsmodelle - Strategien, dfv
- Keuper, F./Hamidian, K.: Digitalisierung und Innovation: Planung - Entstehung - Entwicklungsperspektiven, Springer-Gabler
- Mayer-Schönberger, V. und Cukier, K.: Big Data: Die Revolution, die unser Leben verändern wird, Haufe-Fachbuch
- Schwarz, T.: Big Data im Marketing: Chancen und Möglichkeiten für eine effektive Kundenansprache, Haufe Fachbuch

Studienrichtung:

Omni-Channel-Marketing (W4BW_442)

(Omni-Channel-Marketing)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_442	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Alexander Neumann

Prof. Dr. Anja Kern

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study, Seminar

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Das Modul vermittelt den Studierenden die Studierenden umfassende Fachkenntnisse im Bereich des integrierten Vertriebs und der Marketingstrategien über verschiedene Kanäle hinweg. Sie sollen die rechtlichen Grundlagen wie Online-Recht und Verbraucherrecht verstehen und anwenden können, um rechtliche Sicherheit bei der Umsetzung von Marketingmaßnahmen zu gewährleisten.

Zusätzlich sollen die Studierenden in der Lage sein, Omni-Channel-Vertriebswege zu analysieren und zu optimieren. Sie sollen verstehen, wie verschiedene Kontaktpunkte zum Kunden effektiv miteinander verknüpft werden, um konsistente und personalisierte Kundenerlebnisse zu schaffen. Die Fachkompetenz umfasst auch die Fähigkeit, EDV-bezogene Themen wie Mobile-Marketing und Social Media zu vertiefen und aktuelle Trends in der Digitalisierung und deren Auswirkungen auf die Vertriebsstrategien zu integrieren, um optimale Vertriebsergebnisse zu erzielen.

METHODENKOMPETENZ

Im Verlauf des Moduls entwickeln die Studierenden die Kompetenz, umfassende Marktanalysen durchzuführen, um die Effektivität verschiedener Vertriebswege zu bewerten und deren Integration zu optimieren. Dazu gehört die Anwendung von Analysetools zur Messung und Verbesserung der Customer Journey und der Performance von Omni-Channel-Strategien.

Die Studierenden sollen auch fortgeschrittene Methoden der Datenanalyse und der Anwendung von Marketing-Technologien beherrschen, um Marketingkampagnen zu planen, zu steuern und zu evaluieren. Sie sollten in der Lage sein, digitale Marketingtools wie Mobile-Marketing-Plattformen und Social Media-Analysetools gezielt einzusetzen und deren Daten zur Optimierung der Vertriebsergebnisse zu nutzen. Die Fähigkeit zur Implementierung und Auswertung von Marketingmaßnahmen über verschiedene Kanäle hinweg bildet einen weiteren zentralen Bestandteil ihrer Methodenkompetenz.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch das Modul sollen die Studierenden personale und soziale Kompetenzen erworben haben, die sie in die Lage versetzen, effektiv in interdisziplinären Teams zu arbeiten, um komplexe Omni-Channel-Marketingstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Dazu gehört die Fähigkeit, konstruktiv mit verschiedenen Abteilungen und Fachbereichen zu kommunizieren und deren Perspektiven in die Entwicklung integrierter Vertriebsstrategien einzubeziehen.

Zusätzlich sollen die Studierenden ihre Fähigkeiten in der Kundenkommunikation und -betreuung weiterentwickeln. Sie sollen verstehen, wie man durch eine empathische und zielgerichtete Ansprache die Kundenbindung stärkt und ein konsistentes Markenerlebnis über alle Kontaktpunkte hinweg schafft. Die Studierenden sollen auch lernen, in

dynamischen und sich schnell verändernden digitalen Umfeldern flexibel zu agieren und ihre Kommunikationsstrategien kontinuierlich an neue Entwicklungen und Kundenbedürfnisse anzupassen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls „Omni-Channel Marketing“ sollen die Studierenden folgende übergreifende Handlungskompetenzen entwickelt haben: Sie sind in der Lage, komplexe Marketingstrategien ganzheitlich zu planen und umzusetzen, indem sie verschiedene Vertriebskanäle effektiv miteinander verknüpfen. Dies umfasst die Integration und Koordination von Online- und Offline-Kanälen sowie die Nutzung von Datenanalysen zur kontinuierlichen Optimierung der Marketingmaßnahmen und zur Verbesserung der Kundenansprache.

Die Studierenden sollen auch die Fähigkeit besitzen, innovative Marketinglösungen zu entwickeln und anzupassen, um sich an aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich Mobile-Marketing und Social Media anzupassen. Sie sollen proaktiv Herausforderungen identifizieren und lösen können, um optimale Vertriebsergebnisse zu erzielen. Ihre Handlungskompetenz umfasst zudem die strategische Ausrichtung von Omni-Channel-Kampagnen, die rechtliche und ethische Aspekte des Online-Marketings zu berücksichtigen und sicherzustellen, dass alle Marketingaktivitäten den geltenden rechtlichen Anforderungen entsprechen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

OMNI-CHANNEL-MARKETING (W4BW_442.1)

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

Online-Recht, Verbraucherrecht, Omni-Channel-Vertriebswege, Kontaktpunkte zum Kunden, optimale Integration der Vertriebswege, Erzielung optimaler Vertriebsergebnisse über Vernetzung von Vertriebswegen, Vertiefung von EDV-bezogenen Themen in den Bereichen Mobile-Marketing und dem Social Media und weitere aktuelle Entwicklungstendenzen.

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Graf, A./Schneider, H.: Das E-Commerce Buch: Marktanalysen - Geschäftsmodelle - Strategien, dfv
- Mroz, R.: App-Marketing für iPhone und Android: Planung, Konzeption, Vermarktung von Apps im Mobile Business, dfv
- Schmidt, J.-H.: Social Media, Springer
- Schramm-Klein, H./Wagner, G.: (R)Evolution des Mehrkanalhandels: Von Multi-Channel- über Cross-Channel- zu Omni-Channel-Retailing, Springer
- Solmecke, C./Kocatepe, S.: Recht im Online-Marketing: So schützen Sie sich vor Fallstricken und Abmahnungen, Rheinwerk

Studienrichtung:

Kundenpsychologie und Markenführung (W4BW_443)

(Customer Psychology and Brand Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_443	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Alexander Neumann

Prof. Dr. Hubert Speth

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

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

METHODENKOMPETENZ

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

KUNDENPSYCHOLOGIE UND MARKENFÜHRUNG (W4BW_443.1)

Vertiefung der Kundentypologien, Umgang mit Kundentypen und des nachhaltigen Beziehungsaufbaus, Strategien im (persönlichen) Vertrieb zum Erreichen eines erfolgreichen Verkaufsabschlusses, Vertiefung des Markenbegriffs, der Markenführung, dem erfolgreichen Markenmanagement (Hersteller und Handelsmarke), etc.

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bruhn, M.: Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), München: dtv
- Schnauffer, R./Jung, H.-H.: CRM - Entscheidungen richtig treffen. Die unternehmensindividuelle Ausgestaltung der Anbieter-Kunden-Beziehung, Berlin: Springer-Verlag
- Schmidt, H. J.: Markenführung (Studienwissen kompakt), Wiesbaden: Springer-Gabler
- Schneider, W.: Marketing und Käuferverhalten, München: Oldenbourg
- Zich, C.: Intelligente Werbung, Exzellentes Marketing: Ein praktischer Leitfaden zu Kundenpsychologie und Neuromarketing, Prozessen und Partnermanagement, Wiesbaden: Publicis

Studienrichtung:

Internationale Wertschöpfungskette (W4BW_444)

(International Value Chain)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_444	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Hubert Speth

Prof. Dr. Anja Kern

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Durch das Modul sollen die Studierenden umfassende Fachkenntnisse zu den verschiedenen Aspekten der internationalen Geschäftstätigkeit erworben haben. Sie werden die unterschiedlichen Erscheinungsformen internationaler Unternehmen, Marktteilnehmer und deren Vertriebsstrukturen verstehen und in der Lage sein, die relevanten Geschäftsmodelle und Marketingstrategien im Außenhandel zu analysieren.

Zusätzlich sollen die Studierenden die Prinzipien und Praktiken der Einkaufs- und Absatzmarktforschung beherrschen, einschließlich der Marktselektion und der Erstellung von Absatzprognosen. Sie sollen mit dem Außenwirtschafts- und Zollrecht, internationalen Kaufverträgen sowie den verschiedenen Transport- und Lieferbedingungen vertraut sein. Diese Fachkompetenzen ermöglichen es ihnen, internationale Geschäftsprozesse zu verstehen und effizient zu steuern.

METHODENKOMPETENZ

Im Verlauf des Moduls sollen die Studierenden über Methodenkompetenzen entwickeln, die ihnen ermöglichen, internationale Geschäftsprozesse systematisch zu analysieren und zu optimieren. Sie sollen in der Lage sein, komplexe Marktanalysen durchzuführen, um internationale Marktteilnehmer und Vertriebsstrukturen zu bewerten und geeignete Marketingstrategien zu entwickeln.

Die Studierenden sollen Methoden zur Durchführung von Einkaufs- und Absatzmarktforschung anwenden können, um fundierte Marktselektionen und Absatzprognosen zu erstellen. Außerdem sollen sie Kenntnisse in der Anwendung von Außenwirtschafts- und Zollrecht, sowie der Erstellung und Verwaltung von Außenhandelsdokumenten erlangen. Dies umfasst auch die Fähigkeit, verschiedene Transport- und Lieferbedingungen zu bewerten und zu integrieren, um die logistische Effizienz zu verbessern. Diese Methodenkompetenzen ermöglichen es ihnen, internationale Wertschöpfungsketten effektiv zu gestalten und zu steuern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Das Modul vermittelt den Studierenden personelle und soziale Kompetenzen, die sie befähigen, in internationalen und interkulturellen Geschäftskontexten erfolgreich zu agieren. Sie sollen ihre Kommunikationsfähigkeiten verbessern, um effektiv mit internationalen Partnern und Kunden zu interagieren und kulturelle Unterschiede angemessen zu berücksichtigen. Dies umfasst das Verhandlungsgeschick und die Fähigkeit, klare und präzise in verschiedenen kulturellen und sprachlichen Kontexten zu kommunizieren.

Zusätzlich sollen die Studierenden ihre Teamarbeit und Kooperationsfähigkeit stärken, insbesondere in multinationalen und interdisziplinären Teams. Sie sollen in der Lage sein, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren und gemeinsam an internationalen Projekten zu arbeiten. Diese sozialen Kompetenzen unterstützen sie dabei, in globalen Geschäftsbeziehungen effektiv zu arbeiten, Vertrauen aufzubauen und langfristige Partnerschaften zu etablieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach der Bearbeitung des Moduls sollen die Studierenden übergreifende Handlungskompetenzen entwickelt haben, die es ihnen ermöglichen, internationale Geschäftsprozesse strategisch zu steuern und zu optimieren. Sie werden in der Lage sein, globale Marktchancen zu identifizieren und zu bewerten, indem sie umfassende Marktanalysen und Prognosen durchführen. Dies befähigt sie, fundierte Entscheidungen über Markteintrittsstrategien, Geschäftsmodelle und Marketingstrategien zu treffen.

Zusätzlich sollen die Studierenden die Fähigkeit besitzen, internationale Wertschöpfungsketten effizient zu gestalten, indem sie Transport- und Lieferbedingungen sowie rechtliche Rahmenbedingungen in ihre Planungen integrieren. Sie sollen in der Lage sein, alle Aspekte der internationalen Geschäftstätigkeit, einschließlich Außenhandelsdokumentation und Zollvorschriften, zu koordinieren und zu managen. Diese Handlungskompetenzen ermöglichen es ihnen, globale Geschäftsprozesse erfolgreich zu führen und zu einem nachhaltigen internationalen Geschäftswachstum beizutragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

INTERNATIONALE WERTSCHÖPFUNGSKETTE (W4BW 444.1)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

50

100

Erscheinungsformen internationaler Unternehmen, Marktteilnehmer, Vertriebsstrukturen, Geschäftsmodelle, Einkaufs- und Absatzmarktforschung, Marktselektion, Marketingstrategien, Absatzprognosen, Marketingplanung im Außenhandel, Außenwirtschafts- und Zollrecht, Internationales Kaufvertragswesen, Seefracht, Luftfracht, Eisenbahn- und Straßengüterverkehr, Internationale Lieferbedingungen, Außenhandelsdokumentation;

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Böttger, C.-U./Winter, C.: Verkehrslehre des Außenhandels, Hamburg: Feldhaus
- Büter, C.: Außenhandel: Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen, Berlin: Springer
- Hisrich, R.D.: International Entrepreneurship, Los Angeles: Sage
- Hofmann, et al.: Spedition und Logistik, Heft 3: Außenhandel, München: Beck
- Jahmann, F.U.: Außenhandel, Herne: NWB
- Jahmann, F.U.: Außenhandel kompakt, Herne: NWB
- Reuvid, J./Sherlock, J.: International Trade, London: Kogan

Studienrichtung:

Internationaler Vertrieb spezifischer Branchen (W4BW_445)

(International Sales of Specific Sectors)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_445	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Anja Kern
 Prof. Dr. Hubert Speth

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach
 Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Das Modul gibt den Studierenden die notwendigen Fachkenntnisse, um die finanzwirtschaftlichen Prozessen und Instrumenten des internationalen Vertriebs zu verstehen. Sie müssen die Grundlagen des Auslandszahlungsverkehrs, einschließlich Zahlungsbedingungen, Dokumenteninkasso und Dokumentenakkreditive, sicher beherrschen.

Zudem sollen sie in der Lage sein, Risiken im internationalen Handel zu identifizieren und zu bewerten, einschließlich Risikoarten und Risikopolitik. Sie sollen ein fundiertes Verständnis für Transportversicherungen und Ausfuhrkreditversicherungen haben und diese Kenntnisse praktisch anwenden können, insbesondere durch die Nutzung einer spezifischen internationalen Vertriebssoftware im Rahmen eines Planspiels.

METHODENKOMPETENZ

Am Ende des Moduls sollen die Studierenden über Methodenkompetenzen verfügen, die es ihnen ermöglichen, komplexe finanzwirtschaftliche und rechtliche Prozesse im internationalen Vertrieb effizient zu steuern. Sie sollen in der Lage sein, geeignete internationale Vertriebs- und Finanzinstrumente wie Dokumenteninkasso und Dokumentenakkreditive zu wählen und anzuwenden. Die Studierenden sollen auch lernen, Auslandszahlungsverkehr zu planen und zu verwalten sowie Risikoanalysen durchzuführen, um die entsprechenden Absicherungen wie Transport- und Ausfuhrkreditversicherungen auszuwählen.

Zudem sollen die Studierenden durch die Anwendung und Auswertung eines Planspiels mit spezifischer internationaler Vertriebssoftware praktische Erfahrungen sammeln. Diese Erfahrung soll ihnen ermöglichen, digitale Werkzeuge zur Unterstützung und Optimierung von Vertriebsprozessen gezielt einzusetzen und ihre Analysen und Entscheidungen auf einer fundierten Basis zu treffen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die Bearbeitung des Moduls erwerben die Studierenden ausgeprägte personale und soziale Kompetenzen, die ihnen eine effektive Zusammenarbeit und Kommunikation im internationalen Geschäftsumfeld ermöglichen. Sie sollen ihre interkulturellen Fähigkeiten weiterentwickeln, um in internationalen Teams erfolgreich zu arbeiten und unterschiedliche kulturelle Perspektiven und Kommunikationsstile zu berücksichtigen. Dazu gehört auch die Fähigkeit, in interdisziplinären Teams klare und präzise Informationen zu vermitteln und komplexe Sachverhalte verständlich zu erklären.

Zusätzlich sollen die Studierenden ihre Fähigkeit zur Selbstorganisation und zum Zeitmanagement stärken, um die Anforderungen eines internationalen Vertriebsprojekts effektiv zu erfüllen. Sie sollen in der Lage sein, in stressigen und dynamischen Geschäftssituationen ruhig und professionell zu bleiben, sowie Entscheidungsprozesse und Verhandlungen im

internationalen Kontext souverän zu führen. Diese personalen und sozialen Kompetenzen unterstützen sie dabei, erfolgreich in globalen Märkten zu agieren und ihre beruflichen Ziele im internationalen Vertrieb zu erreichen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Beendigung des Moduls sollen die Studierenden übergreifende Handlungskompetenzen entwickelt haben, die sie in die Lage versetzen, komplexe internationale Vertriebsprozesse strategisch und effektiv zu steuern. Sie sollen in der Lage sein, umfassende finanzwirtschaftliche und rechtliche Aspekte des internationalen Handels zu integrieren und praxisgerechte Lösungen zu entwickeln. Dazu gehört die Fähigkeit, internationale Zahlungs- und Risikomanagementstrategien zu entwerfen und anzuwenden, um finanzielle und operationale Risiken zu minimieren und den internationalen Vertrieb erfolgreich zu gestalten.

Des Weiteren sollen die Studierenden die Kompetenz besitzen, internationale Vertriebsprozesse durch die Anwendung von spezialisierten Vertriebssoftware-Tools zu optimieren und zu simulieren. Dies umfasst die Analyse und Nutzung digitaler Werkzeuge für die Planung und Umsetzung von Vertriebsstrategien sowie das Management von Dokumenten und Zahlungen im internationalen Kontext. Diese übergreifenden Handlungskompetenzen ermöglichen es ihnen, die Effizienz und Effektivität im internationalen Vertrieb zu steigern und nachhaltig zur globalen Geschäftsentwicklung beizutragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

INTERNATIONALER VERTRIEB SPEZIFISCHER BRANCHEN (W4BW_445.1)

50

100

Finanzwirtschaftliche Prozesse, Auslandszahlungsverkehr, Zahlungsbedingungen, Dokumenteninkasso, Dokumentenakkreditive Risiko, Risikopolitik, Risikoarten, Transportversicherung, Ausfuhrkreditversicherung, Planspiel mit einer spezifischen internationalen Vertriebssoftware;

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Altmann, J.: Zahlungssicherung im Außenhandel, Köln: Bundesanzeiger
- Grünberger, D.: IFRS: Ein systematischer Praxis-Leitfaden, Wien: LexisNexis
- Häberle, S.G.: Einführung in die Exportfinanzierung, München: Oldenbourg
- Hofmann et al.: Spedition und Logistik, Heft 3: Außenhandel, München: Beck
- Kehr, H./Jahrmann, F.-U.: Außenhandel (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft), Herne: NWB
- Keßler, H./Reitmeyer, T.: Internationale Handelsfinanzierung: Strategien für Auslandsinvestitionen und Handel, Wiesbaden: Gabler
- Kirsch, H.: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, Herne: NWB
- Sperber, H./Sprink, J.: Internationale Wirtschaft und Finanzen, München: Oldenbourg
- Süchting, J.: Finanzmanagement: Theorie und Politik der Unternehmensfinanzierung, Wiesbaden: Gabler
- Tanski, J.: IFRS: Grundlagen der internationalen Rechnungslegung, München: Beck

Studienrichtung:

Management Accounting (W4BW_446)

(Management Accounting)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_446	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Anja Kern

Prof. Dr. Alexander Neumann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Durch das Modul erwerben die Studierenden umfassende Fachkompetenzen für die Gestaltung von Management- und Controlling-Systemen. Sie sollen die Ziele, Aufgaben und Instrumente des Controllings verstehen und anwenden können, um betriebliche Prozesse effektiv zu überwachen und zu steuern. Zudem sollen sie in der Lage sein, moderne Berichtswesen zu gestalten und zu interpretieren, um fundierte Managemententscheidungen zu unterstützen.

Die Studierenden sollen ein tiefes Verständnis für Value Management und dessen Instrumente erlangen, um eine wertorientierte Unternehmensführung zu fördern. Darüber hinaus sollen sie die Grundsätze des Finanzmanagements beherrschen, einschließlich der Risikobewertung und der Anwendung spezifischer Finanzinstrumente, um die finanzielle Gesundheit und Stabilität des Unternehmens zu gewährleisten.

METHODENKOMPETENZ

Im Rahmen des Moduls erwerben die Studierenden Methodenkompetenzen, die es ihnen ermöglichen, komplexe Controlling- und Finanzmanagementaufgaben effizient zu bewältigen. Sie sollen die Fähigkeit besitzen, verschiedene Controlling-Instrumente und -Techniken auszuwählen, zu gestalten und anzuwenden, um betriebliche Leistungen zu messen, zu analysieren und zu verbessern. Dazu gehört die Nutzung von Kennzahlen und Analysen zur Erstellung von Betriebsvergleichen und zur Identifikation von Verbesserungspotenzialen.

Des Weiteren sollen die Studierenden in der Lage sein, ein modernes Reporting-System zu entwickeln, das den Anforderungen der Unternehmensführung entspricht und fundierte Entscheidungen ermöglicht. Sie sollen Methoden zur Erstellung und Interpretation von Finanzberichten und -analysen beherrschen. Im Bereich Value Management sollen sie Werkzeuge zur wertorientierten Unternehmensführung anwenden können. Im Finanzmanagement sollen sie Finanzinstrumente und -techniken zur Risikobewertung und zur Sicherstellung der finanziellen Stabilität einsetzen können. Diese Methodenkompetenzen ermöglichen den Studierenden, praxisorientierte Lösungen für das Management Accounting zu entwickeln und umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die Teilnahme am Modul entwickeln die Studierenden ausgeprägte personale und soziale Kompetenzen, die für die erfolgreiche Anwendung und Kommunikation von Management- und Controlling-Konzepten entscheidend sind. Sie sollen lernen, ihre analytischen Erkenntnisse und Finanzberichte klar und präzise zu präsentieren, um die Entscheidungsfindung in Teams und Führungsgremien zu unterstützen. Dies umfasst auch die Fähigkeit, komplexe Informationen verständlich und zielgerichtet zu kommunizieren.

Darüber hinaus sollen die Studierenden ihre Fähigkeiten zur Zusammenarbeit und Teamarbeit weiterentwickeln, insbesondere im Kontext der Erstellung und Umsetzung von Controlling- und Finanzstrategien. Sie sollen lernen, konstruktives Feedback zu geben und zu empfangen sowie kooperative Lösungen für komplexe finanzielle Fragestellungen zu

erarbeiten. Diese sozialen Kompetenzen unterstützen sie dabei, effektiv in interdisziplinären Teams zu arbeiten und als vertrauensvolle Ansprechpartner im Management-Accounting-Bereich zu agieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Das Modul vermittelt den Studierenden übergreifende Handlungskompetenzen, die es ihnen ermöglichen, die betrieblichen Steuerungs- und Entscheidungsprozesse umfassend zu beeinflussen und zu verbessern. Sie sollen in der Lage sein, integrierte Controlling- und Finanzmanagementstrategien zu entwerfen und umzusetzen, die auf den spezifischen Anforderungen und Zielen des Unternehmens basieren. Dies umfasst die Fähigkeit, fundierte Entscheidungen auf Basis von Controlling-Daten und Finanzberichten zu treffen, und dabei die langfristige Wertschöpfung und Risikominimierung zu berücksichtigen.

Die Studierenden sollen zudem die Kompetenz besitzen, komplexe Management- und Finanzprojekte eigenständig zu leiten und zu koordinieren. Dazu gehört das effektive Management von Ressourcen und Zeit sowie die Fähigkeit, strategische Ziele mit operativen Maßnahmen in Einklang zu bringen. Sie sollen auch in der Lage sein, die Auswirkungen von finanziellen und operativen Entscheidungen auf das Gesamtunternehmen zu bewerten und entsprechende Anpassungen vorzunehmen, um die Unternehmensziele zu erreichen.

LERN-EINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERN-EINHEITEN

MANAGEMENT ACCOUNTING (W4BW_446.1)

PRÄSENZ-ZEIT

SELBSTSTUDIUM

50

100

Auswahl aus folgenden Themenbereichen (Anzahl und Umfang können variieren und sind von der Studiengangsleitung festzulegen):

- Controlling: Ziele, Aufgaben und Träger des Controllings, exemplarische Vertiefungen von ausgewählten handelspezifischen Instrumenten des Controllings,
- Betriebsvergleich
- Reporting: Zielsetzung, Anforderungen und Gestaltung eines modernen Berichtswesens
- Value Management: Zielsetzung, exemplarische Instrumente einer wertorientierten Unternehmensführung
- Finanzmanagement: Ziele und Aufgaben, exemplarische Vertiefungen von ausgewählten handelspezifischen Instrumenten des Finanzmanagements, Risikobewertung

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Becker, J./Winkelmann, A.: Handelscontrolling: Optimale Informationsversorgung mit Kennzahlen, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Bock, J.M.: Risikomanagement in börsennotierten Industrie- und Handelsunternehmen. Zum Stand der Umsetzung und Nutzung als Instrument der Unternehmensführung, Göttingen: Cuvillier Verlag
- Buttkus, M./Neugebauer, A./Kaland, A. (Hrsg.): Controlling im Handel: Innovative Ansätze und Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler
- Ebner, R.: Handelscontrolling: Eine wertschöpfungsorientierte Konzeption für den Bekleidungs Einzelhandel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Horvath, P. u. a.: Controlling, München: Vahlen
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen
- Weber, J./Bramseman, U./Heineke, C./Hirsch, B.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte – Implementierung – Praxisstatements, Wiesbaden: Springer Gabler

Studienrichtung:

Financial Accounting (W4BW_447)

(Financial Accounting)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_447	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Alexander Neumann
 Prof. Dr. Anja Kern

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach
 Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Im Verlauf des Moduls erwerben die Studierenden umfassende Fachkenntnisse im Bereich der Finanzbuchhaltung und Rechnungslegung. Sie sollen die Ziele und Maßnahmen der Bilanzgestaltung verstehen und in der Lage sein, ausgewählte Instrumente der Datenanalyse sowie die Kapitalflussrechnung anzuwenden. Zusätzlich sollen sie die Konzernrechnungslegung beherrschen, einschließlich der Erstellung und Konsolidierung von Konzernabschlüssen sowie der Erstellung des Konzernanhangs und -lageberichts.

Des Weiteren sollen die Studierenden die internationale Rechnungslegung nach IFRS/IAS kennen und die wesentlichen Unterschiede zur nationalen Rechnungslegung nach HGB verstehen. Diese Fachkompetenz ermöglicht es ihnen, komplexe finanzielle und konsolidierte Berichterstattungen korrekt zu erstellen und zu interpretieren sowie die internationalen Rechnungslegungsstandards anzuwenden.

METHODENKOMPETENZ

Das Modul vermittelt den Studierenden umfassende Methodenkompetenzen in der Finanzbuchhaltung und Rechnungslegung. Sie sollen die Fähigkeit besitzen, verschiedene Bilanzgestaltungs- und Datenanalysewerkzeuge anzuwenden, um die finanzielle Lage eines Unternehmens präzise zu bewerten und zu präsentieren. Dies umfasst die Anwendung der Kapitalflussrechnung zur Analyse der Zahlungsströme und zur Bewertung der finanziellen Stabilität.

Zusätzlich sollen die Studierenden Methoden zur Erstellung und Konsolidierung von Konzernabschlüssen kennen und verstehen, einschließlich der Anwendung von Konsolidierungsverfahren und der Erstellung von Konzernanhangs und -lageberichten. Sie sollen auch in der Lage sein, internationale Rechnungslegungsstandards wie IFRS/IAS auf die Bilanzierung und Berichterstattung anzuwenden und die Unterschiede zur nationalen Rechnungslegung nach HGB präzise zu identifizieren und zu berücksichtigen. Diese Methodenkompetenzen befähigen sie, komplexe finanzielle Daten systematisch zu verarbeiten und korrekt zu berichten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die Teilnahme am Modul entwickeln die Studierenden ausgeprägte personale und soziale Kompetenzen, die für die erfolgreiche Anwendung und Kommunikation von Management- und Controlling-Konzepten entscheidend sind. Sie sollen lernen, ihre analytischen Erkenntnisse und Finanzberichte klar und präzise zu präsentieren, um die Entscheidungsfindung in Teams und Führungsgremien zu unterstützen. Dies umfasst auch die Fähigkeit, komplexe Informationen verständlich und zielgerichtet zu kommunizieren.

Darüber hinaus sollen die Studierenden ihre Fähigkeiten zur Zusammenarbeit und Teamarbeit weiterentwickeln, insbesondere im Kontext der Erstellung und Umsetzung von Controlling- und Finanzstrategien. Sie sollen lernen, konstruktives Feedback zu geben und zu empfangen sowie kooperative Lösungen für komplexe finanzielle Fragestellungen zu

erarbeiten. Diese sozialen Kompetenzen unterstützen sie dabei, effektiv in interdisziplinären Teams zu arbeiten und als vertrauensvolle Ansprechpartner im Management-Accounting-Bereich zu agieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden übergreifende Handlungskompetenzen entwickelt haben, die es ihnen ermöglichen, umfassende finanzielle Analysen und Berichterstattungen präzise und effizient durchzuführen. Sie sollen in der Lage sein, komplexe finanzielle Daten zu interpretieren und fundierte Entscheidungen zu treffen, indem sie sowohl nationale als auch internationale Rechnungslegungsstandards anwenden. Diese Fähigkeit zur fundierten Analyse und Interpretation unterstützt sie dabei, die finanzielle Lage eines Unternehmens in verschiedenen Kontexten zu bewerten und zu kommunizieren.

Zusätzlich sollen die Studierenden die Fähigkeit besitzen, komplexe Rechnungslegungsprozesse zu verstehen und kompetent mitzuwirken, insbesondere bei der Erstellung und Konsolidierung von Konzernabschlüssen. Sie sollen in der Lage sein, die Anforderungen der Bilanzgestaltung und Konsolidierung zu integrieren, um präzise und konforme Finanzberichte zu erstellen. Diese Handlungskompetenzen ermöglichen ihnen, strategische finanzielle Entscheidungen zu treffen und eine nachhaltige und regelkonforme Finanzsteuerung im Unternehmen zu gewährleisten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

FINANCIAL ACCOUNTING (W4BW_447.1)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

50

100

Auswahl aus folgenden Themenbereichen (Anzahl und Umfang können variieren und sind von der Studiengangsleitung festzulegen):

- Bilanzmanagement: Ziele und Maßnahmen der Bilanzgestaltung, ausgewählte Instrumente der Datenanalyse, Kapitalflussrechnung
- Konzernrechnungslegung: Konzernabschluss, Konsolidierungsverfahren, Konzernanhang und -lagebericht
- Internationale Rechnungslegung: Bilanzgestaltung nach IFRS/IAS, wesentliche Unterschiede von HGB und IFRS/IAS

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Coenenberg, A./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Küting, K./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Küting, K./Weber, C.-P.: Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Pellens, B./Fülbier, R.W./Gassen, J./Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung. IFRS 1 bis 13, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Studienrichtung:

Führung (W4BW_448)

(Leadership)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_448	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Alexander Neumann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach
Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

150

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

50

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

100

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Durch die Teilnahme am Modul sollen die Studierenden umfassende Fachkenntnisse in moderner Personalführung und Mitarbeiterführung erworben haben, um die Unterschiede zwischen Mitarbeiterführung und Leadership zu verstehen und die psychologischen Grundlagen erfolgreicher Führung zu beherrschen. Die Studierenden sollen die Prinzipien der situativen Führung anwenden können und wissen, wie man Spitzenleistungen in Organisationen fördert und erhält.

Darüber hinaus werden sie in der Lage sein, verschiedene Führungsmethoden und -instrumente zu identifizieren und zu nutzen, um ganzheitliche Führungskonzepte zu entwickeln und anzuwenden.

METHODENKOMPETENZ

Das Modul vermittelt den Studierenden die Methodenkompetenzen, damit sie in die Lage versetzt werden, moderne Führungsansätze und -techniken anzuwenden, um Führungssituationen effektiv zu gestalten. Dazu gehört die Fähigkeit, situative Führungsansätze zu evaluieren und gezielt einzusetzen, um auf unterschiedliche Mitarbeiterbedürfnisse und Unternehmenssituationen zu reagieren.

Die Studierenden sollen Methoden zur Analyse und Verbesserung von Führungskompetenzen beherrschen, einschließlich der Anwendung psychologischer Theorien und Modelle auf Führungssituationen. Sie werden lernen, Instrumente zur Bewertung von Führungserfolg und -effektivität zu nutzen und individuelle sowie organisatorische Leistungssteigerung durch gezielte Führungsstrategien zu fördern. Durch praxisnahe Übungen werden sie auch in der Lage sein, Führungsmethoden kritisch zu reflektieren und weiterzuentwickeln, um zukunftsfähige Führungskonzepte zu gestalten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erlangen durch das Modul ausgeprägte personale und soziale Kompetenzen, die für eine effektive Führung unerlässlich sind. Sie werden in der Lage sein, ihre eigenen Führungskompetenzen reflektiert einzusetzen und kontinuierlich zu verbessern. Dazu gehört die Fähigkeit zur Selbstbewertung und Selbstentwicklung in Führungssituationen, sowie die Anwendung von Feedbackmethoden, um die eigene Führungswirkung zu optimieren.

Des Weiteren werden die Studierenden ihre Fähigkeit zur empathischen und zielgerichteten Kommunikation stärken, um konstruktive Beziehungen zu Mitarbeitern aufzubauen und zu pflegen. Sie sollen auch lernen, Konflikte im Team lösungsorientiert zu moderieren und die Motivation sowie das Engagement der Mitarbeiter gezielt zu fördern. Diese sozialen und personalen Kompetenzen helfen ihnen, ein positives Arbeitsklima zu schaffen und ein effektives, motiviertes Team zu führen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Stand vom 24.01.2025

Im Rahmen des Moduls erwerben die Studierenden übergreifende Handlungskompetenzen, die sie befähigen, komplexe Führungsaufgaben in verschiedenen organisatorischen Kontexten erfolgreich zu bewältigen. Sie werden die Fähigkeit besitzen, Führungsstrategien zielgerichtet zu entwickeln und anzuwenden, um sowohl individuelle als auch organisatorische Ziele zu erreichen. Dies umfasst das Verständnis für die Implementierung von ganzheitlichen Führungskonzepten, die Anpassung von Führungsstilen an unterschiedliche Situationen und die Integration von Feedback und Evaluation zur kontinuierlichen Verbesserung der Führungsqualität.

Zusätzlich werden die Studierenden in der Lage sein, unternehmerische Herausforderungen mit einem systemischen Ansatz zu meistern, indem sie Führungskompetenzen in die strategische Planung und das Management von Veränderungsprozessen einbeziehen. Sie sollen strategische Entscheidungen treffen können, die sowohl die langfristige Entwicklung der Organisation als auch die Förderung einer positiven Unternehmenskultur unterstützen. Diese Handlungskompetenzen ermöglichen es ihnen, als Führungskräfte sowohl die Leistung von Teams zu maximieren als auch innovative und nachhaltige Führungsansätze erfolgreich umzusetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

FÜHRUNG (W4BW_448.1)

Moderne Personalführung und Mitarbeiterführung

Abgrenzung Mitarbeiterführung und Leadership

Psychologische Grundlagen der Führung

Situative Führung

Spitzenleistungen und Spitzenorganisation

Einflussfaktoren und Instrumente erfolgreicher Führung

Ganzheitliche Führung

Unternehmertum

Führungsmethoden, gestern, heute, in Zukunft

Übungen zur Führung

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bartscher, T./Stöckl, J./Träger, T.: Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, Pearson
- Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung, München: Vahlen Verlag
- Hinterhuber, H.: Leadership – Strategisches Denken systematisch schulen von Sokrates bis heute, Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Buch
- Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Berlin, Heidelberg: Springer
- Hümmelich, K./Lücke, O./Mauer, R.: Arbeitsrecht: Vertragsgestaltung – Prozessführung – Personalarbeit – Betriebsvereinbarungen, Baden-Baden: Nomos Verlag
- Kouzes, J.M./Posner, B.Z.: Leadership Challenge, Weinheim: Wiley-VCH-Verlag
- Lindner-Lohmann, D./Lohmann, F./Schirmer, U.: Personalmanagement, Berlin, Heidelberg: Springer Verlag
- Northouse, P.: Leadership – Theory and Practice, Thousand Oaks: Sage Publications
- von Rosenstiel, L.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag
- Scholz, C.: Grundzüge des Personalmanagements, München: Vahlen Verlag
- Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung (BA KOMPAKT), Berlin, Heidelberg: Springer Gabler-Verlag
- Staehle, W.: Management, München: Vahlen Verlag
- Steckler, B./Pepels, W.: Handbuch für Rechtsfragen im Unternehmen, Heme: NWB Verlag
- Weibler, J.: Personalführung, München: Vahlen Verlag
- Zentes, J./Biesiada, H./Schramm-Klein, H.: Performance-Leadership im Handel, Frankfurt: Deutscher Fachverlag

Studienrichtung: Personalmanagement

Personal (W4BW_449)

(Human Resources)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_449	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Thomas Batz

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Heilbronn

Heilbronn

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Im Verlauf des Moduls erwerben die Studierenden umfassende Fachkenntnisse im Personalmanagement und Arbeitsrecht. Sie werden in der Lage sein, sämtliche Aspekte des Personalmanagements zu verstehen und anzuwenden, von der Personalbedarfsermittlung und -planung über Personalmarketing, Personaleinstellung und -entwicklung bis hin zur Vergütung und Sozialpolitik. Sie sollen zudem die Prinzipien und Strategien des Personalcontrollings und der Personalverwaltung beherrschen und grundlegende Kenntnisse in Führungs- und Personalpsychologie sowie in Ethik und Corporate Social Responsibility anwenden können.

Im Bereich Arbeitsrecht werden die Studierenden die rechtlichen Grundlagen für Personalvertragsstrategien, flexible Arbeitsformen, Kündigungen, Arbeitszeugnisse sowie Outsourcing und Outplacement anwenden können. Sie sollen mit den relevanten arbeitsrechtlichen Regelungen, Verfahren und der Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat vertraut sein, um in der Praxis rechtssichere Personalentscheidungen treffen zu können.

METHODENKOMPETENZ

Nach der Bearbeitung des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, eine Vielzahl von Methoden und Techniken im Personalmanagement effizient anzuwenden. Sie werden befähigt, die Phasen des Personalmanagements – von der Bedarfsermittlung und Personalplanung bis hin zur Personalentwicklung und Vergütung – systematisch zu analysieren und gezielt zu gestalten. Dazu gehört die Fähigkeit, geeignete Instrumente für Personalmarketing, Personaleinstellung und Talentmanagement auszuwählen und anzuwenden.

Darüber hinaus werden die Studierenden befähigt, relevante Personal- und Arbeitsmarktdaten zu erheben und zu interpretieren, um fundierte Planungs- und Entscheidungsprozesse zu unterstützen. Sie lernen, Personalinformationssysteme effektiv zu nutzen, um Daten zu analysieren und das Personalcontrolling zu optimieren. Ihre Methodenkompetenz umfasst auch die Anwendung von Verhandlungstechniken und rechtlichen Bewertungskompetenzen, um Verträge zu gestalten und arbeitsrechtliche Fragestellungen fundiert zu bearbeiten. Schließlich werden sie geschult, ethische Richtlinien und Corporate Social Responsibility-Praktiken im Personalmanagement zu integrieren, um gesetzliche und ethische Standards einzuhalten und eine verantwortungsvolle Personalpolitik zu fördern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Im Rahmen des Moduls erwerben die Studierenden ausgeprägte personale und soziale Kompetenzen, die sie in der Praxis des Personalmanagements effektiv einsetzen können. Sie entwickeln die Fähigkeit, in interdisziplinären Teams konstruktiv zusammenzuarbeiten, um Personalprozesse zu gestalten und zu optimieren. Dies schließt die Kompetenz ein, respektvoll und empathisch mit verschiedenen Stakeholdern zu kommunizieren, sei es mit Mitarbeitenden, Führungskräften oder externen Partnern, und ein positives Arbeitsumfeld zu fördern.

Die Studierenden lernen, wie sie Führungs- und Motivationstechniken anwenden, um das Engagement und die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter zu steigern. Sie entwickeln ein Bewusstsein für ethische Fragestellungen und die Bedeutung von Corporate Social Responsibility (CSR) im Personalmanagement, was ihnen ermöglicht, Entscheidungen zu treffen, die nicht nur den Unternehmenszielen, sondern auch den sozialen und ethischen Anforderungen gerecht werden. Ihre Fähigkeiten in der Konfliktlösung und im Umgang mit komplexen Personalfragen werden durch die praxisnahe Anwendung von Personalpsychologie und ethischen Überlegungen gestärkt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden übergreifende Handlungskompetenzen entwickelt, die sie dazu befähigen, komplexe und integrierte Personalstrategien zu entwerfen und umzusetzen. Sie können die Wechselwirkungen zwischen Personalmanagement, Unternehmensstrategie und rechtlichen Rahmenbedingungen verstehen und anwenden, um maßgeschneiderte Lösungen für unterschiedliche Personalherausforderungen zu finden.

Die Studierenden werden zudem fähig sein, innovative Personalstrategien zu entwickeln, die den langfristigen Erfolg des Unternehmens unterstützen und gleichzeitig den gesetzlichen und ethischen Standards entsprechen. Sie können Veränderungen im Personalmanagement aktiv steuern und dabei sowohl die betrieblichen Ziele als auch die Bedürfnisse der Mitarbeitenden berücksichtigen. Durch ihre Kompetenz in der Anwendung von Personalinformationssystemen und -tools können sie fundierte Entscheidungen treffen und die Effizienz der Personalabteilung verbessern. Schließlich sind sie in der Lage, ihre Kenntnisse in der Personalpsychologie und Ethik praktisch anzuwenden, um ein verantwortungsvolles und motivierendes Arbeitsumfeld zu schaffen, das die Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung fördert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Bartscher, T./Stöckl, J./Träger, T.: Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, Pearson.

Brockermann, R.: Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung, München: Vahlen Verlag.

Hinterhuber, H.: Leadership – Strategisches Denken systematisch schulen von Sokrates bis heute, Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Buch, 2011.

Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Berlin, Heidelberg: Springer.

Hümmerich, K./Lücke, O./Mauer, R.: Arbeitsrecht: Vertragsgestaltung – Prozessführung – Personalarbeit – Betriebsvereinbarungen, Baden-Baden: Nomos Verlag, akt. Auflage.

Kouzes, J.M./Posner, B.Z.: Leadership Challenge, Weinheim: Wiley-VCH-Verlag.

Lindner-Lohmann, D./Lohmann, F./Schirmer, U.: Personalmanagement, Berlin, Heidelberg: Springer Verlag, akt. Auflage.

Northouse, P.: Leadership – Theory and Practice, Thousand Oaks: Sage Publications, akt. Auflage.

Scholz, C.: Grundzüge des Personalmanagements, München: Vahlen Verlag, akt. Auflage.

Staehele, W.: Management, München: Vahlen Verlag, 1999.

Steckler, B./Pepels, W.: Handbuch für Rechtsfragen im Unternehmen, Heme: NWB Verlag, akt. Auflage.

von Rosenstiel, L.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag, akt. Auflage.

Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung (BA KOMPAKT), Berlin, Heidelberg: Springer Gabler-Verlag.

Weibler, J.: Personalführung, München: Vahlen Verlag, akt. Auflage.

Zentes, J./Biesiada, H./Schramm-Klein, H.: Performance-Leadership im Handel, Frankfurt: Deutscher Fachverlag.

Studienrichtung:

Lager- und Distributionslogistik (W4BW_450)

()

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_450	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Alexander Neumann

Prof. Dr. Anja Kern

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

METHODENKOMPETENZ

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

LAGER- UND DISTRIBUTIONSLOGISTIK (W4BW_450.1)

PRÄSENZZEIT

0

SELBSTSTUDIUM

0

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Studienrichtung:

SCM und Produktionslogistik (W4BW_451)

(SCM and Production Logistics)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_451	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Anja Kern

Prof. Dr. Alexander Neumann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

METHODENKOMPETENZ

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

SCM UND PRODUKTIONSLOGISTIK (W4BW_451.1)

PRÄSENZZEIT

0

SELBSTSTUDIUM

0

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Studienrichtung:

Strategien des vertrieblichen Beziehungsmanagements (W4BW_452)

(Sales Relationship Management Strategies)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_452	3. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Hubert Speth

Prof. Dr. Alexander Neumann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mosbach

Mosbach

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Portfolio

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

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

Das Modul vermittelt den Studierenden umfassende Fachkenntnisse in der professionellen Produktpräsentation und im Servicemanagement. Sie werden in der Lage sein, spezifische Techniken und Strategien zur effektiven Präsentation von Produkten zu beherrschen, einschließlich der Bewertung und Optimierung von Präsentationen anhand praktischer Store-Checks.

Darüber hinaus sollen die Studierenden tiefgehendes Wissen im Servicemanagement über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg erlangen. Dies umfasst die Fähigkeit, Servicemaßnahmen für Industrie-, Handels- und Handwerksunternehmen zu planen und umzusetzen. Sie sollen auch Erfahrung in der Konzeption und Durchführung von Veranstaltungen sammeln, was ihnen ermöglicht, solche Events strategisch zu planen und erfolgreich durchzuführen. Diese Fachkompetenzen ermöglichen den Studierenden, ihre Verkaufsstrategien gezielt zu verbessern und Serviceprozesse effektiv zu gestalten.

METHODENKOMPETENZ

Am Ende des Moduls sollen die Studierenden folgende Methodenkompetenzen entwickelt haben:

1. Analyse und Optimierung von Präsentationen: Die Studierenden sollen Methoden zur Bewertung und Verbesserung von Produktpräsentationen anwenden können. Dies umfasst die Fähigkeit, Store-Checks durchzuführen, um Schwächen in der Präsentation zu identifizieren und gezielte Optimierungsmaßnahmen zu entwickeln. Sie sollen lernen, verschiedene Präsentationstechniken zu analysieren und bewährte Praktiken für eine überzeugende und effektive Produktdarstellung anzuwenden.

2. Planung und Durchführung von Servicemanagement-Prozessen: Die Studierenden sollen Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich des Servicemanagements erwerben, um diesen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu planen und zu optimieren. Dies beinhaltet die Anwendung von Methoden zur Verbesserung der Servicequalität und zur Implementierung von Servicestandards in Industrie-, Handels- und Handwerksunternehmen.

3. Konzeption und Umsetzung von Veranstaltungen: Die Studierenden sollen Techniken zur Planung und Durchführung von Veranstaltungen beherrschen. Dies umfasst die Anwendung von Projektmanagement-Methoden zur Organisation und Durchführung von Events, einschließlich der Budgetierung, Ressourcenplanung und Evaluierung des Veranstaltungserfolgs. Sie sollen lernen, Veranstaltungen strategisch zu konzipieren, um die Ziele des Unternehmens oder Projekts effektiv zu erreichen.

Diese Methodenkompetenzen befähigen die Studierenden, praktische Verkaufs- und Serviceprojekte erfolgreich zu managen und innovative Ansätze zur Verbesserung von Verkaufsstrategien und Serviceleistungen zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Im Rahmen des Moduls sollen die Studierenden ihre personalen und sozialen Kompetenzen signifikant weiterentwickelt haben. Sie sollen ihre Fähigkeiten im Bereich der interpersonellen Kommunikation und der Kundeninteraktion stärken, um sowohl in der Produktpräsentation als auch im Servicemanagement erfolgreich zu agieren. Die Studierenden werden lernen, auf individuelle Kundenbedürfnisse einzugehen, überzeugend zu kommunizieren und eine positive Kundenbeziehung aufzubauen.

Darüber hinaus sollen sie Teamarbeit und Kooperationsfähigkeiten durch die Arbeit an praktischen Projekten, wie der Planung und Durchführung von Veranstaltungen, weiterentwickeln. Dies umfasst die Fähigkeit, effektiv in interdisziplinären Teams zu arbeiten, Verantwortung zu übernehmen und konstruktives Feedback zu geben sowie anzunehmen. Diese Kompetenzen sind entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung von Verkaufsstrategien und die Optimierung von Serviceprozessen in der Praxis.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Absolvierung des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, umfassende und zielgerichtete Verkaufsstrategien zu entwickeln und umzusetzen, die auf fundierter Analyse und praktischer Optimierung basieren. Sie werden befähigt sein, komplexe Präsentationsprojekte zu leiten und dabei innovative Techniken zur Produktdarstellung anzuwenden, um die Effektivität der Verkaufsprozesse zu steigern und den Erfolg am Markt zu maximieren.

Darüber hinaus sollen die Studierenden die Fähigkeit entwickeln, umfassende Servicemanagement-Strategien über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu gestalten und umzusetzen. Sie werden lernen, wie man Veranstaltungen konzipiert und durchführt, um sowohl Kunden als auch interne Stakeholder zu überzeugen und langfristige, erfolgreiche Beziehungen aufzubauen. Diese übergreifenden Handlungskompetenzen ermöglichen es den Studierenden, als Führungskräfte oder Fachkräfte im Verkaufs- und Servicebereich strategisch zu agieren und nachhaltige Erfolge in ihren Projekten zu erzielen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

VERTIEFENDE ELEMENTE DES PERSÖNLICHEN VERKAUFS (W4BW_452.1)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

50

100

Vertiefung der Besonderheiten der Produktpräsentation gekoppelt mit einem Projekt zur Bewertung und Optimierung von Präsentationen in der Praxis (Store-Checks).

Vertiefung der Besonderheiten des Servicemanagements über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg für Industrie, Handels- und Handwerksunternehmen, Vertiefung der Konzeption und Planung von

Veranstaltungen gekoppelt mit einem entsprechenden Projekt.

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Dinkel, M./Luppold, S.: Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, München: Oldenburg-Verlag
- Ebster, C./Garaus, M.: Räume, die zum Kauf verführen – Store Design und Visual Merchandising, Wiesbaden: Gabler Verlag
- Graeve, M. von: Veranstaltungen organisieren, Freiburg: Haufe TaschenGuide

- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Gabler Verlag

- Pepels, W.: Servicemanagement, München: Oldenburg-Verlag

Studienrichtung: (Leer)

Handels- und Steuerrecht (W4BW_453)

((Modul-Code) Economic Law and Taxation)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_453	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Petra Thalmeier
 Prof. Dr. Thomas Bauer

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mannheim
 Ravensburg

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)

0

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

0

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

0

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der Besteuerung und gelehnten handels- und gesellschaftlichen Rechtsmaterien. Sie verstehen die zentralen handels- und steuerrechtlichen 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 beherrschen die handelsrechtlichen und steuerlichen Grundlagen für betriebliche Fragestellungen und verstehen die relevanten Gesetzestexte. Sie sind in der Lage, Sachverhalte steuerliche und handelsrechtlich einzuordnen und zu würdigen. Es sollen durch Übungen und konkrete Praxisbeispiele Erkenntnisse erlangt werden, die zur Lösung von steuerlichen und handelsrechtlichen Problemstellung geeignet ist.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Änderungsdynamik im Bereich der Besteuerung und des Handelsrechts 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 Besteuerung und des Handelsrechts 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

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, steuerliche Fragestellungen einzuordnen und mögliche Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten frühzeitig zu erkennen. 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

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

Betriebswirtschaftslehre

LITERATUR

Studienrichtung: (Leer)

Integriertes Intensivprogramm mit Auslandsaufenthalt (W4BW_454)

(Blended Intensive Programme with Stay Abroad)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_454	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Jan Specht

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

Standardnoten

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Projektbericht (mit Präsentation)

Präsentation

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

20

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, wie ihre Branche im internationalen Kontext stattfindet. Sie verfügen über ein integriertes Grundlagenwissen auf dem Gebiet der Entwicklung branchenspezifischer Produkte. Sie können situations- und bedarfsgerechte Konzepte erstellen und die dazu notwendigen Analysen durchführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, Instrumente, Methoden und Forschungsansätze im Hinblick auf ihre Anwendbarkeit für die Bearbeitung von Fragestellungen im internationalen Umfeld sowohl im theoretischen als auch beruflichen Kontext zu bewerten, selbständig anzuwenden und ihre Auswirkungen zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert, Probleme im internationalen Kontext aus unterschiedlichen Perspektiven zu sehen und kreativ zu bearbeiten. Sie können konstruktiv über verschiedene Lösungsansätze diskutieren und sind bestrebt, kritische Kommentare über eigene Ansätze einzuholen und zu reflektieren. Sie sind teamfähig und in der Lage, sich auf die Rollen, Bedürfnisse und Interessen unterschiedlicher Akteure einzustellen und sich mit ihnen lösungsorientiert auszutauschen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit und Bereitschaft, ihre persönlichen fachspezifischen Kompetenzen im beruflichen Kontext kritisch zu reflektieren und anzuwenden. Sie können aktuelle und zukünftige Entwicklungen – auch über regionale und nationale Grenzen hinweg – erkennen, beurteilen und entsprechend eigenverantwortlich, mit Weitblick und Umsicht, handeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

INTEGRIERTES INTENSIVPROGRAMM MIT AUSLANDSAUFENTHALT (W4BW_454.1)

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

Virtuelle Lernphase (Onlineseminare):

- Vorstellung Teilnehmer, Projekt, Problemstellung und Zielsetzung
- Internationales Projektmanagement
- Marketing und Produktentwicklung

Auslandsphase (physische Mobilität):

- Projektvorstellung
- Produktentwicklung
- Workshops und Präsentationen

BESONDERHEITEN

Das Modul beinhaltet einen Auslandsaufenthalt und folgt dem Rahmen eines ERASMUS+ Blended Intensive Programmes (BIP). Dies setzt die Teilnahme von mindestens zwei weiteren Partnerhochschulen voraus. Die Studierenden haben dadurch die Möglichkeit eine finanzielle Förderung zu erhalten.

Siehe: https://eu.daad.de/medien/eu.daad.de.2016/dokumente/infos-fuer-hochschulen/projektdurchfuehrung/ausfuehrliche_informationen_zu_den_blended_intensive_programmes__ka131_.pdf

Die im Rahmen des Moduls erworbenen Kompetenzen werden als Beitrag zur Erlangung des Interkulturellen Zertifikats der DHBW angerechnet.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Präsentation.

VORAUSSETZUNGEN

Gute Kenntnisse der englischen Sprache

LITERATUR

- Bäckström, K./Egan-Wyer, C./Samsioe, E.: The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing Will Transform Retail and Customer Experience, Cham: Springer International Publishing
- Berndt, R./Fantapié Altobelli, C./Sander, M.: Internationales Marketingmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kotler, P./Keller, K./Chernev, A.: Marketing Management, London: Pearson
- Meffert, H./Burmann, C./Becker, C.: Internationales Marketing-Management – Ein markenorientierter Ansatz, Stuttgart: Kohlhammer
- Nieto-Rodriguez, A.: Harvard Business Review Project Management Handbook: How to Launch, Lead, and Sponsor Successful Projects, Brighton, Massachusetts: Harvard Business Review Press
- Opresnik, M. O./Hollensen, S.: International Marketing – Principles and Practice: A Management-Oriented Approach, Hamburg: Opresnik
- Trott, P.: Innovation Management and New Product Development, London: Pearson

Studienrichtung: (Leer)

Event- und Projektmanagement (W4BW_455)

(Event and Project Management)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULART
W4BW_455	2. Studienjahr	1	Studiengangswahlmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Anja Brittner-Widmann
 Prof. Dr. Torsten Widmann

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Ravensburg
 Ravensburg

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

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	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen einen fundierten Überblick über die Grundlagen der Veranstaltungsorganisation in projekt- und funktionsorientierter Perspektive erlangen. Sie erhalten grundlegende Kenntnisse und praxisorientierte Methoden zur Planung, Durchführung und Nachbereitung von Events. Sie lernen, Projekte systematisch zu planen, zu organisieren und zielgerichtet zu steuern. Bei der Konzeption, Umsetzung und Nachbearbeitung werden wirtschaftliche, rechtliche und logistische Aspekte berücksichtigt, um auch Risiken, Budgets und Ressourcen effizient managen zu können.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Planungstools zur strukturierten Organisation und Überwachung von Projekten anzuwenden. Darüber hinaus erwerben sie Kenntnisse im Umgang mit Budgetierungs- und Ressourcenplanungstechniken, die sie befähigen, finanzielle und materielle Ressourcen effizient zu planen und einzusetzen. Sie lernen, potenzielle Risiken frühzeitig zu identifizieren und geeignete Maßnahmen zur Risikominderung umzusetzen sowie Techniken der Qualitätskontrolle anzuwenden, um die angestrebten Projektergebnisse zu sichern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die praxisorientierte Arbeit an Fallstudien und simulierten Projekten entwickeln die Studierenden ihre Fähigkeit zur Zusammenarbeit und Kommunikation in Teamprojekten weiter. Sie lernen, Verantwortung für spezifische Aufgaben innerhalb eines Teams zu übernehmen, ihre eigene Leistung und die des Teams zu reflektieren und Feedback konstruktiv einzusetzen. Sie erweitern ihre Fähigkeit, verschiedene Perspektiven und Meinungen zu integrieren und sich erfolgreich in Teamsituationen einzubringen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Projekte und Events ganzheitlich zu planen und durchzuführen und dabei unterschiedliche Anforderungen – von organisatorischen und finanziellen bis hin zu sozialen und qualitativen Aspekten – in ihre Entscheidungen einzubeziehen, um sie in der späteren Berufspraxis anzuwenden. Damit sind sie in der Lage, komplexe Veranstaltungen oder Projekte zu gestalten und umzusetzen, die zur Wertschöpfung in der Tourismus-, Hotel- und Gastronomiebranche beitragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

EVENT- UND PROJEKTMANAGEMENT (W4BW_455.1)

Grundlagen des Projektmanagements – zentrale Begriffe und Phasen – Projektlebenszyklus, Planung und Steuerung von Projekten – Instrumente im Projektmanagement – Budgetierung und Ressourcenplanung – Grundlagen des Eventmanagements – Konzeption, Planung, Durchführung und Nachbereitung von Veranstaltungen und Events – Rechtsgrundlagen – Praxisbeispiele und Fallstudien

PRÄSENZZEIT

55

SELBSTSTUDIUM

95

BESONDERHEITEN

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./Schröder, 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:

Schlüsselqualifikationen I (W4BW_701)

(Key Qualifications I)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_701	1. Studienjahr		Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Ariana Finkel

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Projekt, 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)

1050

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

420

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

630

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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****TEAMTRAINING/ -BILDUNG (W4BW_701.12)**

20

30

Grundlagen der Teamarbeit und Teamtraining

- Begriff Team
- Rollen in Teams
- Gruppendynamische Prozesse
- Kommunikation in Teams
- Führung von Teams
- Teamdiagnose
- Teamentwicklung
- Probleme der Teamarbeit
- Strategische Erfolgsfaktoren der Teamarbeit

Teambuilding

- Teamentwicklungsstufen
- Kennenlernmethoden
- Kommunikations- und Informationsmanagement
- Zusammenarbeit im Team
- Übungen zur Teambildung

SELBSTMANAGEMENT (W4BW_701.13)

20

30

Theoretische Grundlagen

- Vergleich verschiedener Konzepte des Selbstmanagements
- Psychologische, pädagogische, handlungstheoretische und wirtschaftswissenschaftliche Perspektiven
- Selbstmanagement als Kompetenz
- Bezug zu nahen Ansätzen wie z. B. Zeitmanagement, Arbeits- und Lerntechniken, Work-Life-Balance, Stressmanagement, persönliches Wissensmanagement
- Bedeutung des Selbstmanagements in unterschiedlichen Rollen (z. B. Berufliche Rollen, Privatrollen)
- Neue Anforderungen in einer digitalisierten Lebens- und Arbeitswelt (Future Work Skills)
- Kritische Analyse des Konzeptes Selbstmanagement

Praktische Ansätze, Methoden und Techniken des Selbstmanagements (im Folgenden Beispiele)

- Emotionale, volitionale und motivationale Selbstregulation
- Selbstreflexion
- Sinn- und Wertebildung
- Methoden für ...
 - Prioritäten erkennen, Ziele setzen,
 - Strategien und Pläne bilden,
 - Selbstmotivation, Pläne umsetzen
 - Fortschritte in der Umsetzung kontrollieren
 - Selbstkritik, aus Erfahrungen lernen

JURISTISCHE METHODENLEHRE (W4BW_701.14)

20

30

- Definition „Recht“
- Spannungsfeld Recht und Gerechtigkeit
- Gesetzesrecht versus case law
- Aufbau einer Rechtsnorm: Tatbestand und Rechtsfolge
- Methoden der Gesetzesauslegung

- Legaldefinitionen
- Verweisungstechnik
- Gesetzliche Vermutungen und Fiktionen
- Gesetzeskonkurrenzen
- Analogien und erst-recht-Schlüsse
- Gutachten- und Urteilsstil

RESILIENZ UND STRESSMANAGEMENT (W4BW_701.15) 30 45

- o Grundlagen der Stressforschung (Stress und Stressoren, physiologische und psychologische Auswirkungen von Stress, Stressmodelle und -theorien, biologische Grundlagen von Stress und Resilienz, Neurobiologie des Stresses, etc.)
- o Grundlagen der Resilienzforschung (Modelle der Resilienz, Resilienzfaktoren, Messung von Resilienz, Persönlichkeitsmerkmale resilienter Menschen, Entwicklung von Resilienz, etc.)
- o Stressmanagementtechniken und -tools (körperliche Stressbewältigung; kognitive Stressbewältigung; verhaltensbezogene Stressbewältigung, etc.)
- o Resilienz im Berufsalltag (Unsicherheit und Adversity, Vertrauen; Diversity, Aufbau eines starken sozialen Netzwerks, Work-Life-Balance; Mental Load, etc.)
- o Führung und Resilienz: (resiliente Führungskräfte, Förderung von Resilienz in Teams; Gestaltung resilienter Arbeitsumgebungen, etc.)

KRITISCHES DENKEN FÜR WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTLER (W4BW_701.17) 30 45

Ziel dieses Moduls ist es, Studierende zu befähigen, komplexe Fragestellungen mit wirtschaftlicher Relevanz systematisch und kritisch zu analysieren. Sie sollen lernen, Informationen kritisch zu bewerten und zu interpretieren, logische Schlussfolgerungen zu ziehen, alternative Perspektiven zu berücksichtigen, ihre Argumentation klar und überzeugend darzustellen.

Grundlagen des kritischen Denkens (kritisches Denken und seine Komponenten, Analyse, Bewertung, Schlussfolgerung, Hindernisse beim kritischen Denken wie kognitive Verzerrungen, Vorurteile, etc.); Logik und Argumentation (Formale Logik, Identifizierung von Fehlschlüssen, Identifikation von Prämissen und Schlussfolgerungen, Erkennung von Fehlschlüssen z.B. Zirkelschlüsse, Strohmännchen-Argumente, etc.); Datenanalyse und Entscheidungsfindung, (Daten-)Visualisierung; Problemlösen und Kreativität; Philosophische Grundlagen kritischen Denkens (Erkenntnistheorie, Wissenschaftstheorie, Ethik, etc.); Kognitionspsychologie Grundlagen des kritischen Denkens; Gegenstand und Nutzen von Gedankenexperimenten im ethisch-unternehmerischen Kontext; Kommunikationstheoretische Grundlagen des kritischen Denkens (klare und präzise Argumentation, Überzeugende Präsentationen, Interkulturelle Kommunikation, etc.); Ethische Aspekte des kritischen Denkens (Ethische Entscheidungsfindung, Ethische Dilemmata in der Wirtschaft; Corporate Social Responsibility (CSR); Nachhaltigkeit als Aspekt von Geschäftsentscheidungen)

ORGANISATIONALE RESILIENZ UND KRISENMANAGEMENT (W4BW_701.16) 30 45

Organisationale Resilienz; Resilienz in der Arbeitswelt; Resilienzfaktoren in Organisationen; Bedeutung von Resilienz in einer dynamischen und komplexen Umwelt; Zusammenhang zwischen individueller und organisationaler Resilienz; Psychologische Sicherheit; Führung und Resilienz ; Führung in Krisenzeiten; Change Management; Risikoanalyse und Krisenmanagement; Unternehmenskultur und Resilienz; Positive Psychologie im Arbeitsumfeld Resilienz und Technologie

PRÄSENTATIONS- UND KOMMUNIKATIONSKOMPETENZ (W4BW_701.4) 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		
BASISQUALIFIKATION FACHSPRACHE (W4BW_701.5)	30	45
- Geschäftsbriefe (Anfragebriefe, Bestellungen, Beschwerdebriefe etc.)		
- Reports und Proposals		
- Kundentelefonate		
- Analyse von Case Studies		
- Präsentation des eigenen Unternehmens		
- Analyse und Diskussion aktueller Wirtschaftsthemen, z.B. basierend auf Artikeln		
- Fachvokabular aus der jeweiligen Studienrichtung		
- Tense review		
LERNTECHNIKEN (W4BW_701.6)	20	30
Theoretische Grundlagen:		
- Vergleich verschiedener theoretischer Konzepte des Lernens (Lerntheorien)		
- Psychologische, pädagogische Perspektiven		
- Bezug zu nahen Ansätzen wie z. B. Selbstmanagement, Zeitmanagement, Arbeitstechniken, Stressmanagement, persönliches Wissensmanagement		
- Neue Anforderungen zum lebenslangen Lernen in einer digitalisierten Lebens- und Arbeitswelt (Future Work Skills)		
Praktische Ansätze, Methoden und Techniken des Lernens (im Folgenden Beispiele):		
- Reflexion des eigenen Lernverhaltens (z. B. Motivation, Einstellung, Selbstbild, Lemertyp, Präferenzen, Strategien, ...)		
- Erarbeitung verschiedener Lernstrategien und -techniken, z. B.:		
• Rahmenbedingungen für optimales Lernen		
• Sinnvolle Zeiteinteilung als Lernvoraussetzung		
• Einteilung des Lernstoffs in Schwierigkeitsgrade		
• Bedeutung von Merktechniken für den Lernprozess		
• Anwendung von Konzentrationstechniken		
• Bessere Lernleistungen durch Selbstmotivation		
• Prioritäten setzen und einhalten		
- Die Lernkartei		
- Behebung von Lernstopps		
- Lernen in Entspannung		
- Wissen organisieren, zusammenfassen und sichtbar machen		
- Informationen systematisch darstellen		
- Lernen in einer Lerngruppe		
- Lebenslanges Lernen, Weiterbildungsplanung		
- Selbstorganisiertes Lernen		
- Digital gestütztes Lernen		
ZEITMANAGEMENT (W4BW_701.8)	20	30
Theoretische Grundlagen		
- Theoretische Grundlagen des Zeitmanagements		

- Psychologische, handlungstheoretische und wirtschaftswissenschaftliche Perspektiven
- Zeitmanagement als Kompetenz
- Bezug zu nahen Ansätzen wie z. B. Selbstmanagement, Projektmanagement, Arbeits- und Lerntechniken, Work-Life-Balance, Stressmanagement, persönliches Wissensmanagement, Führungsverhalten
- Bedeutung des Zeitmanagements in unterschiedlichen Rollen (z. B. Führungsrollen, Privatrollen)
- Neue Anforderungen in einer digitalisierten Lebens- und Arbeitswelt (z. B. Umgang mit Ablenkungen, Informationsflut, Permanente Erreichbarkeit, ...)
- Kritische Analyse des Konzeptes Zeitmanagement

Praktische Ansätze, Methoden, Techniken und Tools des Zeitmanagements (im Folgenden Beispiele)

- Analyse des eigenen Zeitmanagements
- Ursachen und Lösungen für Prokrastination
- Einzelne Techniken und Ansätze
 - Effektivitätsansatz nach Covey
 - Getting Things Done
 - ALPEN-Methode
 - Eisenhower-Methode
 - Software-Tools und papiergebundene Tools
 - Zeitmanagement in Meetings
 - Delegation
 - Prioritäten erkennen, Ziele setzen
 - Strategien und Pläne bilden
 - Selbstmotivation, Pläne umsetzen

STUDIENRICHTUNGSSPEZIFISCHE SEMINARE (W4BW_701.9) 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.

WORKING INTERNATIONALLY/DEVELOPING ENGLISH SKILLS (W4BW_701.10) 20 30

- Fremdwahrnehmung, Selbstwahrnehmung und Stereotypisierungen: Sensibilisierung für Probleme, die in interkulturellen Kommunikationssituationen auftreten können (Culture Awareness-Training)
- Eigenkulturelle Prägung und unterschiedliche Kulturstandards: Ursprünge und Auswirkungen auf Geschäftsbeziehungen (Verständnis von Zeit, Kommunikationsmuster, Körpersprache, sozialer Status, Individualitätsindex, Machtdistanz)
- Soziale, ökonomische, politische Perspektiven ausgewählter Länder in Europa, Amerika und Asien
- Berücksichtigung potentieller Probleme bei Geschäftskontakten, Vermittlung interkultureller Handlungskompetenz, Integration in interkulturelle Teams.
- Analyse von „Critical incidents“
- Förderung und Entwicklung der Fähigkeit, mit Menschen anderer Kulturen erfolgreich zu agieren
- Kennenlernen der von Besonderheiten der eigenen und anderen Kulturen
- Vermittlung eines Verständnisses für kulturelle Zusammenhänge und Erwerb interkultureller Handlungskompetenzen
- Fachspezifisches Vokabular aus der jeweiligen Studienrichtung
- Fachsprache im Geschäftsverkehr, z.B. Gespräche und Verhandlungen, Verträge, Angebote
- Fachspezifische Präsentationsvorträge z.B. Darstellung/Erläuterung von Graphiken, Daten, Fakten, Diagrammen, Entwicklungen, Trends
- Fachspezifische Präsentation von Dokumenten, z.B. Geschäftsberichte, Projektberichten, Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnungen, Verträge
- Übersetzung branchenspezifischer Standards und Normen

IT-KOMPETENZ (W4BW_701.11) 20 30

- Spektrum der IT-Anwendungen der jeweiligen Studienrichtung
- Anwendung und Übung mit verschiedenen Tools

GRUNDLAGEN DES WISSENSCHAFTLICHEN ARBEITENS (W4BW_701.1)

30

45

- Akademische Arbeitstechniken (u.a. Kompetenzen, Lerntheorie, Lernstrategien und -techniken (z.B. Mind Map, Memotechniken/Behaltensstrategien), Arbeitsplatz- und Lernorganisation, Lesen, Schreib-/Präsentationstechniken und -methoden, Stressbewältigung (z.B. Zeitmanagement, Selbstmanagement), Kommunikation und Zusammenarbeit mit anderen
- 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 Zitaten, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben

GRUNDLAGEN DES WISSENSCHAFTLICHEN ARBEITENS (W4BW_701.2)

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 Zitaten, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben

KREATIVITÄTS- UND PROBLEMLÖSUNGSTECHNIKEN (W4BW_701.7)

20

30

Kreativitätstechniken:

- Theoretische und konzeptionelle Verankerung
- Zielsetzung und Nutzen von Kreativitätstechniken
- Verschiedene Kreativitätstechniken: Dreamteam/Kreativ Arbeiten im Meeting
- CLICKING
- Trigger für geniale Kommunikation. Idee
- Visuelle Synektik - Ablauf, Regeln, Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Risiken
- Brainstorming
- Brainwriting
- Mindmapping
- Osborn-Checklist
- Morphologische Matrix
- Anwendungsbereiche von Kreativitätstechniken mit konkreter Bezugnahme auf realtypische ökonomische Problemstellungen der Berufspraxis
- praktische Übungen zur Anwendung ausgewählter Kreativitätstechniken
- Design-Thinking

Problemlösungstechniken:

- Konfliktursache
- Konfliktsignale
- Konfliktsymptome
- Konfliktmechanismen
- Positive Funktionen von Konflikten
- Mediation (informelle Konfliktvermittlung)
- Schlichtung
- psychologische und kommunikationstheoretische Zusammenhänge
- Reframing von Konfliktsituationen
- positive Konfliktgesprächsführung
- Umgang mit Aggressionen
- intrapersonelle Konflikte
- Ausdruck und Wahrnehmung von nonverbalen Signalen

PRÄSENTATIONS- UND KOMMUNIKATIONSKOMPETENZ (W4BW_701.3)

30

45

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

BASISQUALIFIKATION FACHSPRACHE (W4BW_701.18)

20

30

- Geschäftsbriefe (Anfragebriefe, Bestellungen, Beschwerdebriefe etc.)
- Reports und Proposals
- Kundentelefonate
- Analyse von Case Studies
- Präsentation des eigenen Unternehmens
- Analyse und Diskussion aktueller Wirtschaftsthemen, z.B. basierend auf Artikeln
- Fachvokabular aus der jeweiligen Studienrichtung
- Tense review

BESONDERHEITEN

Stand vom 24.01.2025

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
- Renner, H.-G./Strasmann, 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
- Stichel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Studienrichtung:

Schlüsselqualifikationen II (W4BW_702)

(Key Qualifications II)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULART
W4BW_702	3. Studienjahr	2	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

Prof. Dr. Ariana Finkel

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

Mannheim

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation

SPRACHE

Deutsch

BENOTUNG DES MODULS

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG

Unbenoteter Leistungsnachweis

BESCHREIBUNG PRÜFUNGEN

PRÜFUNGSDAUER

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)

2475

DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)

825

DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)

1650

ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

WISSENSCHAFTSTHEORIE UND METHODEN DER EMPIRISCHEN FORSCHUNG (W4BW_702.1)

25

50

1) Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Forschung

Wissenschaftstheorie:

- Wissenschaft und Wissenschaftstheorie, Einordnung der Disziplinen

- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, Konstruktivismus)

Stand vom 24.01.2025

- Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie (z.B. Aussagen, Axiom, Hypothese, Modell, Theorie)
- Forschungslogik (Induktion, Deduktion, wissenschaftliche Erklärungsmodelle)
- Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft
- Ethik in den Wirtschaftswissenschaften

Methoden der empirischen Sozialforschung:

- Typologie wissenschaftlicher Arbeiten (konzeptionelle/ modellierende Arbeiten, empirische Untersuchungen, Metastudien) und Methodologie
- Operationalisieren und messen
- Auswahlverfahren (Stichproben, Verzerrungen, Gewichtungen)
- Untersuchungsformen und Datenerhebung (Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment)
- Datenaufbereitung und erste Analyse (Datenaufbereitung/-codierung, Dokumentation, Häufigkeiten, Kreuztabellen, Lagemaße)
- Fortgeschrittene Datenanalyse (Streuungen, Korrelationen, multivariate Verfahren, Signifikanzaussagen)
- Besonderheiten qualitativer Sozialforschung, Phasen des Forschungsprozesses
- Prinzipien der Darstellung und Interpretation (Visualisierung, Interpretation, Datenquellen)

FUNKTIONSSPEZIFISCHE FALLSTUDIEN (W4BW_702.10) 25 50

Fallstudien, mit denen die jeweilige Studienrichtung, die für sie wichtigen studienrichtungsspezifischen Inhalte und Methoden praxisnah vermitteln kann.

STUDIENRICHTUNGSSPEZIFISCHE SEMINARE (W4BW_702.11) 25 50

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.

STUDIENRICHTUNGSBEZOGENE SOFTWAREANWENDUNGEN (W4BW_702.12) 25 50

In den studienrichtungsspezifischen Softwareanwendungen werden mittels studienrichtungsspezifischer Software Inhalte vermittelt, welche die Kern- und Wahlmodule der Studienrichtung ergänzen.

STUDIENRICHTUNGSBEZOGENE SOZIALKOMPETENZEN (W4BW_702.13) 25 50

In der Veranstaltung werden studienrichtungsbezogene Sozialkompetenzen vermittelt, welche über die in den Kern- und Wahlmodulen vermittelten Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen hinausgehen und diese ergänzen. Die Seminare können auch in Form von Outdoor-Seminaren durchgeführt werden.

VERKAUFSTECHNIKEN (W4BW_702.14) 25 50

- Psychologische Grundlagen des Verkaufs
- Bedeutung der emotionalen Ebene im Verkauf
- Rolle verbaler und nonverbaler Kommunikation im Verkaufsprozess
- Einklang von Logos, Ethos und Pathos im Verkauf
- Neuronale Grundlagen des Verkaufs (alternativ: Neuronale Grundlagen von Kaufentscheidungen)
- Ausrichtung der Verkaufsprozesse an strategischen Grundlagen des Unternehmens (alternativ: an Werten, Zielen und Strategien des Unternehmens)
- Phasen des Verkaufsprozesses
- Kaufmotive
- Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit (als Erfolgsfaktoren im Verkaufsprozess)
- Klienten-Bedarfsanalyse als Grundlage der Kundenakquisition und des Verkaufs
- Instrumentelle Aspekte des Verkaufs (z. B. Technik des Aktiven Zuhörens, Nutzenargumentation, Einwandbehandlung etc.)
- Verkaufstechniken in Sales- und After Sales-Prozessen
- Verkaufstechniken bei Neukunden vs. Verkauf bei Bestandskunden (alternativ: bei Neu- und Bestandskunden)
- Bedeutung von und Techniken zur Vermeidung kognitiven Nachkaufdissonanzen
- Kurzfristiger vs. Langfristiger Verkaufserfolg (alternativ: Kurzfristige und langfristige Verkaufserfolge als Resultat von Verkaufstechniken)

GESPRÄCHS- UND VERHANDLUNGSFÜHRUNG (W4BW_702.15) 25 50

Gesprächsführung

- Psychologische Grundlagen der Gesprächsführung
- Gesprächspsychologie und Körpersprache: Nonverbale Kommunikation in Gesprächen
- Gestaltung und Planung von Kundengesprächen
- Phasen des Kundengesprächs
- Gesprächsstrategien
- Argumentationstechniken
- Fragetechniken
- Zuhören

Verhandlungsführung

- Psychologische Grundlagen der Verhandlungsführung
- Verhandlungspsychologie und Körpersprache: Nonverbale Kommunikation in Verhandlungen
- Phasen des Verhandlungsprozesses (Vorbereitung, Durchführung, Abschluss, Nachbereitung)
- Elemente der Verhandlungsführung: Verhandlungsstrategien, Verhandlungstechniken, Verhandlungstaktiken, Verhandlungsstile
- Entwicklung ganzheitlicher Verhandlungsstrategien
- Entwicklung kreativer Verhandlungsoptionen
- Erkennung von Verhandlungspositionen und Verhandlungsinteressen
- Entwicklung und Test von Argumentationen
- Harvard-Verhandlungsmodell

ANGEWANDTES PROJEKTMANAGEMENT (W4BW_702.16)

25 50

- Phasen des Projektmanagements
- Projektcontrolling
- Qualitätsmanagement in Projekten
- Risikomanagement in Projekten
- Methoden und Tools des Projektmanagements

BRANCHENSPEZIFISCHES PROJEKTMANAGEMENT (W4BW_702.17)

25 50

PROJEKTSKIZZE ZUR BACHELORARBEIT (W4BW_702.18)

25 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

KUNDENORIENTIERTE GESPRÄCHSFÜHRUNG (W4BW_702.19)

25 50

- Überblick über Verhandlungstechniken, -strategien und -stile
- Verhandlungsprozess in verschiedenen Branchen
- Verhandlungsunterstützung
- Verhandlungsprozesse als Aufgabe interner Berater
- Anwendung des Harvard-Konzepts für Verhandlungen
- zentrale Faktoren für Verhandlungserfolge in unterschiedlichen Kontexten
- Psychologische Grundlagen des Kundengesprächs
- Gestaltung und Planung des Kundengesprächs
- Phasen des Kundengesprächs
- Rolle verbaler und nonverbaler Kommunikation in Kundengesprächen
- Bedeutung der emotionalen Ebene in den verschiedenen Branchen

VERTIEFUNG WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN (W4BW_702.2)

25 50

- Wissenschaftliches Schreiben, Argumentationsketten/roter Faden, Umgang mit Schreibblockaden, Lesestrategien
- Wissenschaftliches Exposé

- Vertiefte Übungen zum Wissenschaftlichen Arbeiten aus SQ I

IT-KOMPETENZ (W4BW_702.20)

25

50

- Spektrum der IT-Anwendungen der jeweiligen Studienrichtung

- Anwendung und Übung mit verschiedenen Tools

TEAMTRAINING/-BUILDING (W4BW_702.21)

25

50

Grundlagen der Teamarbeit und Teamtraining

- Begriff Team

- Rollen in Teams

- Gruppendynamische Prozesse

- Kommunikation in Teams

- Führung von Teams

- Teamdiagnose

- Teamentwicklung

- Probleme der Teamarbeit

- Strategische Erfolgsfaktoren der Teamarbeit

Teambuilding

- Teamentwicklungsstufen

- Kennenlernmethoden

- Kommunikations- und Informationsmanagement

- Zusammenarbeit im Team

- Übungen zur Teambildung

SELBSTMANAGEMENT (W4BW_702.22)

25

50

Theoretische Grundlagen

- Vergleich verschiedener Konzepte des Selbstmanagements

- Psychologische, pädagogische, handlungstheoretische und wirtschaftswissenschaftliche Perspektiven

- Selbstmanagement als Kompetenz

- Bezug zu nahen Ansätzen wie z. B. Zeitmanagement, Arbeits- und Lerntechniken, Work-Life-Balance, Stressmanagement, persönliches Wissensmanagement

- Bedeutung des Selbstmanagements in unterschiedlichen Rollen (z. B. Berufliche Rollen, Privatrollen)

- Neue Anforderungen in einer digitalisierten Lebens- und Arbeitswelt (Future Work Skills)

- Kritische Analyse des Konzeptes Selbstmanagement

Praktische Ansätze, Methoden und Techniken des Selbstmanagements (im Folgenden Beispiele)

- Emotionale, volitionale und motivationale Selbstregulation

- Selbstreflexion

- Sinn- und Wertebildung

- Methoden für ...

• Prioritäten erkennen, Ziele setzen,

• Strategien und Pläne bilden,

• Selbstmotivation, Pläne umsetzen

• Fortschritte in der Umsetzung kontrollieren

• Selbstkritik, aus Erfahrungen lernen

MODERATION (W4BW_702.23)

25

50

- Anwendungsfelder bzw. Kontexte für Moderationen

- Erfolgsfaktoren von Moderationen: Gesprächsführung, Visualisierung, Persönliches Verhalten des Moderierenden und Methodische Arbeitsweise des Moderierenden.
- Ebenen der Moderation
- Rolle von Moderierenden
- Aufgaben von Moderierenden
- Prozess der Moderation: Vorbereitung und Planung, Durchführung sowie Nachbereitung und Dokumentation der Ergebnisse
- Vorbereitung von Moderationen (Ziele, Rahmenbedingungen, Ressourcen, Moderationskonzept)
- Vorstrukturierung der Mitschriften von Moderationen
- Techniken der Moderation:
 - Visualisierungstechniken (z. B. Schaubilder, Skizzen, farbliche Elemente, Formen)
 - Fragetechniken: Beachte die goldene Moderationsregel: "Fragen statt sagen!" (z. B. W-Fragen)
 - Techniken für Präsentations- und Informationsphasen in der Moderation (z. B. Pecha Kucha)
 - Techniken für das Sammeln von Informationen, Ideen und Sachverhalten (z. B. Kartenabfrage bzw. Metaplantchnik)
 - Techniken für das Strukturieren von Informationen, Ideen und Sachverhalten (z. B. Fischgräten- bzw. ISHIKAWA-Diagramm)
 - Techniken für das Entwickeln bzw. Erzeugen von neuen Ideen bzw. Lösungen (z.B. Kreativitätstechniken)
 - Techniken zur Bewertung von Informationen, Ideen und Sachverhalten (z. B. Ein- oder Mehrpunktfragen)
 - Techniken für Entscheidungsphasen (z. B. Selektionsmatrix)
 - Reflexions- und Feedbacktechniken (z. B. Zirkuläres Feedback)
- Medien zur Visualisierung
- Methoden zur Steuerung von Diskussionen (Lenkung durch Fragen, Zusammenfassung von Beiträgen, Rückspiegelung des Verhaltens an Teilnehmer)
- Dokumentation der Ergebnisse (Fotoprotokolle etc.)

LEADERSHIP WORKSHOP (W4BW_702.24)

25

50

- Kompetenz durch angewandtes Führungswissen
- Selbsterfahrungstool zur eigenen Persönlichkeit (Persönlichkeitstest auf Basis der Big Five)
- Führungsinstrumente: Entscheidungsfindung, Delegation, Mitarbeitergespräch, Zielvereinbarung,
- Abgleich Selbst- und Fremdbild
- Eigenreflexion im Kontext des Führungsverhaltens
- Leadershipverhalten (Selbsttest, z.B. nach Conger & Kanungo)
- Selbsterfahrungsmodule zu ausgewählten Leitthemen, z.B. Projektorganisation, Optimierung von Kooperations- und Entscheidungsprozessen
- Führungsverhalten und -stile
- Unternehmenskultur und Führungskultur
- Health-oriented Leadership
- Führen der GenY und Z
- Führen agiler Teams
- Selbst- und Transfererfahrung durch pferdegestütztes Führungs-Coaching und Outdoor-Seminare
- Outdoortraining (Mitarbeiter- und Führungstraining mit Reflexion und Transfer)
- Business Knigge (z.B. Kundenempathie und -wertschätzung, Umgangsformen in Geschäftssituationen)

SPSS (W4BW_702.25)

25

50

- Einführung in die Programmbedienung (z.B. Daten- vs. Variablenansicht, Datenimport und -export, Dateneingabe, Benennung von Variablen, Festlegen von Skalenniveaus und Werten)
- Datenmodifikation (z.B. Rekodieren von Variablen, Analyse von Subgruppen, Setzen von temporären und dauerhaften Filtern, Gewichtungungen)
- Deskriptive Datenanalyse (z.B. Berechnung von Häufigkeiten, Analyse von Lage- und Streumaßen)
- Instrumente der bivariaten induktiven Datenanalyse (z.B. chi2-Test, T-Test, U-Test, Korrelationen)
- Instrumente der multivariaten induktiven Datenanalyse (z.B. Varianzanalyse, Regressionsanalyse)
- Instrumente zur Segmentierung und Klassifikation (z.B. explorative Faktorenanalyse, Clusteranalyse)

- Automatisierung von Prozessen und Analysen (z.B. Erstellung und Einsatz von Syntaxdateien, praktische Anwendungsfälle)		
- Datenvisualisierung (z.B. Erstellen von Diagrammen, Export von SPSS-Grafiken)		
WIRTSCHAFTSMEDIATION (W4BW_702.26)	25	50
Vertiefung des Verständnisses quantitativer Methoden, z. B. Rentenrechnung, Tilgungsrechnung, Barwert- und interne Zinsfußmethode, Lineare Gleichungssysteme, Lineare Programmierung, Simulationstechnik, Anwendung quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung.		
JURISTISCHE METHODENLEHRE (W4BW_702.27)	25	50
- Definition „Recht“		
- Spannungsfeld Recht und Gerechtigkeit		
- Gesetzesrecht versus case law		
- Aufbau einer Rechtsnorm: Tatbestand und Rechtsfolge		
- Methoden der Gesetzesauslegung		
- Legaldefinitionen		
- Verweisungstechnik		
- Gesetzliche Vermutungen und Fiktionen		
- Gesetzeskonkurrenzen		
- Analogien und erst-recht-Schlüsse		
- Gutachten- und Urteilsstil		
BERUFS- UND ARBEITSPÄDAGOGISCHE FERTIGKEITEN IN DER BERUFLICHEN AUSBILDUNG (W4BW_702.28)	25	50
INTERNETABHÄNGIGKEIT - DIGITALE KOMPETENZ (W4BW_702.29)	25	50
- Entwicklung eines Suchtverständnisses		
- Ursachen, Entstehung und Suchtmodelle		
- Formen der Sucht - Wirkungsweisen und Auswirkungen		
- Diagnostik		
- Hilfestellungen und Therapie		
- Sucht am Arbeitsplatz		
- Suchtprävention		
BRANCHENSPEZIFISCHE UNTERNEHMENSIMULATION (W4BW_702.3)	25	50
In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:		
- Entwicklung von Unternehmensleitbildern		
- Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur		
- Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)		
- Erprobung der Qualität von Leistungen		
- Situationsspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen		
- Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen		
- Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg		
- Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)		
- Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team		
KRITISCHES DENKEN FÜR WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTLER (W4BW_702.30)	25	50
Grundlagen des kritischen Denkens (kritisches Denken und seine Komponenten, Analyse, Bewertung, Schlussfolgerung, Hindernisse beim kritischen Denken wie kognitive Verzerrungen, Vorurteile, etc.); Logik und Argumentation (Formale Logik, Identifizierung von Fehlschlüssen, Identifikation von Prämissen und Schlussfolgerungen, Erkennung von Fehlschlüssen z.B. Zirkelschlüsse, Strohmännchen-Argumente, etc.); Datenanalyse und Entscheidungsfindung, (Daten-)Visualisierung; Problemlösen und Kreativität; Philosophische Grundlagen kritischen Denkens (Erkenntnistheorie, Wissenschaftstheorie, Ethik, etc.); Kognitionspsychologie Grundlagen des kritischen Denkens; Gegenstand und Nutzen von Gedankenexperimenten im ethisch-unternehmerischen Kontext; Kommunikationstheoretische Grundlagen des kritischen Denkens (klare und präzise Argumentation, Überzeugende Präsentationen, Interkulturelle Kommunikation, etc.); Ethische Aspekte des kritischen Denkens		

(Ethische Entscheidungsfindung, Ethische Dilemmata in der Wirtschaft; Corporate Social Responsibility (CSR); Nachhaltigkeit als Aspekt von Geschäftsentscheidungen)

RESILIENZ UND STRESSMANAGEMENT (W4BW_702.31) 25 50

- o Grundlagen der Stressforschung (Stress und Stressoren, physiologische und psychologische Auswirkungen von Stress, Stressmodelle und -theorien, biologische Grundlagen von Stress und Resilienz, Neurobiologie des Stresses, etc.)
- o Grundlagen der Resilienzforschung (Modelle der Resilienz, Resilienzfaktoren, Messung von Resilienz, Persönlichkeitsmerkmale resilienter Menschen, Entwicklung von Resilienz, etc.)
- o Stressmanagementtechniken und -tools (körperliche Stressbewältigung; kognitive Stressbewältigung; verhaltensbezogene Stressbewältigung, etc.)
- o Resilienz im Berufsalltag (Unsicherheit und Adversity, Vertrauen; Diversity, Aufbau eines starken sozialen Netzwerks, Work-Life-Balance; Mental Load, etc.)
- o Führung und Resilienz: (resiliente Führungskräfte, Förderung von Resilienz in Teams; Gestaltung resilienter Arbeitsumgebungen, etc.)

ORGANISATIONALE RESILIENZ UND KRISENMANAGEMENT - ORGANIZATIONAL RESILIENCE AND CRISIS MANAGEMENT: (W4BW_702.32) 25 50

Organisationale Resilienz; Resilienz in der Arbeitswelt; Resilienzfaktoren in Organisationen; Bedeutung von Resilienz in einer dynamischen und komplexen Umwelt; Zusammenhang zwischen individueller und organisationaler Resilienz; Psychologische Sicherheit; Führung und Resilienz; Führung in Krisenzeiten; Change Management; Risikoanalyse und Krisenmanagement; Unternehmenskultur und Resilienz; Positive Psychologie im Arbeitsumfeld Resilienz und Technologie

WIRTSCHAFTSENGLISCH (W4BW_702.33) 25 50

- Geschäftsbriefe (Anfragebriefe, Bestellungen, Beschwerdebriefe etc.)- Reports und Proposals- Kundentelefonate- Analyse von Case Studies- Präsentation des eigenen Unternehmens- Analyse und Diskussion aktueller Wirtschaftsthemen, z.B. basierend auf Artikeln- Fachvokabular aus der jeweiligen Studienrichtung- Tense review

FUNKTIONSSPEZIFISCHE UNTERNEHMENSSIMULATION (W4BW_702.4) 25 50

In Kontext der Funktionsspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere auf unternehmerische Funktionen oder Marketinginstrumente bezogene Simulationen in Form von Brettspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation können zum Beispiel Simulationen zu nachfolgend exemplarisch genannten Themenschwerpunkten sein:

- Logistik
- Marketing
- Markenmanagement
- Vertrieb

LERNTECHNIKEN (W4BW_702.5) 25 50

Theoretische Grundlagen:

- Vergleich verschiedener theoretischer Konzepte des Lernens (Lerntheorien)
- Psychologische, pädagogische Perspektiven
- Bezug zu nahen Ansätzen wie z. B. Selbstmanagement, Zeitmanagement, Arbeitstechniken, Stressmanagement, persönliches Wissensmanagement
- Neue Anforderungen zum lebenslangen Lernen in einer digitalisierten Lebens- und Arbeitswelt (Future Work Skills)

Praktische Ansätze, Methoden und Techniken des Lernens (im Folgenden Beispiele):

- Reflexion des eigenen Lernverhaltens (z. B. Motivation, Einstellung, Selbstbild, Lernertyp, Präferenzen, Strategien, ...)
- Erarbeitung verschiedener Lernstrategien und -techniken, z. B.:
 - Rahmenbedingungen für optimales Lernen
 - Sinnvolle Zeiteinteilung als Lernvoraussetzung
 - Einteilung des Lernstoffs in Schwierigkeitsgrade
 - Bedeutung von Merktechniken für den Lernprozess
 - Anwendung von Konzentrationstechniken
 - Bessere Lernleistungen durch Selbstmotivation
 - Prioritäten setzen und einhalten
- Die Lernkartei

- Behebung von Lernstopps
- Lernen in Entspannung
- Wissen organisieren, zusammenfassen und sichtbar machen
- Informationen systematisch darstellen
- Lernen in einer Lerngruppe
- Lebenslanges Lernen, Weiterbildungsplanung
- Selbstorganisiertes Lernen
- Digital gestütztes Lernen

KREATIVITÄTS- UND PROBLEMLÖSUNGSTECHNIKEN (W4BW_702.6)

25

50

Kreativitätstechniken:

- Theoretische und konzeptionelle Verankerung
- Zielsetzung und Nutzen von Kreativitätstechniken
- Verschiedene Kreativitätstechniken: Dreamteam/Kreativ Arbeiten im Meeting
- CLICKING
- Trigger für geniale Kommunikation. Idee
- Visuelle Synektik - Ablauf, Regeln, Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Risiken
- Brainstorming
- Brainwriting
- Mindmapping
- Osborn-Checklist
- Morphologische Matrix
- Anwendungsbereiche von Kreativitätstechniken mit konkreter Bezugnahme auf realtypische ökonomische Problemstellungen der Berufspraxis
- praktische Übungen zur Anwendung ausgewählter Kreativitätstechniken
- Design-Thinking

Problemlösungstechniken:

- Konfliktursache
- Konfliktsignale
- Konfliktsymptome
- Konfliktmechanismen
- Positive Funktionen von Konflikten
- Mediation (informelle Konfliktvermittlung)
- Schlichtung
- psychologische und kommunikationstheoretische Zusammenhänge
- Reframing von Konfliktsituationen
- positive Konfliktgesprächsführung
- Umgang mit Aggressionen
- intrapersonelle Konflikte
- Ausdruck und Wahrnehmung von nonverbalen Signalen

ZEITMANAGEMENT (W4BW_702.7)

25

50

Theoretische Grundlagen

- Theoretische Grundlagen des Zeitmanagements
- Psychologische, handlungstheoretische und wirtschaftswissenschaftliche Perspektiven

- Zeitmanagement als Kompetenz
- Bezug zu nahen Ansätzen wie z. B. Selbstmanagement, Projektmanagement, Arbeits- und Lerntechniken, Work-Life-Balance, Stressmanagement, persönliches Wissensmanagement, Führungsverhalten
- Bedeutung des Zeitmanagements in unterschiedlichen Rollen (z. B. Führungsrollen, Privatrollen)
- Neue Anforderungen in einer digitalisierten Lebens- und Arbeitswelt (z. B. Umgang mit Ablenkungen, Informationsflut, Permanente Erreichbarkeit, ...)
- Kritische Analyse des Konzeptes Zeitmanagement

Praktische Ansätze, Methoden, Techniken und Tools des Zeitmanagements (im Folgenden Beispiele)

- Analyse des eigenen Zeitmanagements
- Ursachen und Lösungen für Prokrastination
- Einzelne Techniken und Ansätze
 - Effektivitätsansatz nach Covey
 - Getting Things Done
 - ALPEN-Methode
 - Eisenhower-Methode
 - Software-Tools und papiergebundene Tools
 - Zeitmanagement in Meetings
 - Delegation
 - Prioritäten erkennen, Ziele setzen
 - Strategien und Pläne bilden
 - Selbstmotivation, Pläne umsetzen

WISSENSMANAGEMENT (W4BW_702.8)

25

50

Grundlagen eines persönlichen Informations- und Wissensmanagements, Wissensmodell von Probst et. al., Wissenserwerb durch kollaboratives und organisatorisches Lernen, Konzepte der Wissensteilung und des Wissenstransfers, Methoden der Nutzung von Mitarbeiterwissen (z. B. Storytelling), Integration von Wissen, Markt- und Kundeninformationen in elektronischen Datenbanken, Aufbau von Informations- und Wissensdatenbanken, Nutzung von OpenSource-Produkten zur Informationssammlung und Strukturierung, Methoden der Bewertung von immateriellen Gütern, Strategien des persönlichen Wissensmanagements.

STUDIENRICHTUNGSBEZOGENE FALLSTUDIEN (W4BW_702.9)

25

50

Fallstudien, mit denen die jeweilige Studienrichtung für sie wichtige studienrichtungsspezifische Inhalte und Methoden praxisnah vermitteln kann.

BESONDERHEITEN

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
- 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
- Stöckel-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		1	Studiengangsmodul

MODULVERANTWORTUNG

STANDORT MODULVERANTWORTUNG

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	SPRACHE	BENOTUNG DES MODULS
Projekt		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	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
BACHELORARBEIT (W4BW_901.1)	0	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.