



**Hochschule
Bonn-Rhein-Sieg**
University of Applied Sciences

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Campus Rheinbach



Business Administration (B.A.)

Modulhandbuch



Inhaltsübersicht

0	Curriculum	5
1	Module des 1. Semesters	8
1.1	Brückenkurse/Propädeutik	9
1.1.1	Mathematik	10
1.1.2	Excel	11
1.1.3	PowerPoint.....	12
1.2	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	13
1.2.1	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre und das internationale Management	14
1.2.2	Logistik und Produktionswirtschaft sowie Grundlagen des Marketing	16
1.2.3	Personalwirtschaft und Wirtschaftsethik	18
1.3	Quantitative Methoden.....	20
1.3.1	Wirtschaftsmathematik.....	21
1.3.2	Wirtschaftsstatistik	22
1.4	English: Intercultural Communication	23
2	Module des 2. Semesters	24
2.1	Brückenkurse/Propädeutik	25
2.2	Privat- und Wirtschaftsrecht.....	26
2.2.1	Schuld- und Sachenrecht	28
2.2.2	Handels- und Gesellschaftsrecht.....	30
2.2.3	Arbeitsrecht	31
2.3	Volkswirtschaftslehre	31
2.3.1	Makroökonomie.....	33
2.3.2	Mikroökonomie.....	34
2.4	Soft Skills	35
2.4.1	Kommunikation.....	36
2.4.2	Rhetorik und Präsentation.....	37
2.4.3	Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten.....	38
2.5	Englisch: Business English	39
3	Module des 3. Semester.....	40
3.1	Brückenkurse/Propädeutik: SPSS	41
3.2	Internes Rechnungswesen/Finanzwirtschaft	42
3.2.1	Kosten- und Leistungsrechnung / Controlling	43
3.2.2	Finanzwirtschaft	44
3.3	Unternehmensführung	45
3.3.1	Unternehmensplanung	46



3.3.2	Organisation	47
3.3.3	Personalführung	48
3.3.4	Wirtschaftspsychologie	49
3.4	Betriebliche Informationssysteme	50
3.4.1	Wirtschaftsinformatik 1	51
3.4.2	Wirtschaftsinformatik 2	52
3.4.3	Projektmanagement	53
4	Module des 4. Semester	54
4.1	Brückenkurs: Wissenschaftliches Arbeiten	55
4.2	Externes Rechnungswesen/ Steuern	56
4.2.1	Jahresabschluss	57
4.2.2	Unternehmensbesteuerung	58
4.3	Planspiele und betriebliche Anwendungssoftware	59
4.3.1	Business Simulation TOPSIM General Management II	60
4.3.2	Praxis der Wirtschaftspolitik	61
4.3.3	Betriebliche Anwendungssoftware SAP	62
5	Modul Schwerpunktfach Wirtschaftswissenschaften	63
5.1	SPF Accounting & Controlling	64
5.1.1	Internationale Konzernrechnungslegung / Analyse des internationalen Konzernabschlusses	66
5.1.2	Controlling	68
5.1.3	Einsatz und Management externer Accounting- und Controlling-Dienstleister	70
5.1.4	Oberseminar: Aktuelle Entwicklungen im externen Rechnungswesen/ Controlling	71
5.2	SPF Bankbetriebslehre	72
5.2.1	Bankmanagement	73
5.2.2	Analyse von Firmenkunden	74
5.2.3	Praxis der Geschäftspolitik	75
5.2.4	Praxis der Vertriebspolitik	76
5.2.5	Ausgewählte Kapitel der Bankbetriebslehre	77
5.3	SPF Betriebswirtschaftslehre für Handelsunternehmen	79
5.3.1	Strategie	81
5.3.2	Einkauf	82
5.3.3	Supply Chain Management/Logistik	83
5.3.4	Vertrieb	84
5.3.5	Sonderthemen	85
5.4	SPF Health-Management	86
5.4.1	Gesundheitsökonomie	89



5.4.2	Healthcontrolling.....	91
5.4.3	Medizininformatik/Prozessmanagement	92
5.4.4	Medizin für Nichtmediziner.....	93
5.4.5	Qualitäts- und Risikomanagement.....	94
5.5	SPF International Management	96
5.5.1	International Strategy & Leadership.....	99
5.5.2	International Marketing	100
5.5.3	International Trade & Investment	101
5.5.4	Projects and Cases in International Management.....	102
5.5.5	Current Issues in International Management.....	103
5.6	SPF Marketing	105
5.6.1	Marktforschung.....	107
5.6.2	Werbung.....	108
5.6.3	Sozialmarketing.....	109
5.6.4	Aktuelle Marketingthemen	110
5.7	SPF Unternehmensberatung und -entwicklung	111
5.7.1	Konzernentwicklung.....	114
5.7.2	Beratungsprozess	116
5.7.3	Moden im Management.....	118
5.8	SPF Wirtschaftspsychologie	119



0 Curriculum

	Deutsch	Englisch	ECTS-Punkte	SWS
1. Semester	Brückenkurse/Propädeutik	Preparatory Courses		
	Power Point/Excel	Power Point/Excel		3
	Mathematik	Mathematics		2
	Modul Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Module Fundamentals in Business Administration	15	12
	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre und das internationale Management	Principles in Business Administration and international Management	5	4
	Logistik und Produktionswirtschaft sowie Grundlagen des Marketing	Operations Management and Introduction to Marketing	5	4
	Personalwirtschaft und Wirtschaftsethik	Human Resource Management and Business Ethics	5	4
	Modul Quantitative Methoden	Module Business Mathematics	10	8
	Wirtschaftsmathematik	Business Mathematics	5	4
	Wirtschaftsstatistik	Statistics for Business	5	4
Modul Englisch/Ergänzungsfach	Module English/Elective	5	3	
Interkulturelle Kommunikation	Intercultural Communications			
2. Semester	Modul Privat- und Wirtschaftsrecht	Module Civil and Business law	10	8
	Schuld- und Sachenrecht	Law of obligations and property	5	4
	Handels- und Gesellschaftsrecht	Commercial and Company Law	3,5	3
	Arbeitsrecht	Labour Law	1,5	1
	Modul Volkswirtschaftslehre	Module Economics	10	8
	Makroökonomie	Macroeconomics	6	5
	Mikroökonomie	Microeconomics	4	3
	Modul Soft Skills	Module Soft Skills	5	4
	Kommunikation; Rhetorik und Präsentation; Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten	Communication, Rhetoric and Introduction into Academic Writing	5	4
	Modul Englisch/Ergänzungsfach	Module English/Elective	5	3
Business Englisch	Business English	5	3	



3. Semester	Brückenkurse/Propädeutik	Module Preparatory Courses		
	Buchführung und Abschlusstechnik	Accounting		2
	SPSS	SPSS		1
	Modul Internes Rechnungswesen/ Finanzwirtschaft	Module Management Accounting/ Corporate Finance	10	8
	Kosten- und Leistungsrechnung/ Controlling	Management Accounting/ Controlling	5	4
	Finanzwirtschaft	Corporate Finance	5	4
	Modul Unternehmensführung	Module Corporate Management	9	8
	Unternehmensplanung / Organisation	Corporate Planning and / Organization	-5	4
	Personalführung / Wirtschaftspsychologie	Leadership / Organizational Behaviour	-4	4
	Modul Betriebliche Informationssysteme	Module Business Information Systems	8	8
	Wirtschaftsinformatik 1	Business Information Systems	4	6
	Wirtschaftsinformatik 1	Business Information Systems	4	2
	Wirtschaftsinformatik 2/ Projektmanagement	Business Information Systems 2/ Project Management		
	Modul Englisch/Ergänzungsfach	Module English/Elective	3	0
Englisch - Sprachtest (Selbstlernprogramm)	Test of English as a Foreign Language (self study program)	3	0	
4. Semester	Brückenkurse/Propädeutik	Preparatory Courses		
	Wissenschaftliches Arbeiten	Final Thesis and Academic Writing		1
	Modul Externes Rechnungswesen/Steuern	Module Financial Accounting/Taxation	10	8
	Jahresabschluss	Financial Accounting	5	4
	Unternehmensbesteuerung	Corporate Taxation	5	4
	Modul Planspiele und betriebliche Anwendungssoftware	Module Simulations and Business Application Software	2	2
	Betriebliche Anwendungssoftware (SAP)	Business Application Software (SAP)	2	2
	Modul Schwerpunktfach 1	Module Specialisation 1	18	12
	Seminar	Seminar	12	8
Übung	Tutorial	6	4	



5. Semester	Modul Schwerpunktfach 2	Module Specialisation 2	18	12
	Seminar	Seminar	12	8
	Übung	Tutorial	6	4
	Modul Planspiele und betriebliche Anwendungssoftware	Module Simulations and Business Application Software	9	6
	Unternehmensplanspiel	Business Simulation	6	4
	Praxis der Wirtschaftspolitik	Practice of Economic Policy	3	2
	Modul Englisch/Ergänzungsfach	Module English/Elective	3	2
Wahlfach: - Auswahl aus aktueller Liste - Praxisprojekt	Elective: - Choose one of List -Project	3	2	
6. Semester	Modul Praxissemester	Module Internship	18	4
	Praxissemester	Internship	18	4
	Modul Abschlussarbeit	Module Final Thesis	12	4
	Bachelorarbeit	Final Thesis	12	4



1 Module des 1. Semesters

	Deutsch	Englisch	ECTS-Punkte	SWS
1. Semester	Brückenkurse/Propädeutik	Preparatory Courses		
	Power Point/Excel	Power Point/Excel		3
	Mathematik	Mathematics		2
	Modul Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Module Fundamentals in Business Administration	15	12
	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre und das internationale Management	Principles in Business Administration and international Management	5	4
	Logistik und Produktionswirtschaft sowie Grundlagen des Marketing	Operations Management and Introduction to Marketing	5	4
	Personalwirtschaft und Wirtschaftsethik	Human Resource Management and Business Ethics	5	4
	Modul Quantitative Methoden	Module Business Mathematics	10	8
	Wirtschaftsmathematik	Business Mathematics	5	4
	Wirtschaftsstatistik	Statistics for Business	5	4
	Modul Englisch/Ergänzungsfach	Module English/Elective	5	3
	Interkulturelle Kommunikation	Intercultural Communications		



1.1 Brückenkurse/Propädeutik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
		75 h		

Lehrveranstaltungen des Moduls:

- Mathematik
- Excel
- PowerPoint

Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Krickhahn, Torsten Hahne, Ralf Werner

Lehrende im Modul: Dr. Thomas Krickhahn, Torsten Hahne, Ralf Werner

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch (100%)

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, praktische Übungen, Computerbasierter Blockunterricht im PC-Pool

Besonderheiten: -

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Die Veranstaltung wird auch für den Studiengang Wirtschaftspsychologie angeboten.

Art der Prüfung: keine

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 0%



1.1.1 Mathematik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
-		30 h	-	-

Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Krickhahn, Torsten Hahne, Ralf Werner

Lehrende im Modul: Dr. Thomas Krickhahn

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch (100%)

Lehr- und Lehrmethode: Vorlesung und praktische Übungen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Die Veranstaltung wird auch für den Studiengang Wirtschaftspsychologie angeboten.

Art der Prüfung: keine Fachprüfung

Qualifikationsziele des Moduls:

Der Brückenkurs Mathematik dient den Studierenden zur Auffrischung der mathematischen Grundlagen, um diese im Verlauf des Studiums gezielt einsetzen und darauf aufbauen zu können.

Lerninhalte:

- Zahlensysteme und Grundrechenarten
- Summen
- Potenzen
- Logarithmen
- Wurzeln
- Lineare Gleichungen
- Höhere Gleichungen und Ungleichungen
- Lineare Gleichungssysteme
- Funktionen
- Grundlagen der Differentialrechnung
- Kurvendiskussion
- Lineare Algebra: Gaus Lösungsalgorithmus
- Vektorenrechnung
- Matrizenrechnung

Literatur:

- Swift, Louise: Quantitative Methods for Business, Management & Finance, Palgrave, 2010
- Ohse, Dietrich: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Band I und II, Vahlen, 2004
- Arrenberg u.a.: Vorkurs in Mathematik, Oldenbourg, 2008



1.1.2 Excel

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
-		30 h	-	-

Modulverantwortliche(r):	Dr. Thomas Krickhahn, Torsten Hahne, Ralf Werner
Lehrende im Modul:	Torsten Hahne, Ralf Werner
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	Computerbasierter Blockunterricht im PC-Pool des Fachbereichs. Der Unterricht wird durch Übungen und Beispiele didaktisch unterstützt.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Die Veranstaltung wird auch für den Studiengang Wirtschaftspsychologie angeboten.

Art der Prüfung: keine Fachprüfung

Qualifikationsziele des Moduls:

Die Teilnehmer/innen erlernen die grundsätzliche Arbeitsweise von Excel und den eingebauten Funktions- und Informationshilfsmittel. Darüber hinaus werden Sie mit den Möglichkeiten der Tabellen- und Diagrammgestaltung vertraut gemacht. Die Nutzung von einfachen-, statistischen-, logischen- und finanzmathematischen Funktionen sowie das selbstständige lösen komplexere Aufgaben mit Excel sind Ziel des Kurses.

Lerninhalte:

- Einführung in das Exceltabellenblatt, das Zellenmodell, sowie die Verwendung von Zellbezügen und Formeln
- Arbeiten mit der Ausfüllfunktion für Zahlen, Texte und Zellbezüge, sowie die Nutzung von benutzerdefinierten Listen.
- Optische Gestaltung von Tabellen, bedingte Formatierungen und Formatvorlagen.
- Erzeugen und bearbeiten verschiedener Diagrammtypen. Erstellen und verändern von 2D und 3D Diagrammen. Arbeiten mit Verbunddiagrammen.
- Nutzung weitergehender statischer-, mathematische-, logischer- finanztechnischer Funktionen.

Literatur:

Vorlesungsbegleitende Charts und Übungsaufgaben



1.1.3 PowerPoint

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
-	15	15 h	-	-

Modulverantwortliche(r):	Dr. Thomas Krickhahn, Torsten Hahne, Ralf Werner
Lehrende im Modul:	Torsten Hahne, Ralf Werner
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	Computerbasierter Blockunterricht im PC-Pool des Fachbereichs. Der Unterricht wird durch Übungen und Beispiele didaktisch unterstützt.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Die Veranstaltung wird auch für den Studiengang Wirtschaftspsychologie angeboten.

Art der Prüfung: -

Qualifikationsziele des Moduls:

Die Teilnehmer/innen erlernen die grundsätzliche Arbeitsweise von PowerPoint und den eingebauten Lern- und Informationshilfsmittel. Darüber hinaus werden Sie mit den verschiedenen Ansichten, manuelles Erstellen von Präsentationen, einfügen von Diagrammen, Organigramm und Cliparts sowie der animierten Bildschirmpräsentation vertraut gemacht.

Lerninhalte:

- Einführung in die Präsentationstechnik
- Elemente der PowerPoint Bildschirms
- Grundsätzliche Einstellungen in PowerPoint
- Entwurfsvorlagen und Folienlayout
- Eingabe und verändern von Text
- Arbeiten mit dem Folienmaster
- Einrichten von Kopf- und Fußzeilen. Erstellen von WordArt-Texten.
- Optische Gestaltung von Tabellen, arbeiten mit ClipArts, SmartArts und Grafiken
- Erstellen von Diagrammen, verwenden von interaktiven Schaltflächen, verwenden von Hyperlinks.
- Bildschirmpräsentation Einrichten und Vorführen, Einsatz von Animationsschemata
- Benutzerdefinierte Animationen.

Literatur:

Vorlesungsbegleitende Charts und Übungsaufgaben



1.2 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
15	450 h	180 h	3 h	267 h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

- Einführung in die BWL und das internationale Management
- Produktions-, Absatzwirtschaft und Logistik
- Personalwirtschaft und Wirtschaftsethik

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Jürgen Bode, Prof. Dr. Stephan Tank, Prof. Dr. Alexander Pohl, Frank Maikranz

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Jürgen Bode, Prof. Dr. Stephan Tank, Prof. Dr. Alexander Pohl, Frank Maikranz

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: keine

Lehrsprache(n): Deutsch 92%, Englisch 8% (1 SWS International Management)

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, Dozentenvortrag, Gruppendiskussion, Gruppenarbeit, Präsentationen, Fragestunde, Rollenspiele, Fallstudien, Selbststudium, eigene Recherche internationaler Unternehmen, Interview mit einem internationalen Manager, Erarbeiten einer Internationalisierungsstrategie für ein fiktives, selbsterfundenes Unternehmen, Handouts, Veranstaltungsskript und Lesen von Fachliteratur

Besonderheiten: -

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Folgende Lehrveranstaltungen werden auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten:

- Einführung in die BWL und das internationale Management
- Produktions-, Absatzwirtschaft und Logistik

Art der Prüfung:

In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO)

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 9%



1.2.1 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre und das internationale Management

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
5	150 h	60 h	1 h	89 h

Lehrende:	Prof. Dr. Jürgen Bode, Frank Maikranz
Art der Lehrveranstaltung:	Pflichtveranstaltung
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch (75%), Englisch (25%) (1SWS Internat. Management)
Lehr- und Lehrmethode:	Seminaristischer Unterricht, Gruppendiskussion, Gruppenarbeit, Präsentationen, Fragestunde, häusliches Literaturstudium, eigene Recherche internationaler Unternehmen, Interview mit einem internationalen Manager, Erarbeiten einer Internationalisierungsstrategie für ein fiktives, selbsterfundenes Unternehmen
Besonderheiten:	Fallbeispiele und kleinere Fallstudien geplant Durchführung des Planspiels easyManagement Hausaufgaben/Hausarbeit wird in 3er-Teams erarbeitet

Verwendbarkeit der Lehrveranstaltung für andere Studiengänge:

Die Veranstaltung wird auch für den Studiengang Wirtschaftspsychologie angeboten.

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung:

1. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Die Studierenden sollen die Teilgebiete der Betriebswirtschaftslehre verstehen, deren Vernetzung aufzeigen und die Entwicklungslinien der Betriebswirtschaftslehre darstellen.

2. Internationales Management

- Erläutern und erklären, wie und warum Unternehmen in internationale Märkte eintreten
- Typische Lebensläufe und Anforderungen internationaler Manager aus der Praxis darstellen
- Ausgewählte Theorien und Zusammenhänge im internationalen Management auf einen selbstgestalteten fiktiven Praxisfall übertragen
- Einen geeigneten Marketingmix für selbstgewählte Zielländer entwerfen
- Herausforderungen und Erfolgsfaktoren der Teamarbeit kennenlernen und einüben
- Arbeitsergebnisse in einer Hausarbeit dokumentieren und auf einem Poster zusammenfassen

Lerninhalte:

1. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

- Womit beschäftigt sich die BWL? Einordnung der BWL in die Wissenschaften; Geschichte der BWL
- Begriff der Wissenschaft, die BWL als Theorie der Unternehmung; Methodik der BWL; Ziele des Wirtschaftens in der BWL
- Standortentscheidungen, Auswahlkriterien, Internationalisierung
- Rechtsformentscheidungen, Grundsatzfragen, Darstellung und Vergleich der verschiedenen Rechtsformen, spezielle Anwendungen und neue Modell
- Zwischenbetriebliche Zusammenarbeit und Kooperation
- Fallstudie zum Thema zwischenbetriebliche Zusammenarbeit
- Unternehmensverfassung, moderne Auffassung von Demokratie im Unternehmen, Vergleich von Staat und Betrieb, Corporate Governance
- Controlling und Controlling Instrumente
- Organisation

2. Internationales Management

- Einführung in die praxisorientierte Aufgabenstellung (Hausarbeit, Poster)
- Identifikation und Analyse eines Unternehmens für die Feldstudie
- Das Projekt "Markteintrittsstrategie": Einführung
- Theorie komparativer Kostenvorteile
- Analyse von Ländermärkten: ökonomisches Profil, kulturelles Profil
- Evaluation von Ländermärkten
- Extensions-/Adaptionsstrategien im internationalen Marketingmix
- Umgang mit Teamkonflikten



- Präsentation eines Posters auf der „International Management Fair“

Literatur:

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Vahs, D. und Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre; 5. Auflage; Schäffer Poeschel Verlag Stuttgart

Internationales Management

Wild/Wild: International Business



1.2.2 Logistik und Produktionswirtschaft sowie Grundlagen des Marketing

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
5	150	60 h	1 h	89 h

Lehrende:	Prof. Dr. Stephan Tank, Prof. Dr. Alexander Pohl
Art der Lehrveranstaltung:	Pflichtveranstaltung
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	Seminaristischer Unterricht, Gruppendiskussion, Gruppenarbeit, Präsentationen, Fragestunde, häusliches Literaturstudium,
Besonderheiten:	Fallbeispiele aus der aktuellen Wirtschaftspresse Gastvorträge

Verwendbarkeit der Lehrveranstaltung für andere Studiengänge:

Die Veranstaltung wird auch für den Studiengang Wirtschaftspsychologie angeboten.

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung:

1. Produktion und Logistik

- Die betriebswirtschaftlichen Funktionen(Einkauf/ Produktion/ Logistik)und deren volkswirtschaftliche Bedeutung (sekundärer und tertiärer Sektor)beschreiben und erläutern können
- Die grundsätzlichen Aktivitäten und Prozesse der betrieblichen Funktionen Einkauf/ Produktion/ Logistik entwerfen können
- Die grundsätzlichen Prozesse der betrieblichen Funktionen Einkauf/ Produktion/ Logistik unter Bezugnahme auf eine branchen- bzw. firmenindividuelle Situation analysieren können
- Die grundsätzlichen Prozesse der betrieblichen Funktionen Einkauf/ Produktion/ Logistik als auch die organisatorische „Einbettung“ dieser Funktionsbereiche in einem Betrieb beurteilen und reflektieren können
- Für die grundsätzlichen Prozesse der betrieblichen Funktionen Einkauf/ Produktion/ Logistik unter Bezugnahme auf eine branchen- bzw. firmenindividuelle Situation Ansätze zur Optimierung entwickeln können

2. Absatzwirtschaft

Die Studierenden sollen die Rolle des Marketing im Unternehmen beschreiben und Marketingprobleme deuten können, die Vorgehensweise bei der Entwicklung eines Marketingkonzeptes begründen, Grundlagen der Marktforschung beschreiben, Ansätze zur Entwicklung von Marketingstrategien und die Gestaltungsmöglichkeiten des Marketing-Mixes deuten sowie fachbezogen kommunizieren und argumentieren.

Lerninhalte:

1. Produktion und Logistik

- Grundlagen der betrieblichen Leistungserstellung/basic elements and functions in the production of goods and services
- Beschaffung/sourcing
- Produktion/production and manufacturing
- Logistik/logistics and supply chain management

2. Absatzwirtschaft

- Grundbegriffe und -konzepte des Marketing
- Marketingprozess - Überblick
- Einführung, Motive und Einstellung des Konsumentenverhaltens
- Arten von Kaufentscheidungen
- Einführung in die und Erhebungsinstrumente der Marktforschung
- Marketingstrategien
- Marketing-Mix: Produktpolitik, Distributionspolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik

Literatur:

Produktion und Logistik



- Kummer, Sebastian u.a.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 2. akt. Auflage München 2009 und entsprechendes Übungsbuch;
- van Weele, Arjan J.: Purchasing and Supply Chain Management, 5th ed. 2010;
- Handfield, Robert B. a.o.: Sourcing and Supply Chain Management, 5th ed. 2011

Absatzwirtschaft

Bruhn, M. (2010): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Gabler



1.2.3 Personalwirtschaft und Wirtschaftsethik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
5	150	60 h	1 h	89 h

Lehrende:	Prof. Dr. Harald Meier, Frank C. Maikranz, Georg Habenicht
Art der Lehrveranstaltung:	Pflichtveranstaltung
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch (90%) Englisch (10%)
Lehr- und Lehrmethode:	Präsentationen, Einzel- und Gruppenübungen, Semester begleitende Fallstudien und Präsentation mit Diskussion, Handouts, Veranstaltungsskript und Lesen von Fachliteratur. Enron Skandal, Filmbeiträge, Fallstudien
Besonderheiten:	Semester begleitende Fallstudien (BASF, Deutsche Bahn, Commerzbank, Schenker Automotive, Nordland Papier). Handouts und aktuelle Zeitschriftenartikel. Online Recherche

Verwendbarkeit der Lehrveranstaltung für andere Studiengänge: Nicht vorgesehen.

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung:

Personalwirtschaft

Die Vorlesung zeigt den Studierenden die personalwirtschaftlichen Basisstrategien abgeleitet aus der Unternehmenspolitik/-strategie anhand der typischen personalwirtschaftlichen Funktionen. Anhand ausgewählter Konzepte und Instrumente der Betrieblichen Personalwirtschaft sowie Organisationsalternativen und ausgewählten Fragen des Internationalen Personalmanagements werden Beispiele diskutiert. Die Studierenden bearbeiten auch selbst einzeln und in Gruppen typische personalwirtschaftliche Fragestellungen während und parallel zur Vorlesung anhand von Übungen und einer das Semester begleitenden Fallstudie. Sie erkennen so auch den Unterschied von Personalwirtschaft und dem sog. HR Management.

Wirtschaftsethik

Die Studierenden können die Grundlagen der Wirtschaftsethik erläutern und auf praxisnahe Beispiele anwenden.

Lerninhalte:

Personalwirtschaft

- Umfeldszenario und Betriebliche Personalwirtschaft
- Unternehmensstrategien und Personalwirtschaft
- Systeme der Personalbedarfsplanung
- Personalrecruitment: Personalmarketing,
- Personalsuche und Bewerberauswahl
- Personalentwicklung und -controlling
- Personalbindungsmanagement (Retention Management) und Personalanpassung
- Organisation der Personalwirtschaft
- Grundlagen der Personalführung
- Specifics in International HRM
- Fallstudien (Präsentation und Diskussion)
- Trends im HR Managemen

Wirtschaftsethik

- Grundlagen
- Grundformen der Ethik, Moral und deren Entstehung
- Stufen der moralischen Entwicklung nach Kohlberg
- Homo oeconomicus
- Das Gefangenendilemma
- Utilitarismus
- Die Philosophie von Kant
- Diskursethik



- Unternehmensethik nach Steinmann
- Wirtschaftsethik nach Homann
- Unternehmenskultur
- Fallbeispiel Enron
- Fallbeispiel Enron Auswertung
- Ethikmanagementsysteme
- Anreiz Beitrag Theorie von Chester Barnard

Literatur:

Personalwirtschaft

- Meier, H.: Unternehmensführung, 4. Aufl. Berlin 2010.
- Handouts (Aktuelle Zeitungsberichte).
- Zusätzlich empfohlen: Meier, H.: Selbstmanagement im Studium. Ludwigshafen 1998.
- Irgendein Lehrbuch zur Betrieblichen Personalwirtschaft und/oder Human Resources Management.

Wirtschaftsethik

Maikranz, Frank C.; Wirtschaftsethik, 2. Auflage



1.3 Quantitative Methoden

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
10	300 h	120 h	2 h	178 h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

- Wirtschaftsmathematik
- Wirtschaftsstatistik

Modulverantwortliche(r): N.N.

Lehrende im Modul: Dr. Thomas Krickhahn (LfbA), Dr. Christine Buchholz (LfbA), Adolf Füllenbach (Lehrbeauftragter)

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: keine

Lehrsprache(n): Deutsch 90%, Englisch 10%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag mit Diskussion, Fallstudien, Systemdemonstration und-anwendung, Übungen, häusliches Literaturstudium. Teilnehmerskript, eigene Aufgabensammlung, Gruppenarbeit in Tutorien

Besonderheiten: nicht vorgesehen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Es ist geplant, die Lehrveranstaltungen auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung:

In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO)

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 6%



1.3.1 Wirtschaftsmathematik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
5	150 h	60 h	1 h	89 h

Lehrende:	Adolf Füllenbach
Art der Lehrveranstaltung:	Pflichtveranstaltung
Zugangsvoraussetzungen:	keine
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse (Dozent), Besprechung von Fallbeispielen (Dozent/Studierende), Tutorium (Studierende)
Besonderheiten:	keine

Verwendbarkeit der Lehrveranstaltung für andere Studiengänge:

Die Veranstaltung wird auch für den Studiengang Wirtschaftspsychologie angeboten.

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden können mathematische Instrumente zur Lösung wirtschaftswissenschaftlicher Fragestellungen anwenden.

Lerninhalte:

- Grundbegriffe der Wahrscheinlichkeitsrechnung, Kombinatorik
- Bedingte Wahrscheinlichkeiten, Entscheidungsbaum, Satz von Bayes
- Binomial-, Hypergeometrische - und Normalverteilung
- Folgen und Reihen, Zins und Zinseszins, Raten und Renten
- Tilgung und Abschreibung
- Funktionen mit einer Variablen, Differentiation, Differentiationsregeln
- Wirtschaftliche Anwendungen: Ertrags-, Kosten-, Gewinnfunktion, Stückkosten, Elastizität, Cournot
- Funktionen mit mehreren Variablen, partielle Ableitung, Extremwertbestimmung
- Wirtschaftliche Anwendungen: Lineare Regression, Kreuzpreiselastizität
- Extremwert unter Nebenbedingungen - Lagrange
- Vektoren, Linearkombination, Skalarprodukt
- Matrizen, Matrizenoperationen, spezielle Matrizen, Matrixmultiplikation
- Wirtschaftliche Anwendungen: Verflechtungsmatrix, Fluktuationmatrix
- Lineare Gleichungssysteme, Gauß-Algorithmus, Input-Output-Analyse
- Simplex

Literatur:

- Ohse, D.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaften, Band 1-2, 6. Aufl., Vahlen München 2004.
- Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1-3, 13. Aufl. Herne 2011.
- Bosch, Statistik für Nichtstatistiker, 5. Aufl., Oldenbourg Verlag München-Wien 2007.



1.3.2 Wirtschaftsstatistik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
5	150 h	60 h	1 h	89 h

Lehrende:	Dr. Thomas Krickhahn, Dr. Christine Buchholz
Art der Lehrveranstaltung:	Pflichtveranstaltung
Zugangsvoraussetzungen:	keine
Lehrsprache(n):	Deutsch 80%, English 20% (Literatur)
Lehr- und Lehrmethode:	Vorlesung mit Anwendungsbeispielen und Übungen sowie Zusammenfassungen der zentralen Statistiken durch den Dozenten, Diskussion von Fällen (Dozent/Studenten), Tutorien (Studenten) Eigenes Skript, eigene Aufgabensammlung, Literaturarbeit, Gruppenarbeit in Tutorien
Besonderheiten:	keine

Verwendbarkeit der Lehrveranstaltung für andere Studiengänge:

Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden können wirtschaftliche Entscheidungen durch die Anwendung grundlegender deskriptiver und schließender Statistik begründen und überprüfen.

Lerninhalte:

- Einleitung (Grundlagen und Konzepte der Statistik im Überblick)
- Tabellen, Diagramme und Abbildungen
- Zentrale Lagemaße (u. a. Modus, Median, arithmetisches Mittel)
- Streuungsmaße (u. a. Range, interquartiler Abstand, Varianz, Standardabweichung, Variationskoeffizient)
- Zusammenhangsmaße Teil 1 (u. a. Chi-Quadrat, Kontingenzkoeffizient)
- Zusammenhangsmaße Teil 2 (u. a. Rangkorrelationskoeffizient, Kovarianz, Korrelationskoeffizient)
- Regressionsanalyse
- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung
- Venn-Diagramme, bedingte Wahrscheinlichkeiten, Baumdiagramme, Kombinatorik
- Zufallsvariablen, Wahrscheinlichkeitsverteilung einer Zufallsvariablen, Erwartungswertberechnung
- Diskrete Wahrscheinlichkeitsverteilungen (Gleichverteilung, Binomialverteilung, Hypergeometrische Verteilung, Poisson-Verteilung)
- Kontinuierliche Wahrscheinlichkeitsverteilungen (Normalverteilung, Standardnormalverteilung)
- Grundlagen der schließenden Statistik: Stichprobentheorie, zentraler Grenzwertsatz, Stichprobenmittelwertverteilung, Punktschätzung
- Intervallschätzung
- Hypothesentest

Literatur:

- Skript zur Veranstaltung
- Anderson D.R., Sweeney D. J., Williams Th. A., 2011 6th edition: Essentials of Statistics for Business and Economics. South-Western Cengage, Ohio
- Schwarze J., 2009: Grundlagen der Statistik I. Beschreibende Verfahren. 9. Aufl. NWB Verlag. Herne.
- Schwarze J., 2009: Grundlagen der Statistik II. Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik. 9. Aufl. NWB Verlag. Herne.
- Swift L., 2010: Quantitative Methods for Business, Management and Finance. Palgrave. New York



1.4 English: Intercultural Communication

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
5	150 h	33,75 h		116,25h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

Intercultural Communication

Modulverantwortliche(r):	Eileen Küpper
Lehrende im Modul:	Eileen Küpper, Beate Roggenbuck, Cait Kinsella, Claudia Ruiz-Vega
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Pflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	keine
Lehrsprache(n):	Englisch 100%
Lehr- und Lehrmethode:	Seminar Discussions, Ethnographic Exercises, Simulations
Besonderheiten:	Cross-cultural journals, Ethnographic exercises, Written work: Case Study, Intercultural Illustration, Interview Student presentation, video Wiki collaborative learn platform , guest lecture, international project, organization of integrative social events

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Nicht vorgesehen.

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung:

Sensitizing students to the extent in which cultural differences influence communication;

Improving students' communicative competence across cultural boundaries

Lerninhalte:

- An Introduction to Culture and Communication
- Anthropological Approaches to Culture 1
- Anthropological Approaches to Culture 2
- Ethnographic Exercise
- Theory Consolidation 1
- Cultural Simulation
- Theory Consolidation 2
- Ethnocentricity and Attribution
- Theory Consolidation 3
- Cultural Encounters
- Cultural Simulation
- Case Studies
- Student Presentations
- Student Presentations
- Conclusion and Evaluation

Literatur:

- Robert Gibson: Intercultural Business Communication. Cornelsen, 2004
- Rabi S. Bhagat and Richard M. Steers: Cambridge handbook of Culture, Organizations and Work. Cambridge University Press.

Art der Prüfung: Unbenotete Fachprüfung. Näheres regelt § 14 Abs. 4 in Verbindung mit § 17 der Prüfungsordnung.

Gewichtung der Note in der Gesamtnote:



2 Module des 2. Semesters

	Deutsch	Englisch	ECTS-Punkte	SWS
2. Semester	Brückenkurse/Propädeutik	Preparatory Courses		
	Buchführung und Abschlusstechnik	Accounting		2
	Modul Privat- und Wirtschaftsrecht	Module Civil and Business law	10	8
	Schuld- und Sachenrecht	Law of obligations and property	(5)	4
	Handels- Gesellschafts- und Arbeitsrecht	Commercial, Company and Labour Law	(5)	4
	Modul Volkswirtschaftslehre	Module Economics	10	8
	Makroökonomie	Macroeconomics	(6)	5
	Mikroökonomie	Microeconomics	(4)	3
	Modul Soft Skills	Module Soft Skills	5	4
	Kommunikation; Rhetorik und Präsentation Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten	Communication, Rhetoric and Introduction into Academic Writing	(5)	4
Modul Englisch/Ergänzungsfach	Module English/Elective	5	3	
Business Englisch	Business English	(5)	3	



2.1 Brückenkurse/Propädeutik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium

Lehrveranstaltungen des Moduls:

- Buchführung und Abschlusstechniken

Modulverantwortliche(r): Anne Schaefer

Lehrende im Modul: Anne Schaefer

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, Übungen

Besonderheiten: -

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Die Veranstaltung wird auch für den Studiengang Wirtschaftspsychologie angeboten.

Art der Prüfung: keine

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 0%



2.2 Privat- und Wirtschaftsrecht

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
10	300	90	2	208

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Maike Rieve-Nagel

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Maike Rieve-Nagel, RAin Dr. Sandra Rohleder, RAin Andrea Schröder

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode:

Schuld- und Sachenrecht

Seminaristischer Unterricht, Fallbearbeitung in Kleingruppen

Handels- und Gesellschaftsrecht

Lehrvortrag; seminaristischer Unterricht mit Diskussion und Fallübungen

Arbeitsrecht

Lehrvortrag; seminaristischer Unterricht mit Diskussion und Fallbearbeitung

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Folgende Lehrveranstaltungen des Moduls werden auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten:

- Handels- und Gesellschaftsrecht
- Arbeitsrecht

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls:

1. Schuld- und Sachenrecht

Erwerb und differenzierte Anwendung von Grundkenntnissen des Bürgerlichen Rechts auf unterschiedliche juristische Sachverhalte unter – ggf. kritischer - Würdigung der entsprechenden ratio der Gesetzesnormen im ökonomischen Kontext. Einschätzen eigener juristischer Problemstellungen ins-besondere bei Leistungsstörungen. Die Übertragung von Gesetzesnormen in die Praxis durch Lösung einfach gelagerter Fälle unter Anwendung der Regeln juristischer Fallbearbeitung.

2. Handels- und Gesellschaftsrecht

Erwerb und differenzierte Anwendung von Grundkenntnissen des Handels- und Gesellschaftsrechts auf unterschiedliche juristische Sachverhalte unter – ggf. kritischer – Würdigung der entsprechenden ratio der Gesetzesnormen im ökonomischen Kontext. Einschätzen eigener juristischer Problemstellungen

- Übertragung von Gesetzesnormen in die Praxis durch Lösung einfach gelagerter Fälle unter Anwendung der Regeln juristischer Fallbearbeitung

3. Arbeitsrecht

Erwerb und differenzierte Anwendung von Grundkenntnissen des individuellen Arbeitsrechts auf unterschiedliche juristische Sachverhalte unter – ggf. kritischer – Würdigung der entsprechenden ratio der Gesetzesnormen im ökonomischen Kontext. Einschätzen eigener juristischer Problemstellungen Übertragung von Gesetzesnormen in die Praxis durch Lösung einfach gelagerter Fälle unter Anwendung der Regeln juristischer Fallbearbeitung..

Lerninhalte:

Schuld- und Sachenrecht

Seminaristischer Unterricht, Fallbearbeitung in Kleingruppen

Handels- und Gesellschaftsrecht

Lehrvortrag; seminaristischer Unterricht mit Diskussion und Fallübungen



Arbeitsrecht

Lehrvortrag; seminaristischer Unterricht mit Diskussion und Fallbearbeitung

Literatur: Wirtschaftsgesetze



2.2.1 Schuld- und Sachenrecht

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
-			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Maike Rieve-Nagel

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Maike Rieve-Nagel, RAin Andrea Schröder

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, Fallbearbeitung in Kleingruppen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls:

Erwerb und differenzierte Anwendung von Grundkenntnissen des Bürgerlichen Rechts auf unterschiedliche juristische Sachverhalte unter – ggf. kritischer – Würdigung der entsprechenden ratio der Gesetzesnormen im ökonomischen Kontext. Einschätzen eigener juristischer Problemstellungen insbesondere bei Leistungsstörungen. Die Übertragung von Gesetzesnormen in die Praxis durch Lösung einfach gelagerter Fälle unter Anwendung der Regeln juristischer Fallbearbeitung.

Lerninhalte:

1. Erscheinungsformen des Rechts, Rechtsnormen, Anspruchsgrundlagen und Gegenrechte, Fallbearbeitung, Aufbau des BGB, Rechtssubjekte/-objekte, Grundbegriffe der Rechtsgeschäftslehre
2. Vertragsrecht I: Willenserklärung, Zugang, Auslegung, Arten von Rechtsgeschäften, Zustandekommen von Verträgen, Dissens
3. Vertragsrecht II: Generelle Wirksamkeitsvoraussetzungen (Geschäftsfähigkeit, Form, Sittenwidrigkeit), Willensmängel mit der Rechtsfolge Nichtigkeit (Geheimer Vorbehalt, Scheingeschäft, Scherzerklärung), anfechtbare Willensmängel (Irrtümer/arglistige Täuschung), Anfechtung
4. Stellvertretung (Voraussetzung, Erteilung, Arten der Vollmacht, Anscheins- und Duldungsvollmacht, Erlöschen von Vollmachten, Missbrauch der Vertretungsmacht, Vertreter ohne Vertretungsmacht)
5. Verjährung (Begriff, Verjährungsfristen, Exkurs Fristberechnung, Hemmung und Neubeginn), Allgemeine Geschäftsbedingungen (Begriff, Einbeziehung, inhaltliche Kontrolle, Rechtsfolgen bei Nichteinbeziehung)
6. Recht der Schuldverhältnisse: Begriff, Inhalt und Arten von Schuldverhältnissen, Synallagma, Leistungszeit, Leistungsort, Beendigung von Schuldverhältnissen
7. Leistungssurrogat Aufrechnung, Art und Umfang des Schadensersatzes, Verantwortlichkeit des Schädigers (Haftung für eigenes und fremdes Verschulden, Abgrenzung Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfe)
8. Leistungsstörungen I: Unmöglichkeit, Begriff und Arten, Leistungsbefreiung des Schuldners, Rechte des Gläubigers (Schadensersatz statt Leistung, Rücktritt Aufwendungsersatz, Ersatzherausgabe)
9. Leistungsstörung II: Gegenleistungspflicht bei der Unmöglichkeit, Schuldnerverzug (Schadensersatz statt und neben Leistung, Rücktritt und Aufwendungsersatz)
10. Leistungsstörung III: Exkurs Mahnbescheid und Grundzüge Zwangsvollstreckung, Verletzung von Nebenpflichten (c.i.c und p.V.V)
11. Leistungsstörung IV: Rechtsfolgen der Nebenpflichtverletzung (Schadensersatz statt und neben Leistung, Rücktritt und Aufwendungsersatz, Gläubigerverzug, Gläubigerwechsel durch Zession)
12. Kaufvertragsrecht I: Pflichten von Käufer und Verkäufer, Gefahrtragung, Abgrenzung Allg. Leistungsstörung/Sachmängelhaftung, Begriff Sach- Rechtsmangel, Rechte des Käufers 1 (Nacherfüllung, Rücktritt)
13. Kaufvertragsrecht II: Rechte des Käufers 2 (Minderung, Schadensersatz statt Leistung wegen behebbarer und unbehebbarer Mängel), Ausschluss der Verkäuferhaftung, Verjährung von



- kaufvertraglichen Ansprüchen, Verbraucherschutzvorschriften (Sonderregeln beim Verbrauchsgüterkauf, Widerrufsrechte bei Haustür- und Fernabsatzgeschäften, Garantieverträge, Abgrenzung Garantie-Sachmängelrecht
14. Grundzüge Werkvertragsrecht, Abgrenzung Werkvertrag zu Dienstvertrag, Bürgschaft, ausgewählte gesetzliche Schuldverhältnisse (Deliktsrecht, Grundzüge der Ungerechtfertigten Bereicherung)
 15. Sachenrecht: Allgemeine Lehren, dingliche Rechte, Grundschild, Hypothek, Nießbrauch, Besitz (Besitzarten, Besitzdiener, Erwerb und Verlust), Eigentum (Allgemeines, Schutz), rechtsgeschäftlicher Eigentumserwerb an beweglichen Sachen und Grundstücken, Exkurs Sicherungsübereignung, gutgläubiger Eigentumserwerb an beweglichen Sachen und Grundstücken, Ausschluss Gutgläubenserwerb, Auswahl gesetzlicher Eigentumserwerbsvorschriften

Literatur: Wirtschaftsgesetze



2.2.2 Handels- und Gesellschaftsrecht

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
-			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Maike Rieve-Nagel

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Maike Rieve-Nagel

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, Fallbearbeitung in Kleingruppen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls:

Erwerb und differenzierte Anwendung von Grundkenntnissen des Bürgerlichen Rechts auf unterschiedliche juristische Sachverhalte unter – ggf. kritischer – Würdigung der entsprechenden ratio der Gesetzesnormen im ökonomischen Kontext. Einschätzen eigener juristischer Problemstellungen insbesondere bei Leistungsstörungen. Die Übertragung von Gesetzesnormen in die Praxis durch Lösung einfach gelagerter Fälle unter Anwendung der Regeln juristischer Fallbearbeitung.

Lerninhalte:

Einführung in das Handelsrecht und die juristische Fallbearbeitung

Begriff des Kaufmanns

Vertretung des Kaufmanns I: Einführung in die Stellvertretung, Prokura

Vertretung des Kaufmanns II: Handlungsvollmacht

Handelsrechtliche Firma

Handelsregister und Publizität

Besonderheiten bei Handelsgeschäften: Formvorschriften, Kaufmännisches Bestätigungsschreiben, Zurückbehaltungsrecht

Besonderheiten bei Handelskauf, insbes. Mängelrüge

Einführung in das Gesellschaftsrecht

Gesellschaft bürgerlichen Rechts GbR

Offene Handelsgesellschaft OHG

Kommanditgesellschaft KG, stille Gesellschaft

Gesellschaft mit beschränkter Haftung GmbH

Aktiengesellschaft AG, Europa-AG

Literatur: Wirtschaftsgesetze



2.2.3 Arbeitsrecht

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
-			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Maike Rieve-Nagel

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Maike Rieve-Nagel

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls:

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: seminaristischer Unterricht mit Diskussion und Fallbearbeitung in Kleingruppen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Lehrveranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Erwerb und differenzierte Anwendung von Grundkenntnissen des individuellen Arbeitsrechts auf unterschiedliche juristische Sachverhalte unter – ggf. kritischer – Würdigung der entsprechenden ratio der Gesetzesnormen im ökonomischen Kontext. Einschätzen eigener juristischer Problemstellungen Übertragung von Gesetzesnormen in die Praxis durch Lösung einfach gelagerter Fälle unter Anwendung der Regeln juristischer Fallbearbeitung.

Lerninhalte:

1. Einführung in das Arbeitsrecht
2. Begründung des Arbeitsverhältnisses I: Fragerecht des Arbeitgebers bei Bewerbungen
3. Begründung des Arbeitsverhältnisses II: Form
4. Begründung des Arbeitsverhältnisses III: Befristung des Arbeitsvertrages
5. Arbeitspflicht des Arbeitnehmers I: Arbeitszeit und -ort
6. Arbeitspflicht des Arbeitnehmers II: Teilzeit
7. Entgeltanspruch des AN I: Anspruchsgrundlagen
8. Entgeltanspruch des AN II: Anspruch auf Sonderleistungen
9. Entgeltanspruch trotz fehlender Arbeitsleistung
10. Entgeltfortzahlung bei Krankheit, Betriebsrisiko, Urlaub
11. Haftung des Arbeitnehmers / innerbetrieblicher Schadensausgleich
12. Kündigung I: allgemeine Wirksamkeitsvoraussetzungen der ordentlichen und außerordentlichen Kündigung
13. Kündigung II: Änderungskündigung, Besonderer Kündigungsschutz, Einführung in den Allgemeinen Kündigungsschutz
14. Kündigungsschutzgesetz: personen-, verhaltens- und betriebsbedingte Kündigung, Folgen der Kündigung

Literatur: Wirtschaftsgesetze

2.3 Volkswirtschaftslehre

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
-			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Wiltrud Terlau

Lehrende im Modul: Dr. Stephan Tank, Sandro Gleave

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester



Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, Dozentenvortrag, Gruppendiskussion, Gruppenarbeit, Präsentationen, Fragestunde, Rollenspiele, Fallstudien, Selbststudium

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Lehrveranstaltungen werden auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: Fachprüfung gem. PO §14 Abs. 3

Qualifikationsziele des Moduls:

Makroökonomie:

Die Studierenden können die wichtigsten makroökonomischen Größen zur Erfassung des volkswirtschaftlichen Kreislaufs definieren sowie ihre theoretischen Erklärungsansätze und Bestimmungsfaktoren erläutern, die volkswirtschaftlichen Zielsetzungen einordnen und ihre Interdependenzen darstellen, wirtschaftspolitische Konzepte und Instrumente zur Erreichung dieser Ziele selbständig auf praktische Problemstellungen anwenden und kritisch beurteilen.

Mikroökonomie:

Die Studierenden können die Grundzüge des mikroökonomischen Instrumentariums und die Funktionsweise von Märkten erläutern und mikroökonomische Methoden und Konzepte auf praktische Problemstellungen anwenden. Die Implikationen und Grenzen mikroökonomischer Modelle können aufgezeigt und beurteilt werden.

Lerninhalte:

1. Makroökonomie:

vergleiche beigefügten Cours Syllabus

2. Mikroökonomie:

vergleiche beigefügten Cours Syllabus

Literatur:

1. Makroökonomie:

Clement, R./Terlau, W./Kiy, M.: Angewandte Makroökonomie, Eine Verbindung von Makroökonomie und Wirtschaftspolitik, 4. Auflage Vahlen Verlag, München 2006 (5. Aufl. in Planung 2012)

2. Mikroökonomie:

Dixit, A.K./Nalebuff, B. (1997) Spieltheorie für Einsteiger: Strategisches Know-how für Gewinner

Feess, E. (2004) Mikroökonomie. Eine spieltheoretisch- und anwendungsorientierte Darstellung, 3. Auflage

Feess, E. (2003) Mikroökonomie 1: Bd. 1, 3. Auflage

Fudenberg, D./Tirole, J. (1991) Game Theory

Mas-Colell, A./Whinston, M./Green, J.R. (1995) Microeconomic theory

Wied-Nebbeling, S./Schott, H. (2007) Grundlagen der Mikroökonomik, 4. Auflage



2.3.1 Makroökonomie

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
-			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Wiltrud Terlau

Lehrende im Modul: Dr. Stephan Tank

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag mit Diskussion, seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Übungen, Literaturstudium

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

1. Einführung, Teil A: Beschreibung gesamtwirtschaftlicher Sachverhalte, Die empirische Ebene der Makroökonomie, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR)
2. Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
3. Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
4. Gesamtwirtschaftlicher Zielgrößen, Preisniveaustabilität
5. Wirtschaftswachstum, Stabile Konjunktur
6. Arbeitslosigkeit, Außenwirtschaftliches Gleichgewicht (einschl. Zahlungsbilanz)
7. Teil B: Erklärung gesamtwirtschaftlicher Problemstellungen - Die theoretische Ebene der Makroökonomie-, Makroökonomische Theorien und Modelle, Konjunkturschwankungen, Konsumtheorie
8. Investitionsfunktionen, Multiplikatoranalyse
9. Devisenmärkte und Wechselkurssysteme
10. Inflation: Geldmarkt, Inflationsursachen, Gesamtwirtschaftliche Nachfragefunktion
11. Wachstumsschwächen, Strukturwandel, Arbeitslosigkeit, Gesamtwirtschaftliche Angebotsfunktion
12. Gesamtwirtschaftliches Totalmodell, Teil C: Ansätze zur Lösung gesamtwirtschaftlicher Probleme - Die Wirtschafts-politische Ebene der Makroökonomie -, Politikbereiche, Entscheidungsträger, Instrumente, Konzepte
13. Europäische Integration, Europäische Währungsunion
14. Europäische Geldpolitik
15. Konjunktur- und Wachstumspolitik

Literatur: Clement, R. /Terlau, W./ Kiy, M.: Angewandte Makroökonomie, Eine Verbindung von Makroökonomie und Wirtschaftspolitik, 4. Auflage Vahlen Verlag, München 2006 (5. Aufl. in Planung 2012)



2.3.2 Mikroökonomie

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
-			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Wiltrud Terlau

Lehrende im Modul: Sandro Gleave

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag mit Diskussion, seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Übungen, Literaturstudium

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

- Einführung Unternehmenstheorie
- Unternehmenstheorie (Forts.)
- Haushaltstheorie
- Haushaltstheorie (Forts.)
- Märkte und Marktformen
- Vollständige Konkurrenz
- Vollständige Konkurrenz (Forts.)
- Monopoltheorie
- Monopoltheorie (Forts.)
- Oligopoltheorie
- Oligopoltheorie (Forts.)
- Wettbewerbsaufsicht
- Wettbewerbsaufsicht (Forts.)

Literatur:

Hintergrundliteratur:

- Dixit, A.K./Nalebuff, B. (1997) Spieltheorie für Einsteiger: Strategisches Know-how für Gewinner
- Feess, E. (2004) Mikroökonomie. Eine spieltheoretisch- und anwendungsorientierte Darstellung, 3. Auflage
- Feess, E. (2003) Mikroökonomie 1: Bd. 1, 3. Auflage
- Fudenberg, D./Tirole, J. (1991) Game Theory
- Mas-Colell, A./Whinston, M./Green, J.R. (1995) Microeconomic theory
- Wied-Nebbeling, S./Schott, H. (2007) Grundlagen der Mikroökonomik, 4. Auflage



2.4 Soft Skills

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
5			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Marc Ant

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Marc Ant, Antje Röbbert, Anne Schaefer, Christine Reinhardt, Harald Schneider, Frank C. Maikranz

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, Übungen, Präsentation

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: Unbenotete Fachprüfung. Näheres regelt § 14 Abs. 4 in Verbindung mit § 17 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

1. Kommunikation:
vergleiche beigefügten Cours Syllabus
2. Rhetorik und Präsentation:
vergleiche beigefügten Cours Syllabus
3. Anfertigen wissenschaftlicher Hausarbeiten:
vergleiche beigefügten Cours Syllabus

Literatur:

Kommunikation:

Griffin, E. (2006). A first look at communication theory. 6/e, McGraw-Hill Education.

Adler, R.B. & Marquardt Elmhorst, J. (2003). Communicating at Work: Principles and Practices for Business and Professions. 7/e, McGraw-Hill Education.



2.4.1 Kommunikation

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
5			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Marc Ant

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Marc Ant

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Englisch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, Übungen, Präsentation

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: Unbenotet Fachprüfung. Näheres regelt § 14 Absatz 4 in Verbindung mit § 17 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

1. Mapping the Territory
2. Symbolic Interactionism
3. Interactional View
4. Constructivism
5. Social Judgement
6. Cognitive Dissonance
7. Group Decision Making
8. Case Study
9. Verbal Nonverbal Messages
10. Listening
11. Interpersonal Skills
12. Principles of Interviewing
13. Types of Interviews
14. Working in Teams
15. Effective Meetings

Literatur:

Griffin, E. (2006). A first look at communication theory. 6/e. McGraw-Hill Education.

Adler, R.B. & Marquardt Elmhorst, J. (2003). Communicating at Work: Principles and Practices for Business and Professions. 7/e. McGraw-Hill Education.



2.4.2 Rhetorik und Präsentation

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Marc Ant

Lehrende im Modul: Antje Röbbert, Anne Schaefer, Christine Reinhardt, Harald Schneider

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Praktische Vorträge vor Kamera und Publikum

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: Unbenotete Fachprüfung. Näheres regelt § 14 Absatz 4 in Verbindung mit § 17 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Grundlagen der Rhetorik

Grundlagen der Präsentationstechniken

Praktische Übungen

Literatur: Skript



2.4.3 Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Marc Ant

Lehrende im Modul: Frank Maikranz

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: seminaristischer Unterricht, Übungen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: Unbenotete Fachprüfung. Näheres regelt § 14 Absatz 4 in Verbindung mit § 17 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

- Konzeptuelle Gliederung
- Gliederung einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit
- Formale Gestaltung
- Quellenangaben im Text
- Zitate
- Literaturverzeichnis
- Literatur- und Quellenverzeichnis
- Bibliographische Angaben im Literatur- und Quellenverzeichnis
- Zitierweise
- Fußnoten
- Übungen

Literatur: Skript



2.5 Englisch: Business Englisch

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
5	150 h	33,75 h		116,25h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

Business Englisch

Modulverantwortliche(r):	Eileen Küpper
Lehrende im Modul:	Eileen Küpper, Beate Roggenbuck, Cait Kinsella, Claudia Ruiz-Vega
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Pflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	keine
Lehrsprache(n):	Englisch 100%
Lehr- und Lehrmethode:	Task-based language acquisition

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung:

Quiz 1: 25%, Quiz 2: 25%, Presentation and Oral Participation: 26%, Trade Fair: 10%, Portfolio: 14%

Lerninhalte:

Course Introduction – Web 2.0
Globalisation/ Sustainability
Company Structure & Organisation
Products & Brands
Marketing
Advertising & Promotional Tools
Trade Fair & Networking Event
Mid-term Exam
Finance: Sales Trend & Figures
Finance: Venture Capital
Finance: Ethical Investment
German Workforce & Human resources
Retail & E- Commerce
Final Exam % Course Evaluation
Presentations to Investors

Literatur:

- Ian MacKenzie: English for Business Studies, 3rd edition. CUP, 2010
 - Jane Maier- Fairclough, Gerlinde Butzphal: Career Express Business English B2/C1. Cornelsen, 2011
- Financial Times, Economist

Art der Prüfung: Unbenotete Fachprüfung. Näheres regelt § 14 Abs. 4 in Verbindung mit § 17 der Prüfungsordnung.

Gewichtung der Note in der Gesamtnote:



3 Module des 3. Semester

	Deutsch	Englisch	ECTS-Punkte	SWS
3. Semester	Brückenkurse/Propädeutik	Preparatory Courses		
	SPSS	SPSS		1
	Modul internes Rechnungswesen / Finanzwirtschaft	Module Management Accounting / Corporate Finance	10	8
	Kosten- und Leistungsrechnung / Controlling	Management Accounting / Controlling	(5)	(4)
	Finanzwirtschaft	Corporate Finance	(5)	(4)
	Modul Unternehmensführung	Module Corporate Management	9	12
	Unternehmensplanung / Organisation	Corporate Planning and / Organization	(5)	4
	Personalführung / Wirtschaftspsychologie	Leadership / Organizational Behaviour	(4)	4
	Modul betriebliche Informationssysteme	Module Business Information Systems	8	12
	Wirtschaftsinformatik 1	Business Information Systems	(4)	4
	Wirtschaftsinformatik 2 / Projektmanagement	Business Information Systems 2 / project management	(4)	4
	Modul Englisch/Ergänzungsfach	Module English/Elective	3	0
	Englisch - Sprachtest (Selbstlernprogramm)	Test of English as a Foreign Language (self study program)	(3)	0



3.1 Brückenkurse/Propädeutik: SPSS

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
	0,0 h	11,25 h		

Lehrveranstaltungen des Moduls:

Grundlagen in SPSS

Modulverantwortliche(r): Dr. Thomas Krickhahn

Lehrende im Modul: Dr. Thomas Krickhahn

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: seminaristischer Unterricht mit praktischen Beispielen und Übungen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung kann im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten werden.

Art der Prüfung: keine Prüfung

Lerninhalte:

Einleitung, allgemeine Aspekte empirischer Forschung
Grundgesamtheiten und Stichproben
Fragebogenkonstruktion
Erstellen eines kodierten Fragebogens
Datenaufbereitung
Der Datensatz: Dateneingabe mit SPSS
Datenanalyse mit verschiedenen Statistiken mit SPSS
Datenpräsentationsmöglichkeiten mit SPSS

Literatur:

- Saunders, Lewis, Thornhill; 2006: Research Methods for Business Students
- Bühl, Zöfel; 2005: SPSS 12, Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows



3.2 Internes Rechnungswesen/Finanzwirtschaft

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
10	300,0 h	90,0 h	-	-

Modulverantwortliche(r): StB Prof. Dr. Christine Immenkötter

Lehrende im Modul: StB Prof. Dr. Christine Immenkötter, Dr. Kerstin Meinhardt, StB Stephanie Kinder, Jan Engels (Lehrbeauftragter)

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, Dozentenvortrag, Case Studies, Internet Research, Gastvorträge, Fragestunde, Übungsaufgaben, Selbststudium

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:

Folgende Veranstaltungen werden auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten:

- Kosten- und Leistungsrechnung/Controlling

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

1. Kosten- und Leistungsrechnung/ Controlling:

vgl. beigefügten Course Syllabus

2. Finanzwirtschaft:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Literatur:

Deimel/Isemann/Müller (2006): Kosten- und Erlösrechnung, 1. Auflage (Nachdruck), Pearson Studium
Brealey/Myers/Marcus (2012): Fundamentals of Corporate Finance, 7th revised edition, McGraw-Hill



3.2.1 Kosten- und Leistungsrechnung / Controlling

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): StB Prof. Dr. Christine Immenkötter

Lehrende im Modul:

StB Prof. Dr. Christine Immenkötter, Dr. Kerstin Meinhardt,
StB Stephanie Kinder

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: seminaristischer Unterricht, Übungsfäll, Fallstudien und Selbststudium,
ca. 60 Übungsfälle und Kurzfallstudien

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang
„Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der
Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der
Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens
Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung
Gliederungsmöglichkeiten von Kosten
Kostenartenrechnung (insb. Begriff und Gegenstand der Kostenartenrechnung, Gliederung der
Kostenarten, Erfassung und Bewertung von Materialkosten)
Kostenartenrechnung (insb. Erfassung und Bewertung weiterer Kostenarten)
Kostenstellenrechnung (insb. Begriff und Gegenstand der Kostenstellenrechnung, Bildung von
Kostenstellen, Begriff und Aufbau des Betriebsabrechnungsbogens)
Kostenstellenrechnung (insb. Verfahren der innerbetrieblichen Leistungsverrechnung)
Kostenträgerrechnung (insb. Grundlagen der Kostenträgerrechnung, Kostenträgerstückrechnung)
Kostenträgerrechnung (insb. Kostenträgerstück- und -zeitrechnung)
Kritische Würdigung der Vollkostenrechnung und Einführung in die Teilkostenrechnung
Teilkostenrechnung, insb. einstufige Deckungsbeitragsrechnung
Teilkostenrechnung, insb. mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
Grundlagen der Prozesskostenrechnung
Zusammenfassung und Wiederholung/Probeklausur

Literatur: Deimel/Isemann/Müller (2006): Kosten- und Erlösrechnung, 1. Auflage (Nachdruck), Pearson Studium



3.2.2 Finanzwirtschaft

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): StB Prof. Dr. Christine Immenkötter

Lehrende im Modul: StB Prof. Dr. Christine Immenkötter, Jang Engels (Lehrbeauftragter)

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 80%, Englisch 20%

Lehr- und Lehrmethode: Literaturstudium, Lehrvortrag, Seminaristischer Unterricht, Case Studies

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Goals and Governance of the Corporation
Financial Markets and Institutions
Accounting and Finance
Measuring Corporate Performance
The Time Value of Money I
The Time Value of Money II
Valuing Bonds
Valuing Stocks
Net Present Value and Other Investment Criteria
Using Discounted Cash-Flow Analysis to Make Investment Decisions
Introduction to Risk, Return, and the Opportunity Cost of Capital
Risk, Return and Capital Budgeting
The WACC and Company Valuation
Debt Policy
Further financing topics / (potentially) guest lecture
Summary & Questions

Literatur: Brealey/Myers/Marcus (2012): Fundamentals of Corporate Finance, 7th revised edition, McGraw-Hill



3.3 Unternehmensführung

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
9			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Christoph Wamser, Prof. Dr. Marc Ant

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Christoph Wamser, Prof. Dr. Marc Ant, Christina Nimmerfroh

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 50%, Englisch 50%

Lehr- und Lehrmethode:

Unternehmensplanung

Lehrvortrag, seminaristischer Unterricht mit Diskussion, Fallstudien und Übungen mit Gruppenpräsentationen, Praxisvorträge

Organisation

Lehrvortrag, Seminaristischer Unterricht, Fallstudien und Fallbeispiele zu Aufbauorganisation: z.B. West LB (Funktionale Organisation), Siemens (Spartenorganisation), PwC (Matrixorganisation), Bayer (Management-Holding).

Personalführung

Lehrvortrag, Seminaristischer Unterricht mit Diskussion

Wirtschaftspsychologie

Lehrvortrag, seminaristischer Unterricht mit Diskussion

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Literatur: Unternehmensplanung:

Bea, F.X./Haas, J.: Strategisches Management, 5. Auflage, Stuttgart 2009;
weitere spezifische Literaturhinweise im Skript

Organisation:

Bea, F.X./Göbel, E.: Organisation, 3. Auflage, Stuttgart 2006;
weitere spezifische Literaturhinweise im Skript

Wirtschaftspsychologie

Buelens, M. et al.: Organizational Behaviour, 4. Aufl., Mc Graw Hill, New York 2011



3.3.1 Unternehmensplanung

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Christoph Wamser

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Christoph Wamser

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 80%, Englisch 20%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag, Seminaristischer Unterricht mit Diskussion, Fallstudien und Übungen mit Gruppenpräsentationen, Praxisvorträge

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Grundlagen der Unternehmensplanung (Wesen, Arten, Informationsbasis, Grenzen und Gefahren)
Unternehmenspolitische Rahmenplanung (Unternehmensvision, -verfassung, -grundsätze, -leitbild)
Strategische Unternehmensplanung (Wesen, Prozess, Market-Based-/Resource-Based-View, strategische Geschäftsfelder/-einheiten)
Strategische Zielplanung (Zielfunktionen, strategischer Zielbildungsprozess)
Strategische Umweltanalyse (Makroumweltanalyse/PEST-Analyse, Marktabgrenzung)
Strategische Umweltanalyse (Marktpotenzialanalyse, Porters Branchenstrukturanalyse)
Strategische Unternehmensanalyse (Porters Wertkettenansatz, BEA/Haas Ansatz strategischer Potenziale, Hamel/Prahalads Ansatz der Kernkompetenzen)
Strategieentwicklung (SWOT-Analyse, strategische Optionen, Unternehmensstrategien)
Strategieentwicklung (Portfolio-Analysen, BCG-/McKinsey-Portfolio)
Strategieentwicklung (Geschäftsbereichsstrategien, Funktionsbereichsstrategien)
Strategieimplementierung/-kontrolle (Balanced Scorecard, Kontrollarten)
Operative Unternehmensplanung (operative Funktionsbereichsplanung, operative Projektplanung)
Current Aspects of Corporate Planning (Strategic importance of e-business)
Current Aspects of Corporate Planning (e-business impact on the strategy planning process)
Current Aspects of Corporate Planning (Strategic e-business outlook: m-business)

Literatur: Bea, F.X./Haas, J.: Strategisches Management, 5. Auflage, Stuttgart 2009;
weitere spezifische Literaturhinweise im Skript



3.3.2 Organisation

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Christoph Wamser

Lehrende im Modul: Maria-Christina Nimmerfroh

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100 %

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag, Seminaristischer Unterricht mit Diskussion, Fallstudien und Übungen mit Gruppenpräsentationen, Praxisvorträge, Fallstudien und Fallbeispiele zu Aufbauorganisation: z.B. West LB (Funktionale Organisation), Siemens (Spartenorganisation), PwC (Matrixorganisation), Bayer (Management-Holding).

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Organisationsbegriff
Organisationsmerkmale und –einheiten
Organisationsziele
Organisationstheorien
Organisatorische Gestaltungsparameter (1)
Organisatorische Gestaltungsparameter (2)
Einflussfaktoren der Organisation
Aufbauorganisation (Funktionale Organisation, Spartenorganisation)
Aufbauorganisation (Management-Holding-Organisation; Matrixorganisation)
Aufbauorganisation (Sekundärorganisation)
Ablauforganisation (Arbeitsorganisation)
Ablauforganisation (Prozessorganisation)
Organisatorischer Wandel (Ursachen und Formen)
Organisatorischer Wandel (Reorganisationsprozess)
Organisatorischer Wandel (Erfolgsfaktoren)

Literatur: Bea, F.X./Göbel, E.: Organisation, 3. Auflage, Stuttgart 2006;
weitere spezifische Literaturhinweise im Skript



3.3.3 Personalführung

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Marc Ant

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Marc Ant

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Englisch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag, Seminaristischer Unterricht mit Diskussion

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Leadership Is a Process, Not a Position

Leadership Is Everyone's Business

Leadership Involves an Interaction between the Leader, the Followers, and the Situation

Leadership Is Developed through Education and Experience

Assessing Leadership and Measuring Its Effects

Focus on the Leader

Leadership Traits

Leadership Behavior

Leadership and situation

Transactional and transformational Leadership

Charismatic and Superleadership

Focus on the Followers

Communication

Motivation, Delegation and Performance

Groups, Teams, and their Leadership

Leadership Skills

Basic Leadership Skills

Advanced Leadership Skills

Literatur: Hughes, R.L.; Ginnett, R.C. ; Curphy, G.J. (2006). Leadership: Enhancing the Lessons of Experience. 5th Edition. Berkshire: McGraw Hill.



3.3.4 Wirtschaftspsychologie

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Marc Ant

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Marc Ant

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Englisch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag, Seminaristischer Unterricht mit Diskussion

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Introduction to OB
Personality dynamics
Values, attitudes and emotions
Perception and diversity
Content motivation theories
Process motivation theories
Occupational stress
Communication
Group dynamics
Teams and teamwork
Leadership
Decision making
Power, politics and conflict
Organisation structure and types
Organisation design and effectiveness

Literatur: Buelens, M. et al.: Organizational Behaviour, 4. Aufl., Mc Graw Hill, New York 2011



3.4 Betriebliche Informationssysteme

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
8	240,0 h	120,0 h	-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Torsten Stein

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Torsten Stein

Dauer des Moduls: ein Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag, Seminaristischer Unterricht mit Diskussion

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Wirtschaftsinformatik 1

vgl. beigefügten Course Syllabus

Wirtschaftsinformatik 2/Projektmanagement:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Literatur: Buelens, M. et al.: Organizational Behaviour, 4. Aufl., Mc Graw Hill, New York 2011



3.4.1 Wirtschaftsinformatik 1

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Torsten Stein

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Torsten Stein

Dauer des Moduls:

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls:

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag mit Diskussion, Fallstudien, Systemdemonstration und -Anwendung, Übungen, Gruppenarbeit, angeleitetes Eigenstudium
Teilnehmerskript mit Wiederholungsfragen (Multiple Choice) im Internet

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Gesamtwirtschaftlich-gesellschaftliche Auswirkungen des IT-Einsatzes

Technologische Grundlagen

- Rechner und Betriebssysteme
- Vernetzung
- Anwendungssoftware
- Datenbanken
- Fallstudien

Auswahl und Einführung von Standardsoftware

Sicherheitsmanagement

IT-Outsourcing

Wirtschaftlichkeitsbetrachtung für Informationssysteme

Literatur: Mertens, P., et al.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 11. Auflage, Springer, Berlin-Heidelberg 2012



3.4.2 Wirtschaftsinformatik 2

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Torsten Stein

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Torsten Stein

Dauer des Moduls:

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls:

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag mit Diskussion, Fallstudien, Systemdemonstration und Anwendung, Übungen, Gruppenarbeit, angeleitetes Eigenstudium
Teilnehmerskript mit Wiederholungsfragen (Multiple Choice) im Internet

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Planung eines umfassenden Informationssystems
Datenmodellierung
Prozessmodellierung
Objektorientierte Modelle und Systeme

Literatur: Mertens, P., Bodendorf, F., König, W., Picot, A., Schumann, M., Hess, Th., Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 11. Auflage, Springer, Berlin-Heidelberg 2012



3.4.3 Projektmanagement

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Torsten Stein

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Torsten Stein

Dauer des Moduls:

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls:

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Lehrvortrag mit Diskussion, Fallstudien, Systemdemonstration, Übungen, Gruppenarbeit, angeleitetes Eigenstudium

- Teilnehmerskript mit Übungsaufgaben, Referenzlösungen,
- Fragen mit Musterlösungen auf der eLearning-Plattform

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Projekt und Projektmanagement
Prinzipien der Systemgestaltung
Der Projektprozess im Überblick
Projektorganisation
Projektplanung
Projektsteuerung und -überwachung
Kreatives Projektmanagement

Literatur: Schelle, H., Projekte zum Erfolg führen – Projektmanagement systematisch und kompakt, 6. Auflage, Beck DTV, München 2010



4 Module des 4. Semester

	Deutsch	Englisch	ECTS-Punkte	SWS
4. Semester	Brückenkurse/Propädeutik	Preparatory Courses		
	Wissenschaftliches Arbeiten	Final Thesis and Academic Writing		1
	Modul externes Rechnungswesen / Steuern	Module Financial Accounting / Taxation	10	8
	Jahresabschluss	Financial Accounting	(5)	4
	Unternehmensbesteuerung	Corporate Taxation	(5)	4
	Modul Planspiele und betriebliche Anwendungssoftware	Module Simulations and Business Application Software	2	2
	Betriebliche Anwendungssoftware (SAP)	Business Application Software (SAP)	(2)	2
	Modul Schwerpunktfach 1	Module Specialisation 1	18	12
	Seminar	seminar	(12)	8
	Übung	tutorial	(6)	4



4.1 Brückenkurs: Wissenschaftliches Arbeiten

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
			-	-

Modulverantwortliche(r): Stefanie Drügg, Antje Röbbert

Lehrende im Modul: Stefanie Drügg, Antje Röbbert

Dauer des Moduls: einmal pro Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Vortrag, Gruppenarbeit, Einzelarbeit

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: keine Prüfung

Lerninhalte: Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, BPO-Regelungen zur Bachelorarbeit und praktische Umsetzung, Themenwahl, Zeitmanagement bei Bachelorarbeiterstellung, Literaturrecherche für Abschlussarbeiten in der Bibliothek, Gliederungserstellung, Zitiertechniken, Texterstellung mit Textverarbeitung MSWord 2010, Visualisierung, Layout, Bewertungskriterien
Fragestunde zu individuellen Problemen bei der Erstellung wissenschaftlicher Texte

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Literatur:

- Bänsch, A. / Alewell, D.: Wissenschaftliches Arbeiten, 10. Aufl., München, 2009
 - Ebster, C. u. Stalzer, L.: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Wien, 2008
 - Grass, B./Drügg, S.:
Der praktische Studienbegleiter, Das ABC des erfolgreichen Wirtschaftsstudiums, Köln u.a., 1998
 - GuttenPlag Wiki (Hrsg.): GuttenPlag – kollaborative Plagiatsdokumentation, abgerufen am 30.10.2011 unter URL:
<http://de.guttenplag.wikia.com>
 - Heister, W. / Weßler-Poßberg, D.: Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler, Stuttgart, 2007
 - Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, Technik-Methodik-Form, 15. Aufl., München, 2011
 - Hahner, M., Scheide, W., Wilke-Thissen, E.: Wissenschaftliches Arbeiten mit Word 2010, Köln, 2011
 - Spoun, S.: Erfolgreich Studieren, München u.a., 2004
- Zelazny, Gene: Wie aus Zahlen Bilder werden, Der Weg zur visuellen Kommunikation – Daten überzeugend präsentieren, 6. Aufl., Wiesbaden, 2005



4.2 Externes Rechnungswesen/ Steuern

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
10	8		-	-

Modulverantwortliche(r): StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider

Lehrende im Modul: StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider, StB Prof. Dr. Christine Immenkötter, Dr. Kerstin Meinhardt (LfbA), StB Stephanie Kinder (LfbA), WP/StB Roland Herbst (Lehrbeauftragter)

Dauer des Moduls: einmal pro Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode:

Jahresabschluss

Seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium

Unternehmensbesteuerung

Seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium ca. 70 Übungen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Folgende Veranstaltungen werden auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten:
- Jahresabschluss

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Literatur:

Jahresabschluss

- Baetge, Jörg, Kirsch, Hans-Jürgen, Thiele, Stefan: Bilanzen, 11. Auflage, Düsseldorf 2011
- Coenenberg, Adolf G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 22. Auflage, Stuttgart 2012
- Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 4. Auflage Göttingen 2009 mit weiteren Literaturangaben

Unternehmensbesteuerung

- Bornhofen, Manfred: Steuerlehre 1+2, Rechtslage 2012 33. Auflage, Wiesbaden 2012/13
- Grefe, Cord: Unternehmenssteuern; 15. Auflage, Ludwigshafen 2012

Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Einführung in die Unternehmensbesteuerung, 4. Auflage, Göttingen 2011 mit weiteren Literaturangaben



4.2.1 Jahresabschluss

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
10	8		-	-

Modulverantwortliche(r): StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider

Lehrende im Modul: StB Prof. Dr. Christine Immenkötter, Dr. Kerstin Meinhardt,
StB Stephanie Kinder

Dauer des Moduls: einmal pro Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode:
seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang
„Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der
Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der
Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Grundlagen /Rechtsgrundlagen
Rechnungslegungstheorien/
Zwecke der handelsrechtlichen Rechnungslegung
Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
Inventar / Buchführung
abstrakte und konkrete Aktivierungsfähigkeit
Ansatz und Ausweis von Vermögensgegenständen
Bewertung von Vermögensgegenständen -
Anschaffungskosten / Herstellungskosten
Bewertung von Vermögensgegenständen - planmäßige Abschreibungen
Bewertung von Vermögensgegenständen - außerplanmäßige Abschreibungen / Zuschreibungen
Bewertung von Vermögensgegenständen - Anlagenspiegel / Bewertungsvereinfachungsverfahren / Bewertung von
Forderungen
abstrakte und konkrete Passivierungsfähigkeit /
Ansatz und Ausweis von Schulden /
Ansatz und Ausweis von Rückstellungen
Bewertung von Schulden /
Bewertung von Rückstellungen /
Bilanzierung des Eigenkapitals
Bilanzierung besonderer Bilanzposten /
Vermerk von Haftungsverhältnisse
Gewinn- und Verlustrechnung
Anhang / Lagebericht
Gesamtwiederholung / Klausurtraining
Puffer,
ggf. Gesamtwiederholung / Klausurtraining

Literatur:

- Baetge, Jörg, Kirsch, Hans-Jürgen, Thiele, Stefan: Bilanzen, 13. Auflage, Düsseldorf 2014
- Baetge, Jörg, Kirsch, Hans-Jürgen, Thiele, Stefan: Konzernbilanzen, 10. Auflage, Düsseldorf 2013
- Coenenberg, Adolf G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 22. Auflage, Stuttgart 2012.
- Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 5. Auflage Göttingen 2014



4.2.2 Unternehmensbesteuerung

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
10	8		-	-

Modulverantwortliche(r): StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider

Lehrende im Modul: StB Prof. Dr. Christine Immenkötter, StB Stephanie Kinder, WP/StB Roland Herbst

Dauer des Moduls: einmal pro Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode:
seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Grundlagen
Besteuerungsverfahren - Besteuerungsgrundsätze / Beteiligte / Ermittlungsverfahren
Besteuerungsverfahren - Festsetzungsverfahren / Erhebungsverfahren / Rechtsbehelfsverfahren / Strafverfahren
Einkommenssteuer - Grundlagen
Einkommenssteuer - Gewinneinkünfte I
Einkommenssteuer - Gewinneinkünfte II
Einkommenssteuer - Gewinnermittlung
Einkommenssteuer - Überschusseinkünfte
Einkommenssteuer - Summe der Einkünfte (Verlustausgleich / Verlustabzug) / Einkommen / zu versteuerndes Einkommen
Körperschaftsteuer
Gewerbesteuer
Umsatzsteuer - Grundlagen / steuerbare Umsätze
Umsatzsteuer - steuerfreie Umsätze / Vorsteuerabzug
Gesamtwiederholung / Klausurtraining
Puffer für Feiertage / ggf. Gesamtwiederholung / Klausurtraining

Literatur:

- Bornhofen, Manfred: Steuerlehre 1+2, Rechtslage 2012, 35. Auflage, Wiesbaden 2014/15
- Grefe, Cord: Unternehmenssteuern; 17. Auflage, Ludwigshafen 2014
- Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Einführung in die Unternehmensbesteuerung, 4. Auflage, Göttingen 2011 mit weiteren Literaturangaben



4.3 Planspiele und betriebliche Anwendungssoftware

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
11	8		-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Klaus Deimel, Prof. Dr. Tobias Amely, Prof. Dr. Wiltrud Terlau, Prof. Dr. T. Stein

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Klaus Deimel, Prof. Dr. Tobias Amely, Prof. Dr. Wiltrud Terlau, Prof. Dr. Manfred Kiy (Lehrbeauftragter), Prof. Dr. Frank Gogoll (Lehrbeauftragter), Frau Frauboes-Jansen (Lehrbeauftragte), Herr Hoeppe (Lehrbeauftragter), Herr Voss (Lehrbeauftragter)

Dauer des Moduls: einmal pro Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 48%, Englisch 52% bzw. Deutsch 15%, Englisch 85% (je nach Gruppenkonstellation)

Lehr- und Lehrmethode:

Unternehmensplanspiel

Interactive Teaching and learning system based on: Learning business by doing business, Presentations, Oral examination

Praxis der Wirtschaftspolitik

Seminaristischer Unterricht mit Diskussion, eigenständiges Arbeiten, Teamarbeit, selbständige Präsentation, spielerisches Einüben wirtschaftspolitischer Entscheidungsprozesse mit Hilfe eines aktuellen volkswirtschaftlichen Simulationsspiels der Bundesrepublik Deutschland.

Business Application – SAP

Presentations, working instructions, Navigation thought SAP R/3 MM &SD & FICO modules – (Lecturer)

Group work and practical case presentations- (Lecturer and students)

Examination – Case Study

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: Unbenotete Fachprüfung. Näheres regelt § 14 Absatz 4 in Verbindung mit § 17 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte:

Unternehmensplanspiel:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Praxis der Wirtschaftspolitik:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Business Application - SAP

vgl. beigefügten Course Syllabus

Literatur:

1. Schierenbeck, H.; Wöhle, C.B. : Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 17. Aufl., München 2008
Amely, T.; Krickhahn, T.: BWL für Dummies, Wiley Verlag, Weinheim 2009
2. Clement, R./ Gogoll, F./ Kiy, M./ Terlau, W./ Veit, W.: Praxis der Wirtschaftspolitik, Theorie und ihre Anwendung spielend lernen, Vahlen Verlag, München 2001.
Frühjahrs-/Herbstgutachten der sechs führenden Wirtschaftsinstitute Deutschlands
Presentations and work instructions – Provided in the class
Business Blueprint Understanding enterprise supply chain management , Thomas A. Curran,Andrew Ladd – 2nd ed.
3. Finanzwesen mit SAP R/3 (neuester Aufl.) Brinkmann Zeilenger
SAP Prozesse: Finanzwesen und Controlling (neuester Aufl.) Thomas Teufel



4.3.1 Business Simulation TOPSIM General Management II

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
6	4		-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Tobias Amely

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Tobias Amely/Prof. Dr. Klaus Deimel
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Dauer des Moduls: einmal pro Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Englisch 100%

Lehr- und Lehrmethode: Business Simulation; Interactive Teaching and learning system based on:
Learning business by doing business. Two obligatory presentations
Defining and realising goals and strategies,
Analysing business figures for management decisions,
Improving communication skills,
Experiencing team work and the process of decision making

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: Unbenotete Fachprüfung. Näheres regelt § 14 Absatz 4 in Verbindung mit § 17 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalte: Introduction

Test period

Period 1: Entering Market 1 with product 1

Period 2: Market 1 increase

Period 3: Improvement of product 1 new

Developing of a business plan

Presentations of the business plans during a roadshow

Period 4: Introduction of product 1 new, Foreign market

Period 5: Developing of new product

Period 6: Introduction of the new product

Period 7: Introduction of the new product in the foreign market

Period 8: business as usual

Preparation of the general meeting

General Meeting

Oral examinations

Literatur: Manual,

Schierenbeck, H.; Wöhle, C.B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 17. Aufl., München 2008

Amely, T.; Krickhahn, T.: BWL für Dummies, Wiley Verlag, Weinheim 2009



4.3.2 Praxis der Wirtschaftspolitik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
3	2		-	-

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Wiltrud Terlau

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Wiltrud Terlau, Prof. Dr. Manfred Kiy (Lehrbeauftragter), Prof. Dr. Frank Gogoll (Lehrbeauftragter)

Dauer des Moduls: einmal pro Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 45%, Englisch 55%

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht mit Diskussion, eigenständiges Arbeiten, Teamarbeit, selbstständige Präsentationen, spielerisches Einüben wirtschaftspolitischer Entscheidungsprozesse mit Hilfe eines aktuellen volkswirtschaftlichen Simulationsspiels der Bundesrepublik Deutschland.

Geplante Case Studies: Die Lehrveranstaltung erfolgt anhand der aktuellen wirtschaftspolitischen Situation Deutschlands. Die Studierenden führen eine Konjunkturanalyse durch und sollen anhand eines aktuellen Simulationsspiels für die Bundesrepublik Deutschland Wirtschaftspolitik spielerisch erlernen.

Die Studierenden sollen makroökonomischen Zusammenhänge auf aktuelle wirtschaftspolitische Fragestellungen anwenden, volkswirtschaftlichen Daten analysieren (Konjunkturanalyse), wirtschaftspolitische Strategien und Regelmechanismen praxisorientiert kennenlernen, Auswirkungen wirtschaftspolitischer Instrumente einschätzen, Methoden und Konzepte selbstständig auf praktische Problemstellungen anwenden und kritisch beurteilen.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung:

Unbenotete Fachprüfung. Näheres regelt § 14 Absatz 4 in Verbindung mit § 17 der Prüfungsordnung (PO).

Lerninhalt: Einführung in die empirische Wirtschaftsforschung

Wirkungsanalyse wirtschaftspolitischer Instrumente

Wirkungsanalyse wirtschaftspolitischer Instrumente

Simulation Game: Introduction, Economic Policy Strategy, Test Periode

Simulation Game: Year 1

Simulation Game: Year 2

Simulation Game: Year 3

Simulation Game: Year 4

Simulation Game: Year 5

Press Conference

Press Conference

Aktuelles Konjunkturgutachten

Aktuelles Konjunkturgutachten

Aktuelles Konjunkturgutachten

Aktuelles Konjunkturgutachten

Literatur: Clement, R., Kiy, M., Terlau, W.: Angewandte Makroökonomie, Vahlen Verlag, München 2013

Frühjahrs-/Herbstgutachten der sechs führenden Wirtschaftsinstitute Deutschlands



4.3.3 Betriebliche Anwendungssoftware SAP

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
2	2		-	-

Modulverantwortliche(r): y

Lehrende im Modul:

Dauer des Moduls: einmal pro Semester

Art der Lehrveranstaltung: Pflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch 48%, Englisch 52% bzw. Deutsch 15%, Englisch 85% (je nach Gruppenkonstellation)

Lehr- und Lehrmethode:



5 Modul Schwerpunktfach Wirtschaftswissenschaften

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	12		-	-

Sie haben i.d.R. die Auswahl aus den Schwerpunktfächern:

- Accounting and Controlling
- Betriebswirtschaftslehre für Handelsunternehmen
- Business to Business Marketing
- Controlling
- Finanzwirtschaft/Finanzdienstleistungen
- Health Management
- Internationales Management
- Logistik und Supply-Chain-Management
- Marketing
- Personalmanagement
- Unternehmensberatung und –entwicklung
- Wirtschaftsinformatik



5.1 SPF Accounting & Controlling

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h	2,0 h	403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Klaus Deimel, Prof. Dr. Wilhelm Schneider
Lehrende im Modul: Dr. Thomas Heupel (Lehrbeauftragter)	Prof. Dr. Klaus Deimel, Prof. Dr. Wilhelm Schneider, Prof. Dr. Dietmar Fink, Prof.
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	

Internationale Konzernrechnungslegung / Analyse des internationalen Konzernabschlusses

seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium
(ca. 25 Übungsaufgaben / Fälle)

Controlling:

seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium
(ca. 25 Übungsaufgaben / Fälle)

Einsatz und Management externer Accounting- und Controlling-Dienstleister:

Seminaristischer Unterricht, Workshop Teaching und Supervision
Oberseminar: Aktuelle Entwicklungen im externen Rechnungswesen/ Controlling
seminaristischer Unterricht, Anfertigen, Präsentation und Diskussion schriftlicher Hausarbeiten

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: für das Schwerpunktfach insgesamt (18 Credits):
Abschlussklausur (75%), Hausarbeit (25%)

Qualifikationsziele des Moduls:

1. Internationale Konzernrechnungslegung/Analyse des internationalen Konzernabschlusses
Die Studierenden:
 - beherrschen die Konzernrechnungslegung nach IAS/IFRS und kennen die Unterschiede zu den Regelungen des HGB.
 - sind in der Lage, selbständig eine HB II aufzustellen und die erforderlichen Konsolidierungsschritte der Vollkonsolidierung und der Bewertung at equity durchzuführen.
 - können die jeweiligen Regelungen bezüglich der darin enthaltenen Wahlrechte und Ermessensspielräume analysieren und hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die Analyse des internationalen Konzernabschlusses beurteilen.
 - können die Analyse eines nach IAS/IFRS aufgestellten Konzernabschlusses selbständig durchführen
 Die Studierenden können die entsprechenden fachlichen Problemstellungen sowie die hierzu erarbeiteten Lösungsvorschläge schriftlich und mündlich präsentieren.
2. Controlling:
Die Studierenden:
 - können die Grundlagen sowie die unterschiedlichen Konzeptionen des Controlling erläutern und
 - sind in der Lage, die zentralen Instrumente des operativen Controlling selbständig anzuwenden und diese kritisch zu würdigen. Hierzu zählen u.a. Budgetierung und Planung, Abweichungsanalyse, Kostenmanagement, Unternehmensbewertung, wertorientiertes Controlling, Corporate Governance.
3. Einsatz und Management externer Accounting- und Controlling-Dienstleister
Die Studierenden werden befähigt:
 - die Arbeitsweisen und das Management externer Accounting- und Controlling-Dienstleister zu nennen und zu beschreiben, dazu zählen unter anderem die Audit-, Tax- und Advisory-Bereiche großer Wirtschaftsprüfungskonzerne wie KPMG, PwC, Ernst & Young und Deloitte, aber auch kleine und mittelständische Steuerberatungskanzleien, spezialisierte Beratungsdienstleister etc.
 - die Funktionsweisen der betreffenden Märkte sowie die Wettbewerbsverhältnisse und die aktuellen Herausforderungen zu erläutern und



- auf der Grundlage eines strukturierten Verfahrens Szenarien für verschiedene Segmente des Accounting- und Controlling-Dienstleistungsmarktes anzuwenden.

4. Oberseminar: Aktuelle Entwicklungen im externen Rechnungswesen/ Controlling

Die Studierenden:

- identifizieren selbständig aktuelle Entwicklungen des externen Rechnungswesens,
- fügen diese Entwicklungen in den aktuellen Forschungsstand sowie die aktuellen Literatur ein, um hieraus eine Fragestellung herauszukristallisieren,
- die sie in schriftlicher Form analysieren,

präsentieren ihre Forschungsergebnisse und hieraus zu ziehende Schlussfolgerungen und diskutieren diese wissenschaftlich.

Lerninhalte:

**Internationale Konzernrechnungslegung /
Analyse des internationalen Konzernabschlusses**

vgl. beigefügten Course Syllabus

Controlling:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Einsatz und Management externer Accounting- und Controlling-Dienstleister:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Oberseminar: Aktuelle Entwicklungen im externen Rechnungswesen/ Controlling

vgl. beigefügten Course Syllabus

Literatur:

- 1. Internationale Konzernrechnungslegung /
Analyse des internationalen Konzernabschlusses**
Baetge, Jörg, Kirsch, Hans-Jürgen, Thiele, Stefan: Bilanzen, 10. Auflage, Düsseldorf 2009
Coenenberg, Adolf G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse,
21. Auflage, Stuttgart 2009.
Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 4. Auflage Göttingen 2009 mit
weiteren Literaturangaben
- 2. Controlling:**
Deimel, Klaus, Heupel, Thomas, Wiltinger, Kai: Controlling, München 2012 mit weiteren Literaturangaben;
Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 13. Aufl., Stuttgart 2011;
Coenenberg, A.G.; Fischer, T.M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 7. Aufl., Stuttgart 2009;
Baum, H.G.; Coenenberg, A.G.; Günther, T.: strategisches Controlling, 4. Aufl., Stuttgart 2007;
Deimel, K.; Isemann, R.; Müller, S.: Kosten- und Erlösrechnung, München 2006;
Peemöller, V. (Hrsg.): Praxishandbuch Unternehmensbewertung, 4. Aufl., Herne 2009;
Günter, T: Unternehmenswertorientiertes Controlling, München 1997.
- 3. Einsatz und Management externer Accounting- und Controlling-Dienstleister:**
Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung, München.
Wechselnde Beiträge zu aktuellen Entwicklungen auf den Märkten für externe Accounting- und Controlling-Dienstleister.
- 4. Oberseminar: Aktuelle Entwicklungen im externen Rechnungswesen/ Controlling**
Theisen, M.R., Wissenschaftliches Arbeiten, 15. Auflage, München 2011.
Schneider, Bettina, Schneider, Wilhelm: Abschlussarbeiten FAQ / FGA. In WiSt Wirtschaftswissenschaftliches Studium 35.
Jg, Heft 9 (9/2006), S. 537 – 539.



5.1.1 Internationale Konzernrechnungslegung / Analyse des internationalen Konzernabschlusses

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h	2,0 h	403,0h

Modulverantwortliche(r):	StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider
Lehrende im Modul:	StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium (ca. 25 Übungsaufgaben / Fälle)

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Qualifikationsziele des Moduls:

Die Studierenden:

- beherrschen die Konzernrechnungslegung nach IAS/IFRS und kennen die Unterschiede zu den Regelungen des HGB.
- sind in der Lage, selbständig eine HB II aufzustellen und die erforderlichen Konsolidierungsschritte der Vollkonsolidierung und der Bewertung at equity durchzuführen.
- können die jeweiligen Regelungen bezüglich der darin enthaltenen Wahl-rechte und Ermessensspielräume analysieren und hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die Analyse des internationalen Konzernabschlusses beurteilen.
- können die Analyse eines nach IAS/IFRS aufgestellten Konzernabschlusses selbständig durchführen

Die Studierenden können die entsprechenden fachlichen Problemstellungen sowie die hierzu erarbeiteten Lösungsvorschläge schriftlich und mündlich präsentieren.

Lerninhalte:

Konzernrechtliche Grundlagen

Grundlagen des Konzernabschlusses

Konzernabschluss:

Aufstellungspflicht und Konsolidierungskreis

Fälle zum Konsolidierungskreis

Vollkonsolidierung

Kapitalkonsolidierung

Vollkonsolidierung

Schuldenkonsolidierung / Zwischenergebniseliminierung Aufwands- und Ertragskonsolidierung

Fälle zur Vollkonsolidierung

Quotenkonsolidierung / Einbeziehung at equity

Fälle zur Einbeziehung at equity

Rechnungslegung nach IFRS –

Grundlagen, Ansatz, Ausweis

Rechnungslegung nach IFRS –

Bewertung

Fälle zur Rechnungslegung nach IFRS

Jahresabschlussanalyse -



Grundlagen / Bereinigungen

Jahresabschlussanalyse

Kennzahlenanalyse

Fall zur Jahresabschlussanalyse

Gesamtwiederholung / Klausurtraining

Puffer /

ggf. Gesamtwiederholung / Klausurtraining

Literatur:

Baetge, Jörg, Kirsch, Hans-Jürgen, Thiele, Stefan: Bilanzen, 11. Auflage, Düsseldorf 2011

Coenberg, Adolf G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse,
22. Auflage, Stuttgart 2012.

Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 4. Auflage Göttingen 2009 mit weiteren
Literaturangaben



5.1.2 Controlling

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h	2,0 h	403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Klaus Deimel
Lehrende im Modul:	Prof. Dr. Klaus Deimel, Prof. Dr. Thomas Heupel (Lehrbeauftragter)
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium (ca. 25 Übungsaufgaben / Fälle)

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Qualifikationsziele des Moduls:

Die Studierenden können die Grundlagen sowie die unterschiedlichen Konzeptionen des Controlling erläutern und sind in der Lage, die zentralen Instrumente des operativen Controlling selbständig anzuwenden und diese kritisch zu würdigen. Hierzu zählen u.a. Budgetierung und Planung, Abweichungsanalyse, Kostenmanagement, Unternehmensbewertung, wertorientiertes Controlling, Corporate Governance.

Lerninhalte:

- Konzeptionelle Grundlagen des Controlling
- (Controlling als Führungsphilosophie, Einordnung des Controlling und Teilbereiche des Controlling
- Grundlagen des operativen Controlling
- Operative Planungs- und Kontrollprozesse; Budgetierung
- Fallstudie zur Unternehmensplanung
- Grundlagen der Abweichungsanalyse auf Basis der Plankostenrechnung, Fälle zur Abweichungsanalyse
- Kennzahlensteuerung des Unternehmens
- Fallstudie: Kennzahlenanalyse
- Grundlagen des Kostenmanagement, ausgewählte Instrumente des Kostenmanagement (z.B. Fixkostenmanagement, Prozesskostenrechnung, Target Costing, Outsourcing)
- Grundlagen des Kostenmanagement, ausgewählte Instrumente des Kostenmanagement (z.B. Fixkostenmanagement, Prozesskostenrechnung, Target Costing, Outsourcing)
- Fallstudie: Kostenmanagement
- Unternehmensbewertung (Substanzwertverfahren, Zukunftserfolgswertverfahren, Multiples-Verfahren, Real-Optionen)
- Fallstudie Unternehmensbewertung
- Wertorientiertes Controlling (Shareholder Value Konzept, Messkonzepte, wertorientiertes Management)
- Performance Controlling, insbesondere Balanced Scorecard
- Risiko Controlling und Corporate Governance
- Gesamtwiederholung / Klausurtraining. / ggfs. Exkursion
- Gesamtwiederholung / Klausurtraining

Literatur:

Deimel, Klaus, Heupel, Thomas, Wiltinger, Kai: Controlling, München 2012



mit weiteren Literaturangaben;

Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 13. Aufl., Stuttgart 2011;

Coenenberg, A.G.; Fischer, T.M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 7. Aufl., Stuttgart 2009;

Baum, H.G.; Coenenberg, A.G.; Günther, T.: strategisches Controlling, 4. Aufl., Stuttgart 2007;

Deimel, K.; Isemann, R.; Müller, S.: Kosten- und Erlösrechnung, München 2006;

Peemöller, V. (Hrsg.): Praxishandbuch Unternehmensbewertung, 4. Aufl., Herne 2009;

Günter, T.: Unternehmenswertorientiertes Controlling, München 1997.



5.1.3 Einsatz und Management externer Accounting- und Controlling-Dienstleister

ECTS-Punkte	Gesamtworload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h	2,0 h	403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Wilhelm Schneider

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Dietmar Fink

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch (100%)

Lehr- und Lehrmethode: Seminaristischer Unterricht, Workshop Teaching und Supervision

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: Fachprüfung gem. PO §14 Abs. 3

Qualifikationsziele des Moduls:

In dieser Veranstaltung werden die Arbeitsweisen und das Management externer Accounting- und Controlling-Dienstleister betrachtet. Dazu zählen unter anderem die Audit-, Tax- und Advisory-Bereiche großer Wirtschaftsprüfungskonzerne wie KPMG, PwC, Ernst & Young und Deloitte, aber auch kleine und mittelständische Steuerberatungskanzleien, spezialisierte Beratungsdienstleister etc. Im Rahmen der Veranstaltung werden zunächst die Funktionsweisen der betreffenden Märkte sowie die Wettbewerbs-verhältnisse und die aktuellen Herausforderungen besprochen. Im Anschluss erarbeiten die Kursteilnehmer in Gruppenarbeit auf der Grundlage eines strukturierten Verfahrens Szenarien für verschiedene Segmente des Accounting- und Controlling-Dienstleistungsmarktes.

Lerninhalte: Einführung in den Markt für externe Accounting- und Controlling-Dienstleistungen / Vorstellung der Analysemethodik

Makroanalyse

Mikroanalyse

Nightmare Competitor

Präsentation und Diskussion der Ergebnisse

Literatur: Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung, München

Wechselnde Beiträge zu aktuellen Entwicklungen auf den Märkten für externe Accounting- und Controlling-Dienstleister.



5.1.4 Oberseminar: Aktuelle Entwicklungen im externen Rechnungswesen/ Controlling

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h	2,0 h	403,0h

Modulverantwortliche(r): StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider

Lehrende im Modul: StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Lehrsprache(n): Deutsch (100%)

Lehr- und Lehrmethode: seminaristischer Unterricht, Anfertigen, Präsentation und Diskussion schriftlicher Hausarbeiten

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: für das Schwerpunktfach insgesamt (18 Credits): Abschlussklausur (75%), Hausarbeit (25%)

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden:

- identifizieren selbständig aktuelle Entwicklungen des externen Rechnungswesens,
- fügen diese Entwicklungen in den aktuellen Forschungsstand sowie die aktuellen Literatur ein, um hieraus eine Fragestellung herauszukristallisieren,
- die sie in schriftlicher Form analysieren, präsentieren ihre Forschungsergebnisse und hieraus zu ziehende Schlussfolgerungen und diskutieren diese wissenschaftlich.

Lerninhalte: Verteilung der Hausarbeitsthemen

Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens

Vorstellung und Diskussion der Exposés / Gliederungen

Präsentation und Diskussion der Hausarbeiten

Puffer

ggf. Präsentation und Diskussion der Hausarbeiten

Literatur: Theisen, M.R., Wissenschaftliches Arbeiten, 15. Auflage, München 2011.

Schneider, Bettina, Schneider, Wilhelm: Abschlussarbeiten FAQ / FGA. In WiSt Wirtschaftswissenschaftliches Studium 35. Jg, Heft 9 (9/2006), S. 537 – 539.



5.2 SPF Bankbetriebslehre

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

1. Bankmanagement
2. Analyse von Firmenkunden
3. Praxis der Geschäftspolitik
4. Praxis der Vertriebspolitik
5. Ausgewählte Kapitel der Bankbetriebslehre

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Tobias Amely
Lehrende im Modul:	Prof. Dr. Tobias Amely, Stb Prof. Dr. Wilhelm Schneider
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	nur im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)

Lehr- und Lehrmethode:

- Seminaristischer Unterricht
- Fallstudien
- Projektarbeit
- Bankenplanspiel
- Hausarbeit
- Präsentation

Besonderheiten:

Gastvorträge
Exkursionen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Literatur: Becker/ Peppmeier, Bankbetriebslehre, 8. Aufl. 2011

Handbücher zum Bankenplanspiel

Coenenberg, Adolf G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 22. Auflage, Stuttgart 2012.

Küting, Karlheinz / Weber, Claus-Peter: Die Bilanzanalyse, 10. Auflage, Stuttgart 2012

Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Skript zur Due Diligence

Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 4. Auflage Göttingen 2009 mit weiteren Literaturangaben

Themenspezifische, aktuelle Literatur



5.2.1 Bankmanagement

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Tobias Amely

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Tobias Amely

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: nur im Sommersemester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch (100%)

Lehr- und Lehrmethode:
seminaristischer Unterricht, Selbststudium, Planspiel Universal Banking 1.4

Besonderheiten:
Bankenplanspiel mit Gruppenarbeit und Präsentationen (Hauptversammlung)

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Literatur: Becker/ Peppmeier, Bankbetriebslehre, 8. Aufl. 2011
mit weiteren Literaturangaben



5.2.2 Analyse von Firmenkunden

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r):	StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider
Lehrende im Modul:	StB Prof. Dr. Wilhelm Schneider
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	nur im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium

Besonderheiten: -

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: für das Schwerpunktfach insgesamt (18 Credits): Mündliche Prüfung (75%), Hausarbeit (25%)

Literatur: Coenenberg, Adolf G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 22. Auflage, Stuttgart 2012.

Küting, Karlheinz / Weber, Claus-Peter: Die Bilanzanalyse, 10. Auflage, Stuttgart 2012

Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Skript zur Due Diligence

Schneider, Bettina; Schneider, Wilhelm: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 4. Auflage Göttingen 2009 mit weiteren Literaturangaben



5.2.3 Praxis der Geschäftspolitik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Tobias Amely
Lehrende im Modul:	Dr. Ulrich Gröschel
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	nur im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium

Besonderheiten: Praxisfälle aus dem Kreditinstitut des Dozenten

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Literatur: Themenspezifische, aktuelle Literatur



5.2.4 Praxis der Vertriebspolitik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Tobias Amely
Lehrende im Modul:	Dipl. Oec. Steffen Opitz MBA
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	nur im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium

Besonderheiten: Praxisprojekt aus dem Kreditinstitut des Dozenten

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Literatur: Themenspezifische, aktuelle Literatur



5.2.5 Ausgewählte Kapitel der Bankbetriebslehre

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Tobias Amely
Lehrende im Modul:	Prof. Dr. Tobias Amely
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	nur im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch (100%)
Lehr- und Lehrmethode:	Anfertigung einer schriftlichen Hausarbeit (15 – 20 Seiten), Präsentationen durch die Studierenden mit anschließender Diskussion, seminaristischer Unterricht.

Besonderheiten: Exkursionen und Gastvorträge

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden können:
- die Funktionsweise von Banken und Finanzmärkten beschreiben sowie
- Spezialthemen aus der Bankbetriebslehre und der Finanzwirtschaft präsentieren.
Beispiele zu den Themen: siehe Lerninhalte.

Lerninhalte:

Prozyklische Wirkungen von Basel II – Probleme und Lösungsansätze
Credit Default Swaps und ihre Rolle in der Finanzmarktkrise
Stresstests für europäische Kreditinstitute – Konzeption, Ergebnisse und Bewertung
Hedgefonds und ihre Rolle in der Finanzmarktkrise
Compliance-Vorschriften für Banken – Können Sie Fehlverhalten verhindern?
Die Kalkulation strukturierter Produkte aus Bankensicht – dargestellt am Beispiel von CDO's
Risikoadjustierte Kennzahlensysteme zur Banksteuerung
Eigenmittel nach Basel III - eine geschäftspolitische Analyse
Liquiditätssteuerung nach Basel III – eine geschäftspolitische Analyse
Bad Banks als Lösungsinstrument der Finanzmarktkrise
Die Gründung einer Bad Bank am Beispiel der WestLB
Optionen zur Ausgestaltung einer Bankenabgabe – Bewertung aus bankpolitischer Sicht
Praktizierte und potentielle Geschäftsmodelle für Landesbanken
Zinsswaps als Instrumente des Risikomanagements in Banken
Risikoadjustierte Kennzahlensysteme zur Banksteuerung

Literatur: Diverse Spezialliteratur zu den ausgewählten Themen



**Hochschule
Bonn-Rhein-Sieg**
University of Applied Sciences

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Campus Rheinbach



5.3 SPF Betriebswirtschaftslehre für Handelsunternehmen

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dr. Thomas Roeb
Lehrende im Modul:	Prof. Dr. Dr. Thomas Roeb
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch 88%, Englisch 12%
Lehr- und Lehrmethode:	seminaristischer Unterricht, aktuelle Fallbeispiele aus der Fachpresse

Besonderheiten:

Strategie

Case Studies: Rewe, Schlecker

Einkauf

Case Studies: Nestlé Category Management, 1 - 2 Gastvorträge wechselnder Referenten

Supply Chain Management/Logistik

Case Studies: Rewe, Schlecker

Vertrieb

Case Studies: Würth, zusätzlich ein Gastvortrag

Sonderthemen

Tagesaktuelle Themen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: Fachprüfung gem. PO §14 abs. 3

Qualifikationsziele des Moduls:

Strategie

Verständnis für die zentralen strategischen Entscheidungsfelder

Einkauf

Verständnis für die grundlegenden Problemfelder des Einkaufs

Supply Chain Management/ Logistik

Verständnis für die grundlegenden Methoden der Logistik

Vertrieb

Verständnis für die zentralen Aufgaben des Vertriebs im Handel

Sonderthemen

Vertiefung des Verständnisses der in den anderen Veranstaltungen abgehandelten Themen



Lerninhalte:

Strategie:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Einkauf:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Supply Chain Management/Logistik

vgl. beigefügten Course Syllabus

Vertrieb:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Sonderthemen:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Literatur:

Strategie Treis, B.: Handelsmanagement, Göttingen 1998

Einkauf Roeb, T.: Storebrand, in: Bruhn, : Handelsmarken im Wettbewerb, Hansen, U.: Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels, Göttingen 1996; Joint Industry Project on ECR (Hrsg.): Category Management Report, Washington 1997

Supply Chain Management/Logistik Kotzab, H.: Neue Konzepte der Distributionslogistik von Handelsunternehmen, Wiesbaden 1997, eigene Unterlagen

Vertrieb Hansen, U.: Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels, Göttingen 1990

Sonderthemen Fachpresse (z. B. Lebensmittelzeitung, Lebensmittelpraxis)



5.3.1 Strategie

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A.

Lehrende im Modul: Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A.

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: seminaristischer Unterricht

Besonderheiten: Geplante Case Studies: Rewe, Schlecker 1 Gastvortrag pro Semester
jedes Semester wechselnde empirische Erhebung

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: Fachprüfung gem. PO §14 abs. 3

Qualifikationsziele des Moduls:

Verständnis für die zentralen strategischen Entscheidungsfelder

Lerninhalte:

Strategie: die Rolle im Unternehmen

Strategie: Ansätze

Betriebsformen: Arten, Konzepte der Entstehung

Betriebsformen: Kernprobleme bei der Entwicklung

Betriebsformen: Entscheidungsprozess bei der Schaffung einer Betriebsform

Organisation: Grundlagen, spezifische Grundformen im Handel

Organisation: Dezentralisierung/Zentralisierung, Merchandising

Organisation: Category Management

Organisation: Beispiel Rewe: Strukturen

Organisation: Beispiel Rewe: Strukturen

Organisation: Beispiel Rewe: Gremien, Abläufe

Organisation: Beispiel Drogeriemarkt: Strukturen

Organisation: Beispiel Drogeriemarkt: Gremien, Abläufe

Standort: Kernprobleme

Standort: Entscheidungsprozess

Literatur: TREIS, Bartho: Handelsmanagement, Göttingen 1998



5.3.2 Einkauf

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A.

Lehrende im Modul: Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A.

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: seminaristischer Unterricht

Besonderheiten: Geplante Case Studies: Nestlé Category Management
1 - 2 Gastvorträge wechselnder Referenten

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: Fachprüfung gem. PO §14 abs. 3

Qualifikationsziele des Moduls: Deutsch 50%, Englisch 50%

Lerninhalte:

Einführung

Sortimentsstruktur (Begriff, Handlungsoptionen)

Sortimentsumfang (Begriff Handlungsoptionen)

Markenpolitik

Retail Branding

Retail Branding

Preispolitik (Grundprinzipien), Preisoptik, Preisniveau

direkte und indirekte Festlegung des Verkaufspreises

Category Management (Grundkonzept)

Category Management, Best Practice Modell, die Nebenkomponenten, Hauptkomponente Strategie

Category Management, Best Practice Modell, Hauptkomponente 8-Phasen-Modell

Category Management, 8-Phasen-Modell: Wareneinstufung, -bewertungsraster, -strategie

Category Management, 8-Phasen-Modell: Wareneinstufung, -bewertungsraster, -strategie; 9-Phasen-Modell: Grundidee, Marktsegmentierung

Category Management, 9-Phasen-Modell: Entscheidungsbaum, Tools und Datenquellen

Category Management, 9-Phasen-Modell: Flächen- und Umsatzanalyse

Literatur:

- ROEB, Thomas: Storebrand, in: Bruhn: Handelsmarken im Wettbewerb
- HANSEN, U.: Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels, Göttingen 1997
- Joint Industry Project on ECR (Hrsg.): Category Management Report, Washington 2003



5.3.3 Supply Chain Management/Logistik

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A.
Lehrende im Modul:	Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A, Dr. Stefan Tank
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch 100%
Lehr- und Lehrmethode:	seminaristischer Unterricht

Besonderheiten: Geplante Case Studies: Rewe, Schlecker
 - 1 Gastvortrag pro Semester
 Besuch eines Verteilzentrums (z. B. Aldi Kerpen)
 jedes Semester wechselnde empirische Erhebung

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: Fachprüfung gem. PO §14 abs. 3

Qualifikationsziele des Moduls: Verständnis für die grundlegenden Methoden der Logistik

Lerninhalte:

- Begriffliche Grundlagen
- Begriffliche Grundlagen, Konzepte der Strecken- und Zentralbelieferung
- Infrastruktur: Verteilzentrum, Transport, Palette
- RFID (Radio Frequency Identification)
- Ablauforganisation
- Ablauforganisation
- Fallbeispiel
- Fallbeispiel
- Moderne Konzepte: Grundlagen, ECR als Rahmenkonzept
- Moderne Konzepte: Quick Response
- Moderne Konzepte: Continuous Replenishment Programm
- Moderne Konzepte: Continuous Replenishment Programm
- Moderne Konzepte: Roll Cage Sequencing
- Moderne Konzepte: Cross Docking
- Moderne Konzepte: Cross Docking

Literatur:

KOTZAB, H.: Neue Konzepte der Distributionslogistik von Handelsunternehmen, Wiesbaden 1997



5.3.4 Vertrieb

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A.

Lehrende im Modul: Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 90%, Englisch 10%

Lehr- und Lehrmethode: seminaristischer Unterricht

Besonderheiten: Geplante Case Studies: Würth 1 Gastvortrag pro Semester, jedes Semester wechselnde empirische Erhebung

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: Fachprüfung gem. PO §14 abs. 3

Qualifikationsziele des Moduls: Verständnis für die zentralen Aufgaben des Vertriebs im Handel

Lerninhalte:

Rolle des Vertriebs, Werbung: Aktionsrahmen

Werbung: Ziele, Budgetierung

Werbung: Botschaft

Werbung: Streuung

Verkauf: Begriff, Aktionsrahmen, Kontaktabahnung

Verkauf: Verkaufstellengestaltung

Verkauf: Verkaufstellengestaltung

Verkauf: persönlicher Verkauf

Verkauf: persönlicher Verkauf

Kundenservice: Begriff

Kundenservice: Inhalt des Service

Kundenservice: Inhalt des Service

Kundenservice: Inhalt des Service

Kundenservice: Inhalt des Service

Kundenservice: Träger

Literatur:

HANSEN, U.: Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels, Göttingen 1990



5.3.5 Sonderthemen

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A.

Lehrende im Modul: Prof. Dr.rer.pol. Dr.-Ing. Thomas Roeb M.A

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode: seminaristischer Unterricht

Besonderheiten: Case Studies sind tagesaktuell festzulegen
jedes Semester wechselnde empirische Erhebung

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Es ist geplant, die Lehrveranstaltung auch im neuen Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ anzubieten.

Art der Prüfung: Fachprüfung gem. PO §14 abs. 3

Qualifikationsziele des Moduls: Vertiefung des Verständnisses der in den anderen Veranstaltungen abgehandelten Themen

Lerninhalte:

Fallbeispiel aus der Fachpresse (z. B. Lebensmittelzeitung)

Literatur:

Fachpresse (z. B. Lebensmittelzeitung, Lebensmittelpraxis)



5.4 SPF Health-Management

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

Gesundheitsökonomie
Healthcontrolling
Medizininformatik/ Prozessmanagement
Medizin für Nichtmediziner
Qualitäts- und Risikomanagement

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Bernd Ebel

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Bernd Ebel, Prof. Dr. Andreas Gaddatsch, Melanie Tilgen B.Sc.
(Lehrbeauftragte), Dr. med. Henning Kunter (Lehrbeauftragter)

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lehrmethode:

Gesundheitsökonomie

seminaristischer Unterricht, Übungsfälle, Fallstudien und Selbststudium, Fallbeispiele aus der aktuellen Wirtschaftspresse, Fallbeispiele aus der Erfahrung des Dozenten

Healthcontrolling

Interaktiver Vortrag mit (zahlreichen) Übungen / Fallbeispielen, Selbststudium (Folienskript, Literatur)

Medizininformatik/Prozessmanagement

Interaktiver Vortrag mit (zahlreichen) Übungen / Fallbeispielen, Selbststudium (Folienskript, Literatur)

Medizin für Nichtmediziner

Interaktiver Vortrag unter Nutzung von Lehrmaterialien (Skelett, Torso, usw.)

Qualitäts- und Risikomanagement

seminaristischer Unterricht, Übungsfälle, Fallstudien und Selbststudium, Fallbeispiele aus der aktuellen Wirtschaftspresse, Fallbeispiele aus der Erfahrung des Dozenten

Besonderheiten: -

Gesundheitsökonomie/Qualitäts- und Risikomanagement

In jedem Vorlesungsblock sind Gastvorträge von Hochschulkollegen und Praktikern integriert, Exkursionen zu Kliniken und anderen Partnern in der Gesundheitswirtschaft;

Medizininformatik/Prozessmanagement

Gastvorträge von Praktikern, Online-Demo von Modellierungswerkzeugen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls:

Gesundheitsökonomie

Die Studierenden können die Bedeutung der Gesundheitswirtschaft in der Gesellschaft erläutern und einordnen sowie eine Abschätzung der zukünftigen Entwicklung durchführen. Anhand der Charakterisierung der verschiedenen Marktteilnehmer wie Ärzte, Gesundheitswissenschaftler, Gesundheitshandwerker, Forscher, Handelsmittler und Erbringer vielfältiger Dienstleistungen können die Zusammenhänge und Mechanismen in diesem Markt beschrieben werden. Sie sind in der Lage



die Rolle der Politik, der Verbände und Lobbyisten sowie die Interaktion zwischen Krankenkassen, Leistungserbringern und den Patienten zu thematisieren und in ihrer Wirkung kritisch zu diskutieren. Die Studierenden sollen eine kritische Haltung zu den Wirkmechanismen erlangen und eigenständige Lösungsansätze durch Hausarbeiten und Präsentationen erarbeiten.

Healthcontrolling

Die Studierenden können die Grundzusammenhänge des Healthcontrolling erläutern und die erlernten Methoden und Instrumente sicher anwenden.

Medizininformatik/ Prozessmanagement

Die Studierenden können methodisches Wissen und Fertigkeiten für einen Einstieg in das IT gestützte Management von Geschäftsprozessen im Gesundheitswesen anwenden. Weiterhin werden Sie die Fähigkeit erlangen, notwendiges Spezialwissen auf dieser Grundlage in absehbarer Zeit selbst zu erarbeiten sowie Querbezüge zu benachbarten Disziplinen aufzeigen

(z.B. Krankenhausmanagement, Qualitätsmanagement, Medizincontrolling).

Medizin für Nichtmediziner

Die Studierenden können einen grundlegenden Überblick über die anatomischen und physiologischen Grundlagen des menschlichen Körpers geben sowie die wesentlichen Krankheitsbilder nennen. Das soll als ergänzende Grundlage für das bessere Verständnis der ökonomischen Auswirkungen auf die Prozesse in der Gesundheitswirtschaft dienen sowie die Querbeziehungen verdeutlichen.

Qualitäts- und Risikomanagement

Die Studierenden können die Bedeutung von Qualitäts- und Risikomanagement in Organisationen beschreiben und den besonderen Bezug zu den Akteuren in der Gesundheitswirtschaft herstellen sowie eine Abschätzung der zukünftigen Entwicklung durchführen. Anhand allgemein gültiger Modelle des Qualitäts- und Risikomanagements können sie die Zusammenhänge und Mechanismen mit speziellem Blick auf die Gesundheitswirtschaft erklären. Sie sind in der Lage insbesondere die Interaktion zwischen Krankenkassen, Leistungserbringern und den Patienten zu thematisieren und in ihrer Wirkung zu diskutieren. Die Studierenden können die Wirkmechanismen kritisch würdigen und eigenständige Lösungsansätze durch Hausarbeiten und Präsentationen erarbeiten

Lerninhalte:

Gesundheitsökonomie:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Healthcontrolling:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Medizininformatik/Prozessmanagement:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Medizin für Nichtmediziner:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Qualitäts- und Risikomanagement:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Literatur:

Gesundheitsökonomie

- Pflicht: Skripte des Dozenten in Modulform
- Lauterbach, Karl W. (Hrsg.): Gesundheitsökonomie: Lehrbuch für Mediziner und andere Gesundheitsberufe, 2. Aufl. Bern: Huber, 2009
- Beek, Kornelia van der: Gesundheitsökonomik, Oldenbourg, 2011
- Preusker, Uwe Karl (Hrsg.): Das deutsche Gesundheitswesen in 100 Stichworten, Heidelberg, 2011
- Hajen, Leonhard: Gesundheitsökonomie, 5. Aufl., Stuttgart, 2010

Healthcontrolling:

- Skripte des Dozenten in Modulform

Medizininformatik/ Prozessmanagement

- Skripte des Dozenten in Modulform

Medizin für Nichtmediziner

- Skripte des Dozenten in Modulform

Qualitäts- und Risikomanagement

- Pflicht: Skripte des Dozenten in Modulform
- Ebel, Bernd: Qualitätsmanagement, 2. Aufl. Herne, 2003
- Kahla-Witzsch, Heike Anette: Praxiswissen Qualitätsmanagement im Krankenhaus, 2. Aufl., Stuttgart, 2009
- Wagner, Karin: Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen und präventive Vorsorge in Unternehmen, Mering, 2009
- Hummel, Thomas R.: Total-quality-Management, München, 2011



- EFQM: Unternehmensqualität-Excellence mit dem EFQM Modell 2010, Wien, 2010
 - Eiff, Wilfried von (Hrsg.): Risikomanagement Kosten-Nutzen-basierte Entscheidungen im Krankenhaus, 2. Aufl., Wegscheid, 2007
- Schmitz, Thorsten: Risikomanagement, Stuttgart, 2006



5.4.1 Gesundheitsökonomie

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Bernd Ebel

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Bernd Ebel

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode: seminaristischer Unterricht, Übungsfälle Fallstudien und Selbststudium

Besonderheiten: Fallbeispiele aus der aktuellen Wirtschaftspresse,
Fallbeispiele aus der Erfahrung des Dozenten.

In jedem Vorlesungsblock sind Gastvorträge von Hochschulkollegen und Praktikern integriert
Exkursionen zu Kliniken und anderen Partnern in der Gesundheitswirtschaft

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang
„Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der
Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der
Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden können die Bedeutung der Gesundheitswirtschaft in der Gesellschaft
erläutern und einordnen sowie eine Abschätzung der zukünftigen Entwicklung durchführen. Anhand der Charakterisierung
der verschiedenen Marktteilnehmer wie Ärzte, Gesundheitswissenschaftler, Gesundheitshandwerker, Forscher, Handelsmittler
und Erbringer vielfältiger Dienstleistungen können die Zusammenhänge und Mechanismen in diesem Markt beschrieben
werden. Sie sind in der Lage die Rolle der Politik, der Verbände und Lobbyisten sowie die Interaktion zwischen
Krankenkassen, Leistungserbringern und den Patienten zu thematisieren und in ihrer Wirkung kritisch zu diskutieren. Die
Studierenden sollen eine kritische Haltung zu den Wirkmechanismen erlangen und eigenständige Lösungsansätze durch
Hausarbeiten und Präsentationen erarbeiten.

Lerninhalte:

Einführung in die Grundlagen der Gesundheitswirtschaft.
Rahmenbedingungen im Gesundheitssystem
Wirtschafts-, Gesundheits-, Sozialsystem (Public Health)
Ziele für ein Gesundheitswesen
Umsetzungsmodelle
Internationale Gesundheitssysteme
Aufbau des Gesundheitswesens in Deutschland, Versicherungen, Selbstverwaltung
Marktteilnehmer, Gesundheitscluster
Versorgungsformen, ambulant, stationär, Pflege
Arzneimittelversorgung
Berufe in der Gesundheitswirtschaft
ethische und soziale Aspekte
Vorträge der Studierenden als Präsentation der Hausarbeiten und Diskussion
Vorträge der Studierenden als Präsentation der Hausarbeiten und Diskussion
Exkursion zu einer bedeutenden Klinik
Zusammenfassung und Ausblick zukünftiger Entwicklungen

Literatur:



Pflicht: Skripte des Dozenten in Modulform

Lauterbach, Karl W. (Hrsg.): Gesundheitsökonomie: Lehrbuch für Mediziner und andere Gesundheitsberufe, 2. Aufl. Bern: Huber, 2009

Beek, Kornelia van der: Gesundheitsökonomik, Oldenbourg, 2011

Preusker, Uwe Karl (Hrsg.): Das deutsche Gesundheitswesen in 100 Stichworten, Heidelberg, 2011

Hajen, Leonhard: Gesundheitsökonomie, 5. Aufl., Stuttgart, 2010



5.4.2 Healthcontrolling

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Bernd Ebel

Lehrende im Modul: Melanie Tilgen B.Sc.

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode: Interaktiver Vortrag mit (zahlreichen) Übungen / Fallbeispielen
Selbststudium (Folienskript, Literatur)

Besonderheiten: Erlangung des methodischen Wissens und Fertigkeiten für einen Einstieg in den Beruf des „Medizincontrollers“ sowie die Fähigkeit, notwendiges Spezialwissen auf dieser Grundlage in absehbarer Zeit selbst zu erarbeiten.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden können die Grundzusammenhänge des Healthcontrolling erläutern und die erlernten Methoden und Instrumente sicher anwenden.

Lerninhalte:

Grundlagen
Ziele des Medizincontrollings

Arbeitsmarkt und Aufgaben sowie organisatorische Einordnung
Portfolioanalyse, Potentialanalyse
SWOT-Analyse, Benchmarking
Kennzahlen, Kennzahlensysteme,
Balanced Scorecard
DRG und Behandlungspfade
Krankenhausfinanzierung und Entgeltsysteme im Krankenhaus
Finanz- und Rechnungswesen im Krankenhaus
Krankenhaus Kostenrechnung I
Krankenhaus Kostenrechnung II
Vorträge der Studierenden
Zusammenfassung und Ausblick sowie ausgewählte Übungen

Literatur: Pflicht: Skripte des Dozenten in Modulform



5.4.3 Medizininformatik/Prozessmanagement

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Bernd Ebel

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Andreas Gadatsch

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode: Interaktiver Vortrag mit (zahlreichen) Übungen / Fallbeispielen
Selbststudium (Folienskript, Literatur)

Besonderheiten: Gastvorträge von Praktikern, Online-Demo von Modellierungswerkzeugen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden können methodisches Wissen und Fertigkeiten für einen Einstieg in das IT gestützte Management von Geschäftsprozessen im Gesundheitswesen anwenden. Weiterhin werden Sie die Fähigkeit erlangen, notwendiges Spezialwissen auf dieser Grundlage in absehbarer Zeit selbst zu erarbeiten sowie Querbezüge zu benachbarten Disziplinen aufzeigen (z.B. Krankenhausmanagement, Qualitätsmanagement, Medizincontrolling)..

Lerninhalte:

Grundlagen
Konzeption, Rollen und Beteiligte
Organisatorische Einbindung, Prozessdenken versus Funktionsdenken, Geschäftsprozessvereinbarungen
Prozesslandkarten, Swimlane-Diagramme, BPMN, Modellierungswerkzeuge
Historische Entwicklung, Hospital Engineering
Grundbegriffe (Health Telematik, Gesundheitskarte, Patientenakte, u.a.)
Anforderungen an medizinische Informationssysteme
Einsatz allgemeiner Informationssysteme (ERP-Systeme, DW-Systeme, WFMS)
Einsatz spezieller Systeme (KIS, RIS, PACS)

IT-Governance & IT-Management im Gesundheitswesen

IT-Standards (HL7, DICOM, u.a.)
Einsatz von Reifegradmodellen zur Effizienzmessung
Simulation von Prozessen im Gesundheitswesen
Vorträge der Studierenden
Vorträge der Studierenden
Vorträge der Studierenden
Zusammenfassung und Ausblick sowie ausgewählte Übungen

Literatur: Pflicht: Skripte des Dozenten in Modulform



5.4.4 Medizin für Nichtmediziner

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Bernd Ebel
Lehrende im Modul:	Dr. med. Henning Kunter
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch 100%
Lehr- und Lernmethode:	Interaktiver Vortrag unter Nutzung von Lehrmaterialien (Skelett, Torso, usw.)

Besonderheiten: nicht vorgesehen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden können einen grundlegenden Überblick über die anatomischen und physiologischen Grundlagen des menschlichen Körpers geben sowie die wesentlichen Krankheitsbilder nennen. Das soll als ergänzende Grundlage für das bessere Verständnis der ökonomischen Auswirkungen auf die Prozesse in der Gesundheitswirtschaft dienen sowie die Querbeziehungen verdeutlichen.

Lerninhalte:

Medizinische Grundbegriffe
Anatomische Grundlagen des Skeletts
Anatomische Grundlagen der Organe
Physiologische Grundlagen
Erkrankungen von Kopf und Gehirn
Erkrankungen der Wirbelsäule
Verletzungen der Extremitäten
Erkrankungen im Brustkorb
Erkrankungen im Bauchraum
Erkrankungen der Urogenital Organe
Zusammenfassung und allgemeine Fragen

Literatur: Pflicht: Skripte des Dozenten in Modulform



5.4.5 Qualitäts- und Risikomanagement

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Bernd Ebel

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Bernd Ebel

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode: seminaristischer Unterricht, Übungsfälle, Fallstudien und Selbststudium, Fallbeispiele aus der aktuellen Wirtschaftspresse, Fallbeispiele aus der Erfahrung des Dozenten.

Besonderheiten: In jedem Vorlesungsblock sind Gastvorträge von Hochschulkollegen und Praktikern integriert. Exkursionen zu Kliniken und anderen Partnern in der Gesundheitswirtschaft

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden können die Bedeutung von Qualitäts- und Risikomanagement in Organisationen beschreiben und den besonderen Bezug zu den Akteuren in der Gesundheitswirtschaft herstellen sowie eine Abschätzung der zukünftigen Entwicklung durchführen. Anhand allgemein gültiger Modelle des Qualitäts- und Risikomanagements können sie die Zusammenhänge und Mechanismen mit speziellem Blick auf die Gesundheitswirtschaft erklären. Sie sind in der Lage insbesondere die Interaktion zwischen Krankenkassen, Leistungserbringern und den Patienten zu thematisieren und in ihrer Wirkung zu diskutieren. Die Studierenden können die Wirkmechanismen kritisch würdigen und eigenständige Lösungsansätze durch Hausarbeiten und Präsentationen erarbeiten

Lerninhalte:

Einführung in die Grundlagen des Qualitätsmanagements
Rahmenbedingungen im Gesundheitssystem
Gesetzliche Grundlagen
Einführung in die Grundlagen des Risikomanagements
Qualitätswerkzeuge, Projektmanagement
Anforderungen an Krankenhäuser,
EFQM-Modell
Balanced Scorecard als Strategieinstrument
Medizinische Dokumentation, Selbstbewertung, Fremdbewertung
Konzepte und Instrumente des Risikomanagement
Risikoidentifikation, -bewertung, -aggregation, Haftungsfragen
Risikosteuerung, -kontrolle und Controllinginstrumentarien
Bestandteil der Unternehmensführung,
Case Management, Change Management
Vorträge der Studierenden als Präsentation der Hausarbeiten und Diskussion
Vorträge der Studierenden als Präsentation der Hausarbeiten und Diskussion
Exkursion zu einer bedeutenden Klinik
Zusammenfassung und Ausblick zukünftiger Entwicklungen

Literatur: Pflicht: Skripte des Dozenten in Modulform

Ebel, Bernd: Qualitätsmanagement, 2. Aufl. Herne, 2003
Kahla-Witzsch, Heike Anette: Praxiswissen Qualitätsmanagement im Krankenhaus, 2. Aufl., Stuttgart, 2009
Wagner, Karin: Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen und präventive Vorsorge in Unternehmen, Mering, 2009



Hummel, Thomas R.: Total-quality-Management, München, 2011

EFQM: Unternehmensqualität-Excellence mit dem EFQM Modell 2010, Wien, 2010

Eiff, Wilfried von (Hrsg.): Risikomanagement Kosten-Nutzen-basierte Entscheidungen im Krankenhaus, 2. Aufl., Wegscheid, 2007

Schmitz, Thorsten: Risikomanagement, Stuttgart, 2006



5.5 SPF International Management

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

International Strategy & Leadership
International Marketing
International Trade & Investment
Project and Cases in International Management
Current Issues in International Management

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jürgen Bode
Lehrende im Modul:	Prof. Dr. Jürgen Bode, Prof. Dr. Harald Meier (LfbA)
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Englisch 100%
Lehr- und Lernmethode:	

International Strategy & Leadership Lecturer presentation, individual and group based text analysis, exercises and case study work, student presentation, discussion, lecturer reflection, class handouts, self-assessment.

International Marketing Lecture, presentations, feedback, discussion, case study workshop with an international marketing professional, excursion

International Trade & Investment Lecturer presentation, individual and group based text analysis, exercises and case study work, student presentation, discussion, lecturer reflection, class handouts

Project and Cases in International Management Seminar, Lecture on methods of case study analysis, presentation, discussion

Current Issues in International Management

Individual research in teams of 2 persons, lecture, team consultation sessions with instructor, presentations, feedback, discussion

Besonderheiten:

International Strategy & Leadership/ International Trade & Investment

- Video Analysis: International Strategy MTV, LandsEnd, Nivea, Yahoo.
- Video Analysis: Parker Pen Inc. intercultural communication.
- Self-assessment: Intercultural Communication.
- Unilever: International Recruitment & Assignments

International Marketing

- Unilever in Brazil 1997-2007: Marketing Strategies to Low Income Consumers; Bode/Möller: Kurvers Piping - Operational Management of Industrial Exports to Saudi Arabia

International Trade & Investment

- Globalization (Text analysis and Executive summarization)
- International Financial System (Video Analysis)
- NGO Research study, incl. Video Analysis (Darwin's Nightmare, Austria 2005), and Meier, H.: Child Labour (presentation incl. CNN media news)
-

Project and Cases in International Management



- Development of a marketing plan for the introduction of a German product in a market abroad, and/or vice versa; Seminar sessions are held in blocks Teams from partner universities integrated in case work.

Current Issues in International Management

- Students research case studies which suit their individual research topics.
- This class is a required course for exchange students from our partner universities. Therefore, the student body of the class represents many different cultural backgrounds, which lends itself to invaluable learning opportunities.

In summer terms, this course is taught jointly with the Coastal Carolina University (CCU) summer school, thus even increasing the intercultural flavour in the classroom.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls:

International Strategy & Leadership

- Using examples, individual exercises and group work related exercises and case studies students will understand the strategic issues and operations related to company's "going international" and "being international" strategies, including the approaches of international Corporate Organization, and critical incidents in international HRM & Leadership.
- **International Marketing**
 - Understanding the challenges of marketing across borders
 - Describe how real managers have mastered these challenges, and evaluate their approaches
 - Analyse the marketing mix of a real international company, and present the results of the analysis
 - Compare and evaluate the cultural impact on the marketing mix of a company

International Trade & Investment

Seeing the historic development of international trade and understanding the political and economical framework and the basic theories related to the current national and supra-national international trade & investment policies. Discussing the current status and future of global economic zones and analyse the impact of the global financial system and of NGOs (non governmental organizations).

Project and Cases in International Management

- Apply concepts of international management to a practical case
- Manage work packages of a real-life project
- Work in intercultural teams
- Analyse real cases before the background of management theory
- Create meaningful presentations and present to a management audience
- Critically assess project results of the own and other teams
- Generate solutions to real-life problems of corporate clients

Current Issues in International Management

- Carry out independent research for a given topic
- Write a scientific paper in English language
- Obtain relevant data and information which is helpful for solving a given problem
- Plan and schedule a small project
- Understand, and cope with, the challenges of following a tough project schedule, and of delivering project outputs in time
- Cooperate with team members from a different cultural background
- Generate meaningful and convincing documents (papers, presentations) which serve to communicate ideas
- Plan and lead group discussions which help to optimize results

Prepare oneself for the establishment of the final thesis

Lerninhalte:

International Strategy & Leadership:

vgl. beigefügten Course Syllabus

International Marketing:

vgl. beigefügten Course Syllabus

International Trade & Investment:

vgl. beigefügten Course Syllabus



Project and Cases in International Management:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Current Issues in International Management:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Literatur: International Strategy & Leadership/ International Trade & Investment

Required literature:

- Wild, J./Wild, K./Han J.: International Business, 3rd ed. Pearson Education 2008.
- Handouts (given out in class).
- Readings (downloads in file K).

Recommended additional sources:

- Bartlett, C.A./Ghoshal, S.: Transnational Management, 6th ed. McGraw-Hill 2010.
- Tung, R.L (ed.): IEBM Handbook of International Business, Thomson Learning 2001.
- Le Monde Diplomatique (ed.): Atlas der Globalisierung, 2009, 2011, 2012.
- Deresky, H.: Managing across borders and Cultures, 7th ed. Pearson Education 2010.

International Marketing

Cateora, P.R., Gilly, M.C., Graham, J.L.: International Marketing. 13th ed., McGraw-Hill, 2007.



5.5.1 International Strategy & Leadership

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Harald Meier

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Harald Meier

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Englisch 100%

Lehr- und Lernmethode: Lecturer presentation, individual and group based text analysis, exercises and case study work, student presentation, discussion, lecturer reflection, class handouts, self-assessment.

Besonderheiten: Video Analysis: International Strategy MTV, LandsEnd, Nivea, Yahoo.
Video Analysis: Parker Pen Inc. intercultural communication.
Self-assessment: Intercultural Communication.
Unilever: International Recruitment & Assignments.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Using examples, individual exercises and group work related exercises and case studies students will understand the strategic issues and operations related to company's "going international" and "being international" strategies, including the approaches of international Corporate Organization, and critical incidents in international HRM & Leadership.

Lerninhalte:

Class overview
Current International Corporate Strategies, examples
Country analysis, market entry strategies and entry modes, timing strategies, market entry barriers
Corporate Strategy systems
(Perlmutter, Bartlett/Ghoshal approaches)
International Corporate organization models
Influence of cultures and intercultural communication in international organisations
Corporate International HR Organization and HR Strategies
International Recruitment, Training, and Assignment
Intercultural Leadership & Management Development
International Unions & Works Council policy
Summarization and outlook

Literatur: Recommended sources:

Bartlett, C.A./Ghoshal, S.: Transnational Management, 2nd ed. McGrawHill 1995.
Tung, R.L (ed.): IEBM Handbook of International Business, Thomson Learning 2001.
Deresky, H.: International Management. 6th ed. Prentice Hall 2008.
Schneider, S.C./Barsoux, J.L.: Managing across cultures, 2nd ed. Prentice Hall 2003.
Handouts (given out in class).
Readings (downloads from file K:).



5.5.2 International Marketing

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Jürgen Bode

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Jürgen Bode

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Englisch 100%

Lehr- und Lernmethode: Lecture, presentations, feedback, discussion, case study workshop with an international marketing professional, excursion

Besonderheiten: Planned Case Studies: Unilever in Brazil 1997-2007: Marketing Strategies to Low Income Consumers; Bode/Möller: Kurvers Piping - Operational Management of Industrial Exports to Saudi Arabia

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Understanding the challenges of marketing across borders
Describe how real managers have mastered these challenges, and evaluate their approaches
Analyse the marketing mix of a real international company, and present the results of the analysis
Compare and evaluate the cultural impact on the marketing mix of a company

Lerninhalte:

The scope and challenge of international marketing

International marketing research

cont'd

The international marketing planning process

International marketing strategies

Products and services for international consumer markets

Products and services for international business markets

International marketing channels

Exporting and logistics

Case study "Export", workshop with an international marketing manager

International marketing communication

Excursion „International Marketing in 3 countries“

Personal selling and sales management

Pricing for international markets

Review

Literatur: Cateora/Graham: International Marketing. 13th ed., McGraw-Hill, 2007



5.5.3 International Trade & Investment

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Harald Meier

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Harald Meier

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Englisch 100%

Lehr- und Lernmethode: Lecturer presentation, individual and group based text analysis, exercises and case study work, student presentation, discussion, lecturer reflection, class handouts

Besonderheiten: Globalization (Text analysis and Executive summarization)
International Financial System (Video Analysis)
NGO Research study, incl. Video Analysis (Darwin's Nightmare, Austria 2005), and Meier, H.: Child Labour (presentation incl. CNN media news)

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Seeing the historic development of international trade and understanding the political and economical framework and the basic theories related to the current national and supra-national international trade & investment policies. Discussing the current status and future of global economic zones and analyse the impact of the global financial system and of NGOs (non governmental organizations).

Lerninhalte: Class overview
History and current trends in International Trade
Relevant Theories of International Investment & Trade
Areas and results of economic integration
The International Finance System
The Role of NGOs in Global Trade and Investment
Summarization & outlook on the class "International Strategies & Leadership"

Literatur: Required literature:

- Wild, J./Wild, K./Han J.: International Business, 3rd ed. Pearson Education 2008.
- Handouts (given out in class).
- Readings (downloads in file K).

Recommended additional sources:

- Bartlett, C.A./Ghoshal, S.: Transnational Management, 6th ed. McGraw-Hill 2010.
- Tung, R.L (ed.): IEBM Handbook of International Business, Thomson Learning 2001.
- Le Monde Diplomatique (ed.): Atlas der Globalisierung, 2009, 2011, 2012.
- Deresky, H.: Managing across borders and Cultures, 7th ed. Pearson Education 2010.



5.5.4 Projects and Cases in International Management

ECTS-Punkte	Gesamtworload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Jürgen Bode

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Jürgen Bode

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Englisch 100%

Lehr- und Lernmethode:

Seminar
Lecture on methods of case study analysis
Presentation
Discussion

Besonderheiten: Planned Case Studies: Development of a marketing plan for the introduction of a German product in a market abroad, and/or vice versa

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls:

- Apply concepts of international management to a practical case
- Manage work packages of a real-life project
- Work in intercultural teams
- Analyse real cases before the background of management theory
- Create meaningful presentations and present to a management audience
- Critically assess project results of the own and other teams

Generate solutions to real-life problems of corporate clients

Lerninhalte: (Independent preparation in groups)

Introduction to the seminar, presentation of topics, discussion of initial questions and issues, research in PC Pool.
Assignment of teams; schedule of course; lecture "corporate communication"
Communication between teams (personal and through telephone conference), team work, preparation of memos
Consultation meeting with teams
(Independent group work)
Lecture: Presentation of cases and projects
Consultation meeting with teams
(Independent group work)
(Independent group work)
(Independent group work)
(Independent group work)
(Independent group work)
Presentation of reports
Presentation of reports

Literatur: -



5.5.5 Current Issues in International Management

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Jürgen Bode

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Jürgen Bode

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Englisch 100%

Lehr- und Lernmethode: Individual research in intercultural teams of 2 persons, lecture, team consultation sessions with instructor, presentations, feedback, discussion

Besonderheiten: Seminar themes change every semester. Examples are:

- Doing business in China
- Fiscal sustainability and currency stability in Europe, the USA and China
- International management of universities
- International marketing on the World Wide Web

Each student team researches an individual topic within the given theme.

In summer terms, this course is taught jointly with the Coastal Carolina University (CCU) summer school, thus even increasing the intercultural flavour in the classroom.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls:

- Carry out independent research for a given topic
 - Write a scientific paper in English language
 - Obtain relevant data and information which is helpful for solving a given problem
 - Plan and schedule a small project
 - Understand, and cope with, the challenges of following a tough project schedule, and of delivering project outputs in time
 - Cooperate with team members from a different cultural background
 - Generate meaningful and convincing documents (papers, presentations) which serve to communicate ideas
 - Plan and lead group discussions which help to optimise results
- Prepare oneself for the establishment of the final thesis

Lerninhalte: Introduction of participants, presentation of specialisation, importance of research and case studies, introduction to topic, prepare and present topic overview.

Lecture "Research methods I"

(Independent group work, submission of draft project outline)

Lecture "Research methods II", team consultation session with instructor

(Independent group work)

(Independent group work, submission of final project outline and draft report structure)

Team consultation session with instructor

Intermediate presentation of results

(Independent group work)

Presentation of final reports

Revision of reports, submission



Literatur: References depend on the given research topic of the semester.

General references on methods of research and academic writing are:

- Creme, Phyllis / Lea, Mary R.: Writing at University – A Guide for Students. 3rd ed., McGraw-Hill, Berkshire, 2008.

- Murray, Neil / Hughes, Geraldine: Writing Up Your University Assignments and Research Projects – A Practical Handbook. McGraw-Hill, Berkshire, 2008.



5.6 SPF Marketing

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

Marketing Grundlagen
Marktforschung
Werbung
Branchenspezifisches Marketing: Sozialmarketing
Aktuelle Marketingthemen

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Erika Leischner.
Lehrende im Modul:	Prof. Dr. Erika Leischner, Frank Maikranz (LfbA)
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode:

Marketing Grundlagen, Marktforschung, Werbung, Branchenspezifisches Marketing: Sozialmarketing:
Lehrvortrag mit Diskussion, seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten, häusliches Literaturstudium
Aktuelle Marketingthemen:
einführender Lehrvortrag, Referate und Diskussionen

Besonderheiten: ggf. Praxisvorträge

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls:

Marketing Grundlagen

Die Studierenden sollen die Bedeutung des Marketing für die Unternehmensführung beschreiben und fachbezogen kommunizieren. Sie sollen sich mit verschiedenen Marketingbegriffen und -theorien sowie deren Relevanz für die Praxis auseinandersetzen. Sie sollen den Ablauf von Marketingprozessen strukturieren und systematisch Marketingkonzeptionen entwickeln. Dazu sollen sie Ansätze zur Entwicklung von Marketingstrategien studieren, kritisch beurteilen und sich mit den Gestaltungsmöglichkeiten des Marketing-Mix vertraut machen. Ferner sollen sie die Grundlagen der Markenführung darstellen und dabei strategische und instrumentelle Aspekte des Marketing im Gesamtzusammenhang betrachten.

Marktforschung

Die Studierenden sollen das Methodenspektrum der Marktforschung beschreiben, Marktforschungsuntersuchungen unter methodischen Gesichtspunkten kritisch beurteilen und für ein konkretes Marketingproblem eine Marktforschungsstudie zu konzipieren.

Werbung

Die Studierenden sollen die Bedeutung der Werbung für Positionierungsstrategien erkennen, die Arbeitsschritte bei der Planung, Entwicklung und Umsetzung einer Werbekampagne beschreiben. Ferner sollen sie erklären, wie Werbung unter den heutigen Kommunikationsbedingungen psychologisch wirksam gestaltet werden kann und Kampagnenentwürfe kritisch beurteilen.

Branchenspezifisches Marketing: Sozialmarketing

Die Studierenden sollen den dritten Sektor, seine Arbeitsweise und die unterschiedlichen Zielgruppen beschreiben. Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Studierenden u. a. die klassischen Marketingmethoden und -instrumente an die Anforderungen des Sozialmarketing anzupassen und damit umzugehen.



Aktuelle Marketingthemen

Die Studierenden sollen selbständig eine schriftliche Arbeit zu einem klar eingegrenzten aktuellen Marketing-Thema verfassen und dabei die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens in konzeptioneller, methodischer und formaler Hinsicht üben, die wichtigsten Erkenntnisse ihrer Arbeit im Plenum präsentieren und zur Diskussion stellen sowie sich mit den von ihren Kommilitonen und Kommilitoninnen bearbeiteten Themen kritisch auseinander setzen und darüber diskutieren.

Lerninhalte:

Marketing Grundlagen :

vgl. beigefügten Course Syllabus

Marktforschung:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Werbung

vgl. beigefügten Course Syllabus

Branchenspezifisches Marketing: Sozialmarketing:

vgl. beigefügten Course Syllabus

Aktuelle Marketingthemen :

vgl. beigefügten Course Syllabus

Literatur:

Marketing Grundlagen Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, 6. Auflage, Vahlen, München 2010.

Homburg, C., Krohmer, H.: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Gabler, Wiesbaden 2009

Marktforschung: Berekoven, L., Eckert, W., Ellenrieder, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen, 12. Auflage, Gabler, Wiesbaden 2009.

Werbung Kroeber-Riel, W., Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Werbung, 7. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart 2011.

Schweiger, G., Schrattenecker, G.: Werbung, , 7. Auflage, Lucius & Lucius, Stuttgart 2009.

Branchenspezifisches Marketing: Sozialmarketing:

Antwerpes, Sarah; Die Kunst moderner Markenführung – Die Marke Obama als Wegweiser für erfolgreiches Marketing, Gabler, 2011.

Conta-Gromberg, Ehrenfried; Handbuch Sozialmarketing, Berlin 2006.

Fischer, Walter; Sozialmarketing für NPO, Zürich 2000.

Kotler, P. Lee, N-R,; Social Marketing für eine bessere Welt – Praxisbuch für Politik, Unternehmen und Institutionen, München 2010.

Haibach, Marita; Handbuch Fundraising, Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, Frankfurt/New York, 2006.

Kosiol, Pförtsch, Heil, Albrecht; Social Marketing – Erfolgreiche Marketingkonzepte für NPO, Stuttgart 2006

Aktuelle Marketingthemen: aktuelle Marketingzeitschriften, insbesondere Absatzwirtschaft und Marketing ZFP



5.6.1 Marktforschung

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Erika Leischner

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Erika Leischner

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode:

Lehrvortrag mit Diskussion, seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten, häusliches Literaturstudium

Besonderheiten: ggf. Praxisvorträge

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden sollen das Methodenspektrum der Marktforschung beschreiben, Marktforschungsuntersuchungen unter methodischen Gesichtspunkten kritisch beurteilen und für ein konkretes Marketingproblem eine Marktforschungsstudie zu konzipieren.

Lerninhalte:

Begriff und Nutzen der Marktforschung
Institutionen der Marktforschung
Marktforschungsprojekt (Überblick)
Messtheoretische Grundlagen
Auswahl der Erhebungseinheiten 1
Auswahl der Erhebungseinheiten 2
Methoden der Datenerhebung (Überblick)
Befragungsmethoden 1
Befragungsmethoden 2
Beobachtungsmethoden
Experimente
Panels 1
Panels 2
Methoden der Datenanalyse 1
Methoden der Datenanalyse 2
ggf. Praxisvortrag
Wiederholung bzw. Klausurvorbereitung

Literatur: Berekoven, L., Eckert, W., Ellenrieder, P. (2009): Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen, Wiesbaden: Gabler, 12. Auflage



5.6.2 Werbung

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Erika Leischner

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Erika Leischner

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode:

Lehrvortrag mit Diskussion, seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten, häusliches Literaturstudium

Besonderheiten: ggf. Praxisvorträge

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden sollen die Bedeutung der Werbung für Positionierungsstrategien erkennen, die Arbeitsschritte bei der Planung, Entwicklung und Umsetzung einer Werbekampagne beschreiben. Ferner sollen sie erklären, wie Werbung unter den heutigen Kommunikationsbedingungen psychologisch wirksam gestaltet werden kann und Kampagnenentwürfe kritisch beurteilen.

Lerninhalte:

Geschichte der Werbung
Werbung: Begriff, Bedeutung, Einordnung
Rahmenbedingungen der Werbung
Werbewirtschaft in Deutschland
Strategische Werbeplanung (Überblick)
Werbeanalyse
Formulierung der Werbeziele
und Festlegung der Werbebudgets
Entwicklung von Werbestrategien 1
Entwicklung von Werbestrategien 2
Psychologie der Werbewirkung
Gestaltung von Werbebotschaften 1
Gestaltung von Werbebotschaften 2
Gestaltung von Werbebotschaften 3
Mediaplanung 1
Mediaplanung 2
Messung des Werbeerfolgs
Klausurvorbereitung oder ggf. Praxisvortrag
Klausurvorbereitung

Literatur: Kroeber-Riel, W., Esch, F.-R. (2011): Strategie und Technik der Werbung, Stuttgart: Kohlhammer, 7. Auflage
Schweiger, G., Schrattenecker, G. (2009): Werbung, Stuttgart: Lucius & Lucius, 7. Auflage



5.6.3 Sozialmarketing

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Erika Leischner
Lehrende im Modul:	Dipl. Kaufmann / Dipl. Volkswirt Frank C. Maikranz
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode:
Vorlesungen, Gruppenarbeit, Hausarbeiten, Referate

Besonderheiten: ggf. Fachvorträge von Praktikern, Unternehmensbesuche, Besuch von Messen und Ausstellungen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden sollen den dritten Sektor, seine Arbeitsweise und die unterschiedlichen Zielgruppen beschreiben. Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Studierenden u. a. die klassischen Marketingmethoden und -instrumente an die Anforderungen des Sozialmarketing anzupassen und damit umzugehen.

Lerninhalte: Einführung in das Sozialmarketing, Vergabe der Hausarbeitsthemen
Der 3. Sektor, NPO's, NGO's Definitionen, Entstehung, Entwicklung
Erweiterung der klassischen Marketingziele
Marketing für Non Profit Unternehmen und seine Besonderheiten
Der Markt des Sozialmarketing (Marktuntersuchung – Qualitativ und Quantitativ)
Analyse einer Sozialmarketing Kampagne
Transformation einer kommerziellen Kampagne aus einer sozialen Kampagne
Hausarbeitsvorträge

Literatur: Antwerpes, Sarah; Die Kunst moderner Markenführung – Die Marke Obama als Wegweiser für erfolgreiches Marketing, Gabler, 2011

- Conta-Gromberg, Ehrenfried; Handbuch Sozialmarketing, Berlin 2006
- Fischer, Walter; Sozialmarketing für NPO, Zürich 2000
- Kotler, P. Lee, N-R.; Social Marketing für eine bessere Welt – Praxisbuch für Politik, Unternehmen und Institutionen, München 2010
- Haibach, Marita; Handbuch Fundraising, Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, Frankfurt/New York, 2006

Kosiol, Pförtsch, Heil, Albrecht; Social Marketing – Erfolgreiche Marketingkonzepte für NPO, Stuttgart 2006



5.6.4 Aktuelle Marketingthemen

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Erika Leischner
Lehrende im Modul:	Prof. Dr. Erika Leischner
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch 100%
Lehr- und Lernmethode:	einführender Lehrvortrag, Referate und Diskussionen

Besonderheiten: -

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden sollen selbständig eine schriftliche Arbeit zu einem klar eingegrenzten aktuellen Marketing-Thema verfassen und dabei die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens in konzeptioneller, methodischer und formaler Hinsicht üben, die wichtigsten Erkenntnisse ihrer Arbeit im Plenum präsentieren und zur Diskussion stellen sowie sich mit den von ihren Kommilitonen und Kommilitoninnen bearbeiteten Themen kritisch auseinander setzen und darüber diskutieren.

Lerninhalte: Einführung und Themenvergabe
Veranstaltung findet geblockt zu mehreren Terminen während des Semesters statt (Präsentationen zum Fortschritt der Arbeiten und Präsentationen über die fertigen Hausarbeiten mit anschließenden Diskussionen) am Ende des Semesters
Feedback-Gespräche und Wiederholung / Zusammenfassung

Literatur: aktuelle Marketingzeitschriften, insbesondere Absatzwirtschaft und Marketing ZFP



5.7 SPF Unternehmensberatung und -entwicklung

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

Konzernentwicklung (Corporate Strategy)
Business Development
Beratungsprozess
Managementmoden

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Dietmar Fink
Lehrende im Modul:	Prof. Dr. Dietmar Fink, Prof. Dr. Klaus Deimel
Dauer des Moduls:	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung:	Wahlpflichtveranstaltung
Häufigkeit des Moduls:	einmal pro Semester
Zugangsvoraussetzungen:	-
Lehrsprache(n):	Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode:

seminaristischer Unterricht, Case Studies und Selbststudium,
verschiedene Plan- und Rollenspiele; z.B.:

- Akquisition im Vertrieb der Hamann KGaA,
- Förderprogramm zur PC-Produktion in Estland,
- Toolentwicklung zum Outsourcing im Mittelstand,
- Restrukturierung eines Konzerngeschäftsbereichs.

Anwendung der vorgestellten Methoden zur Geschäftsbereichsstrategieentwicklung auf das aktuelle Wirtschafts-geschehen unter Einbezug der praktischen Vorkenntnisse der Kursteilnehmer

Besonderheiten: Wechselnde Gastvorträge von Führungskräften aus Beratungsunternehmen (z.B. Boston Consulting Group, Roland Berger, PwC, Ernst & Young etc.),
-Behandlung tagesaktueller Themen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls:

Konzernentwicklung (Corporate Strategy)

- Die Studierenden sollen:
 - die Grundlagen der Konzern- und Geschäftsentwicklungsstrategien kennen lernen, diese differenzieren sowie deren spezifische Problemstellungen erkennen.
 - die wesentlichen Beratungsansätze des Portfolio Managements sowie des wertorientierten Management kennenlernen und in der Lage sein, das Instrument des Portfolio Management für die Konzernentwicklung zu nutzen und das Instrumentarium des Portfolio Management anzuwenden
 - die Grundbegriffe von Mergers und Acquisitions sowie den M&A Prozess zu beherrschen sowie eine fachgerechte Unternehmensbewertung selbständig zu erstellen.
 - das Shareholder Value Konzept als zentrale Zielsetzung in börsennotierten Unternehmen kennenlernen, dieses kritisch zu würdigen und dies im Rahmen eines wertorientierten Management anzuwenden

Business Development

- Die Studierenden werden befähigt:
 - die Grundgedanken wettbewerbsstrategischer Managementkonzepte zu beschreiben und verschiedene Methoden anzuwenden, die es einem Unternehmen ermöglichen, nach ihnen zu handeln



- neben den theoretischen Grundlagen auch die Beschränkungen der Methoden in der Praxis herauszuarbeiten sowie Wege aufzuzeigen, um mit diesen Beschränkungen umzugehen.

Beratungsprozess

- Die Studierenden werden befähigt, die Arbeitsweisen und das Management externer Berater anhand eines idealtypischen Beratungsprozesses zu erläutern, und zwar sowohl aus der Perspektive eines Klienten als auch aus der internen Sicht einer Beratungsgesellschaft

Managementmoden

- Die Studierenden werden befähigt:
 - unterschiedliche Managementmoden zu nennen und zu erläutern,
 - die unterschiedlichen Modelle einander gegenüber zu stellen und zu beschreiben,zu begründen, warum immer wieder neue Managementmoden entstehen und wer „hinter den Kulissen“ zu dieser Entstehung beiträgt, wer von den Moden profitiert, warum sie nach einer gewissen Zeit wieder verschwinden etc.

Lerninhalte:

Konzernentwicklung (Corporate Strategy): vgl. beigefügten Course Syllabus

Business Development: vgl. beigefügten Course Syllabus

Beratungsprozess vgl. beigefügten Course Syllabus

Managementmoden: vgl. beigefügten Course Syllabus

1. Literatur: Konzernentwicklung (Corporate Strategy):

- Arnold, G.: Corporate Financial Management, 2. Aufl., Harlow 2002.
- Brealey, R.A.; Myers, S.C.; Marcus, A.J.: Fundamentals of Corporate F
- Copeland, T.E.; Koller, T; Murrin, J.: Valuation, Measuring and managing the Value of Companies, 2. Aufl., New York et al. 1994.
- inance, 4. Aufl., Boston 2004.
- Deimel, K.: Investitionstheoretische Fundierung des Shareholder Value Konzepts, in: WISU - das Wirtschaftsstudium, 31. Jg., 2002, Nr. 1, S. 77 – 82.
- Deimel, K.: Investitionstheoretische Fundierung des Shareholder Value Konzepts, in: WISU - das Wirtschaftsstudium, 31. Jg., 2002, Nr. 1, S. 77 – 82.
- Deimel, K., Heupel, T., Wiltinger, K. Controlling, München 2012.
- Günter, T: Unternehmenswertorientiertes Controlling, München 1997.
- Grant, R.M.: Contemporary Strategy Analysis, 4. Aufl., Malden Mass.2002.
- Peemöller, V. (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, 4. Aufl., Herne 2009.
- Rappaport, A.: Creating Shareholder Value, New York, 1986.
- Welge, M.; Al-Laham, A.: Strategisches Management, 4. Aufl. Wiesbaden 2005.
- Wirtz, B.: Mergers & Acquisitions Management, Wiesbaden 2003.
-

2. Business Development

- Bea, F.X./Haas, J.: Strategisches Management, 2.Aufl., Stuttgart 1997.
- Fink, D.: Strategische Unternehmensberatung, München 2009.
- Hinterhuber, H.: Strategische Unternehmensführung I: Strategisches Denken: Vision, Unternehmungspolitik, Strategie, 5. Aufl., Berlin, New York 1992.
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management: Wie strate-gische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart 2001.
- Simon, H.: Management Strategischer Wettbewerbsvorteile, in: ZfB, 58. Jg.,1998, S. 461 – 480.
- Welge, M./Al-Laham, A.: Strategisches Management: Grundlagen – Prozess – Implementierung, 2. Aufl., Wiesbaden 1999.

3. Beratungsprozess

- Fink, D.: Strategische Unternehmensberatung, München 2009.
- Zusätzlich empfohlene Literatur:
- Fink, D./Knobloch, B.: Die großen Managementberater, München 2003.
- Minto, B.: Das Prinzip der Pyramide, München 2005.
- Quiring, A.: Rechtshandbuch für Unternehmensberater, München 2005.

4. Managementmoden

- Fink, D.: Strategische Unternehmensberatung, München 2009.
- Fink, D.: A Life Cycle Approach to Management Fashion: An Investigation of Management Concepts in the Context of Competitive Strategy, in: Schmalenbach Business Review (zfbf), Vol. 55, 2003, S. 46 – 59.



- Fink, D./Knobach, B.: Managementmoden im Spiegel des Konstruktivismus, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 60. Jg., 2008, S. 459-478
- Fink, D./Knobach, B.: Die großen Managementberater, München 2003.



5.7.1 Konzernentwicklung

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Dietmar Fink

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Klaus Deimel

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode: seminaristischer Unterricht, Fälle und Selbststudium
(ca. 25 Übungsaufgaben / Fälle)

Besonderheiten: nicht vorgesehen

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden sollen:

- die Grundlagen der Konzern- und Geschäftsentwicklungsstrategien kennen lernen, diese differenzieren sowie deren spezifische Problemstellungen erkennen,
 - die wesentlichen Beratungsansätze des Portfolio Managements sowie des wertorientierten Management kennenlernen und in der Lage sein, das Instrument des Portfolio Management für die Konzernentwicklung zu nutzen und das Instrumentarium des Portfolio Management anzuwenden,
 - die Grundbegriffe von Mergers und Acquisitions sowie den M&A Prozess zu beherrschen sowie eine fachgerechte Unternehmensbewertung selbständig zu erstellen,
- das Shareholder Value Konzept als zentrale Zielsetzung in börsennotierten Unternehmen kennenlernen, dieses kritisch zu würdigen und dies im Rahmen eines wertorientierten Management anzuwenden

Lerninhalte:

Einführung in das Gebiet des Corporate Development
Einordnung der Konzern- und Geschäftsbereichsstrategie in das strategische Management
Grundlagen des Portfolio Management
Fallstudie zum Portfolio Management
Präsentation Fallstudie
Mergers & Acquisitions, Grundbegriffe des M&A
Grundlagen des M&A Prozesses
Verfahren der Unternehmensbewertung, (Substanzwert, Ertragswertverfahren)
Verfahren der Unternehmensbewertung, (DCF-Verfahren, Multiples)
Fallstudie Unternehmensbewertung
Präsentation Fallstudie Unternehmensbewertung
Grundlagen des Shareholder Value Konzepts
Messkonzepte des Shareholder Value (z.B. EVA, CFROI, DUB, ROCE, RONA)
Wertorientiertes Management
Gesamtwiederholung / Klausurtraining. / ggfs. Exkursion

Literatur: Arnold, G.: Corporate Financial Management, 2. Aufl., Harlow 2002.

Brealey, R.A.; Myers, S.C.; Marcus, A.J.: Fundamentals of Corporate F

Copeland, T.E.; Koller, T.; Murrin, J.: Valuation, Measuring and managing the Value of Companies, 2. Aufl., New York et al. 1994.



inance, 4. Aufl., Boston 2004.

Deimel, K.: Investitionstheoretische Fundierung des Shareholder Value Konzepts, in: WISU - das Wirtschaftsstudium, 31. Jg., 2002, Nr. 1, S. 77 – 82.

Deimel, K.: Investitionstheoretische Fundierung des Shareholder Value Konzepts, in: WISU - das Wirtschaftsstudium, 31. Jg., 2002, Nr. 1, S. 77 – 82.

Deimel, K., Heupel, T., Wiltinger, K. Controlling, München 2012.

Günter, T: Unternehmenswertorientiertes Controlling, München 1997.

Grant, R.M.: Contemporary Strategy Analysis, 4. Aufl., Malden Mass.2002.

Peemöller, V. (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, 4. Aufl., Herne 2009.

Rappaport, A.: Creating Shareholder Value, New York, 1986.

Welge, M.; Al-Laham, A.: Strategisches Management, 4. Aufl. Wiesbaden 2005.

Wirtz, B.: Mergers & Acquisitions Management, Wiesbaden 2003.



5.7.2 Beratungsprozess

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Dietmar Fink

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Dietmar Fink

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode: Seminaristischer Unterricht, Verschiedene Plan- und Rollenspiele; z.B.:

- Akquisition im Vertrieb der Hamann KGaA,
- Förderprogramm zur PC-Produktion in Estland,
- Toolentwicklung zum Outsourcing im Mittelstand,
- Restrukturierung eines Konzerngeschäftsbereichs

Besonderheiten: Wechselnde Gastvorträge von Führungskräften aus Beratungsunternehmen (z.B. Boston Consulting Group, Roland Berger, PwC, Ernst & Young etc.)

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden werden befähigt, die Arbeitsweisen und das Management externer Berater anhand eines idealtypischen Beratungsprozesses zu erläutern, und zwar sowohl aus der Perspektive eines Klienten als auch aus der internen Sicht einer Beratungsgesellschaft

Lerninhalte:

Grundlagen der Unternehmensberatung
Beratungsprozess 1: Aufmerksamkeitsphase
Beratungsprozess 2: Kontaktpphase
Beratungsprozess 3: Akquisitionsphase (a)
Grundlagen der Gesprächsführung (mit Übung)
Beratungsprozess 3: Akquisitionsphase (b)
Pyramidenprinzip und SCQA
Beratungsprozess 3: Akquisitionsphase (c)
Fallstudie zu Pyramidenprinzip und SCQA
Beratungsprozess 4: Angebotsgestaltung (a)
Angebotsformen und Angebotsinhalte
Beratungsprozess 4: Angebotsgestaltung (b)
Fallstudie zur Angebotsgestaltung
Beratungsprozess 5: Vertragsgestaltung
Beratungsprozess 6: Auftragsdurchführung
und Nachbereitung
Fallstudie Teil 1: Vorbereitung und Kick-off
Fallstudie Teil 2: Akquisitionsgespräche
Runde 1
Fallstudie Teil 3: Akquisitionsgespräche
Runde 2
Fallstudie Teil 4: Angebotspräsentationen
Fallstudie Teil 5: Auswahlentscheidung
und kritische Reflexion der Veranstaltung



Literatur: Pflichtlektüre:

Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung, München.
Zusätzlich empfohlene Literatur:

Fink, D./Knobloch, B. (2003): Die großen Managementberater, München.

Minto, B. (2005): Das Prinzip der Pyramide, München.

Quiring, A. (2005): Rechtshandbuch für Unternehmensberater, München.



5.7.3 Moden im Management

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Dietmar Fink

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Dietmar Fink

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode: seminaristischer Unterricht

Besonderheiten: Wechselnde Gastvorträge von Führungskräften aus Beratungsunternehmen (z.B. Boston Consulting Group, Roland Berger, PwC, Ernst & Young etc.)

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: Die Veranstaltung wird auch im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ angeboten.

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden werden befähigt:

- unterschiedliche Managementmoden zu nennen und zu erläutern,
- die unterschiedlichen Modelle einander gegenüber zu stellen und zu beschreiben,

zu erklären, warum immer wieder neue Managementmoden entstehen und wer „hinter den Kulissen“ zu dieser Entstehung beiträgt, wer von den Moden profitiert, warum sie nach einer gewissen Zeit wieder verschwinden etc.

Lerninhalte:

Managementmoden und ihre Protagonisten - eine Einführung
Management Fashion Setting
Rationalmodell der Wertschöpfungskette für Managementwissen
Klassische Lebenszyklusmodelle zur Erklärung von Managementmoden
Erweitertes Lebenszyklusmodell zur Erklärung von Managementmoden
Begriff und Wesen des Konstruktivismus
Managementmoden aus konstruktivistischer Sicht
Implikationen von Managementmoden für die Strategieberatung
Ausgewählte Managementmoden (1)
Ausgewählte Managementmoden (2)
Ausgewählte Managementmoden (3)
Ausgewählte Managementmoden (4)
Ausgewählte Managementmoden (5)
Ausgewählte Managementmoden (6)
Fazit

Literatur: Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung, München.

Fink, D. (2003): A Life Cycle Approach to Management Fashion: An Investigation of Management Concepts in the Context of Competitive Strategy, in: Schmalenbach Business Review (zfbf), Vol. 55, S. 46 – 59.

Fink, D./Knobloch, B. (2008): Managementmoden im Spiegel des Konstruktivismus, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 60. Jg., S. 459-478

Fink, D./Knobach, B. (2003): Die großen Managementberater, München.



5.8 SPF Wirtschaftspsychologie

ECTS-Punkte	Gesamtworkload	Kontaktzeiten	Fachprüfung	Selbststudium
18	540,0 h	135,0 h		403,0h

Lehrveranstaltungen des Moduls:

Einführung in die allgemeine Psychologie
Einführung in die Wirtschaftspsychologie
Arbeitspsychologie
Organisationspsychologie
Werbe- u. Marktpsychologie
Anwendungsfelder der Psychologie
Praxisprojekt

Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Marc Ant

Lehrende im Modul: Prof. Dr. Marc Ant, Dr. Stephan Stegt, Maria-Christina Nimmerfroh, Christina Reinhard

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art der Lehrveranstaltung: Wahlpflichtveranstaltung

Häufigkeit des Moduls: einmal pro Semester

Zugangsvoraussetzungen: -

Lehrsprache(n): Deutsch 100%

Lehr- und Lernmethode: Vorträge, Präsentationen, Diskussionsforen, Selflearning, Recherche
Einsatz neuer Lehr- und Lernformen, d.h. ziel- und handlungsorientiertes, situatives und selbstverantwortliches Lernen
Aktive und selbstständige Erarbeitung von Wissen und Kompetenzen im Rahmen von Praxisprojekten

Besonderheiten: Eine relevante Unternehmensbesichtigung pro Semester

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge: nicht vorgesehen

Art der Prüfung: In der Regel schriftliche oder mündliche Prüfung. Prüfungsinformationen werden 2 Monate vor der Prüfung online und über Aushang bekanntgeben. Näheres regelt § 14 Absatz 3 in Verbindung mit § 16 der Prüfungsordnung (PO).

Qualifikationsziele des Moduls: Die Studierenden werden befähigt:

- psychologische Theorien, Konzepten und Methoden zu erläutern und in der unternehmerischen Praxis anzuwenden,
- psychologische Ansätze auf wirtschaftliche Problemstellungen zu übertragen, praxisrelevanten Handlungskompetenzen und methodologischen Vorgehensweisen zu beschreiben.

Lerninhalte: Arbeitspsychologie:

Analyse von Arbeitstätigkeiten
Analyse von Anforderungen an Beschäftigte
Eignungsdiagnostik für Personalauswahl und -entwicklung
Bewertung von Arbeitstätigkeiten
Gestaltung von Arbeitstätigkeiten
Wirkung von Arbeit
Arbeitssicherheit

Organisationspsychologie:

Teamarbeit, Führung und Motivation
Konflikte, Stress und Selbstmanagement
Macht und Veränderung

Literatur:

Einführung:
Zimbardo, P. G. & Gerrig, R.J. (2008). Psychologie. München: Pearson.
Wiswede, G. (2007). Einführung in die Wirtschaftspsychologie. Stuttgart: UTB.
Anwendungsgebiete:



Diverse Fachartikel

Praxismodul:

Diverse Fachartikel

Arbeitspsychologie:

Nerdinger, W.; Blickle, G. & Schaper, N. (2011). Arbeits- und Organisationspsychologie. Heidelberg: Springer.

Organisationspsychologie:

Nerdinger, W.; Blickle, G. & Schaper, N. (2011). Arbeits- und Organisationspsychologie. Heidelberg: Springer.

Markt-, Konsum- u. Werbepsychologie:

Felser, G. (2007). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Berlin: Spektrum