



Studiengangsprüfungsordnung (SPO) für
den Bachelorstudiengang
Betriebswirtschaftslehre
an der Fachhochschule Bielefeld



FH Bielefeld
University of
Applied Sciences

**Studiengangsprüfungsordnung (SPO)
für den Bachelorstudiengang
Betriebswirtschaftslehre
an der Fachhochschule Bielefeld
(University of Applied Sciences)
vom**

**01. August 2016 in der Fassung der Änderungen vom 02. Februar 2021 und
21. September 2021**

Aufgrund des § 22 Abs. 1 Nr. 3, 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG) vom 16. September 2014 (GV. NRW. S. 547) in Verbindung mit der Rahmenprüfungsordnung (BA-RPO) für die Bachelorstudiengänge an der FH Bielefeld vom 11.12.2015 (Verköndungsblatt der Fachhochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen -2016, Nr. 1, S. 5-25) hat die Fachhochschule Bielefeld die folgende Studiengangsprüfungsordnung (SPO) erlassen:

Inhaltsübersicht

I. Allgemeines

- § 1 Geltungsbereich der Studiengangsprüfungsordnung
- § 2 Qualifikationsziele, Akademischer Grad
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Studienbeginn, Regelstudienzeit, Studienumfang, Aufbau des Studiengangs

- § 5 Studiengangsleitung, Prüfungen, Prüfungsorgane, Studienbeirat
- § 6 Anerkennung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

II. Inhalt und Arten von Modulprüfungen

- § 7 Ziel, Umfang und Form der Modulprüfungen
- § 8 Hausarbeiten
- § 9 Referate und Präsentationen
- § 10 Projektarbeiten

III. Prüfungsabläufe

- § 11 Durchführung von Modulprüfungen

- § 12 Wiederholung von bestandenen Prüfungsleistungen
- § 13 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

IV. Praxisphase/Auslandssemester

- § 14 Praxisphase
- § 15 Auslandssemester

V. Bachelorarbeit

- § 16 Bachelorarbeit
- § 17 Zulassung zur Bachelorarbeit
- § 18 Ausgabe und Bearbeitung der Bachelorarbeit

VI. Ergebnis der Prüfung

- § 19 Zeugnis, Gesamtnote, Bachelorurkunde, Diploma Supplement

VII. Schlussbestimmungen

- § 20 Einsicht in die Prüfungsakte
- § 21 In-Kraft-Treten, Veröffentlichung

Anlagen

Anlage 1: Studienverlaufsplan, Wahlpflichtmodule

Anlage 2: Modulbeschreibungen

Anlage 3: Englische Übersetzungen der Module der kleinen Vertiefung „International Business Management“

Anlage 4: Doppelabschluss TDU

I. Allgemeines

§ 1

Geltungsbereich der Studiengangsprüfungsordnung

Diese Studiengangsprüfungsordnung gilt für den Abschluss des Studiums in dem Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Bielefeld. Sie konkretisiert und gestaltet die Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld aus.

§ 2

Qualifikationsziele, Akademischer Grad

- (1) Die Absolventinnen und Absolventen beherrschen die wissenschaftlichen Basiskonzepte der Betriebswirtschaftslehre, können diese im Kontext verschiedener Berufsfelder kritisch bewerten und sind in der Lage, die Erkenntnisse auf praktische Gestaltungsfragen im Unternehmensalltag anzuwenden und ihr Wissen selbständig zu vertiefen. Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs können betriebswirtschaftliche Problemstellungen systematisch analysieren, Handlungsalternativen kritisch bewerten und konkrete Lösungsvorschläge erarbeiten. Die Studierenden verfügen über fachliche, methodische und soziale Kompetenzen, die sie darüber hinaus in die Lage versetzen, Gespräche vorzubereiten und zu moderieren, sich mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern über Ideen und Problemlösungen auszutauschen, Verantwortung zu übernehmen sowie Ideen und Konzepte in adäquater Form zu präsentieren. Die fachliche Qualifikation wird durch ein umfassendes Studium der Betriebswirtschaftslehre erreicht, das alle relevanten Bereiche umfasst.
- (2) Aufgrund der bestandenen Bachelorprüfung wird der akademische Grad „Bachelor of Arts (B.A.)“ verliehen.
- (3) Zusätzlich zum Bachelor-Abschluss wird im Falle einer entsprechenden Kooperation ein Abschluss der Partnerhochschule verliehen (Doppelabschluss). Die Studierenden sind reguläre Studierende an ihrer jeweiligen Heimathochschule. Besonderheiten zum Erwerb eines Doppelabschlusses werden in einer Anlage der SPO geregelt.

§ 3

Zugangsvoraussetzungen

- (1) Die Qualifikation für das Studium wird durch ein Zeugnis der Fachhochschulreife (schulischer und praktischer Teil), der allgemeinen Hochschulreife oder durch eine als gleichwertig anerkannte Vorbildung nachgewiesen. Das Nähere ergibt sich aus der Verordnung über die Gleichwertigkeit von Bildungsnachweisen mit der Hochschulreife und der Fachhochschulreife (Gleichwertigkeitsverordnung – GIVO) in der jeweiligen Fassung.
- (2) Studienbewerberinnen und -bewerber ohne den Nachweis der Qualifikation durch ein Zeugnis der Hochschulreife (allgemeine Hochschulreife oder Fachhochschulreife) können gemäß Zugangsprüfungsordnung der FH Bielefeld in der jeweils geltenden Fassung zugelassen werden.
- (3) Trotz Vorliegens der allgemeinen Zugangsvoraussetzungen ist die Einschreibung zu versagen, wenn die Studienbewerberin oder der Studienbewerber im gewählten Studiengang an einer Hochschule im Geltungsbereich des Grundgesetzes eine nach der Prüfungsordnung erforderliche Prüfung endgültig nicht bestanden hat.

§ 4

Studienbeginn, Regelstudienzeit, Studiumumfang, Aufbau des Studiengangs

- (1) Das Studium im Vollzeitstudiengang Bachelor Betriebswirtschaftslehre kann jeweils im Wintersemester und Sommersemester aufgenommen werden.
- (2) Die generelle Regelstudienzeit beträgt einschließlich aller Prüfungen sechs Semester.
- (3) Der Studiumumfang beträgt in diesem Studiengang 180 Leistungspunkte (Credit Points). Für den Erwerb eines Credit Points wird ein Arbeitsaufwand von durchschnittlich 25 Stunden zugrunde gelegt.

- (4) In den ersten drei Semestern findet die Assessmentphase (1.-3. Semester) statt, in der alle Studierenden 15 Pflichtmodule in Grundlagenfächern aus der BWL ablegen müssen. In der anschließenden Profilierungsphase (4.-6. Semester) sind drei Pflichtmodule, sieben Wahlpflichtmodule, die Praxisphase und die Bachelorarbeit vorgesehen. Von den sieben zu belegenden Wahlpflichtmodulen müssen vier aus einer von fünf Vertiefungsrichtungen stammen (große Vertiefungsrichtung). Die verbleibenden drei Wahlpflichtmodule können aus den Wahlpflichtangeboten der anderen Vertiefungsrichtungen und weiteren Wahlpflichtmodulen zusammengestellt werden. Optional haben die Studierenden die Möglichkeit, durch das Absolvieren von drei Modulen aus einer anderen als der gewählten großen Vertiefungsrichtung eine kleine Vertiefungsrichtung zu bestimmen. Die Belegung einer kleinen Vertiefungsrichtung ist nicht zwingend (vgl. Anlage 1).
- (5) Bei der kleinen Vertiefungsrichtung „International Business Management“ können aus den insgesamt fünf angebotenen Modulen drei ausgewählt werden. Werden alle fünf der angebotenen Module dieser kleinen Vertiefung belegt, dann erhalten die Studierenden zusätzlich das Certificate „International Business Manager“ bescheinigt.

§ 5

Studiengangsleitung, Prüfungen, Prüfungsorgane, Studienbeirat

- (1) Für den Studiengang wird eine Studiengangsleitung von der Dekanin oder dem Dekan bestellt. Die Studiengangsleitung ist beratende Ansprechpartnerin bzw. beratender Ansprechpartner für die Studierenden und koordiniert die Lehrinhalte, Prüfungsmodalitäten und Ähnliches unter den Lehrenden des Studiengangs. Die Bestellung erfolgt auf die Dauer von zwei Jahren. Eine erneute Bestellung ist zulässig.
- (2) Für die übrigen durch diese Prüfungsordnung zugewiesenen Aufgaben ist ein Prüfungsausschuss zu bilden.
- (3) Der Prüfungsausschuss setzt sich nach den Maßgaben des § 11 Abs. 2 HG zusammen aus:
- a) vier Mitgliedern der Professorenschaft, darunter ein vorsitzendes Mitglied und ein stellvertretend vorsitzendes Mitglied,
 - b) einem Mitglied der akademischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
 - c) zwei Studierenden.
- Der Prüfungsausschuss muss geschlechterparitätisch besetzt sein. Ausnahmen von diesem Grundsatz müssen im Einzelfall sachlich begründet und aktenkundig gemacht werden.
- (4) In Angelegenheiten der Lehre und des Studiums, insbesondere in Angelegenheiten der Studienreform, der Evaluation von Studium und Lehre sowie hinsichtlich des Erlasses oder der Änderung von Prüfungsordnungen, werden der Fachbereichsrat sowie die Dekanin oder der Dekan vom Studienbeirat des Fachbereichs beraten. Das Nähere zum Studienbeirat, insbesondere zur Stimmgewichtung, regelt die Fachbereichsordnung.

§ 6

Anerkennung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

Die Anerkennung einer Prüfungsleistung ist nicht möglich, wenn der Studierende zur entsprechenden Prüfungsleistung im gewählten Studiengang bereits angetreten ist.

II. Inhalt und Arten von Modulprüfungen

§ 7

Ziel, Umfang und Form der Modulprüfungen

- (1) Eine Modulprüfung kann ergänzend zu den in § 14 Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld genannten Formen aus folgender Leistung bestehen: einem Referat oder einer Präsentation.
- (2) Prüfungsleistungen in einer Modulprüfung können innerhalb der ersten vier Semester durch gleichwertige Leistungen ersetzt werden, wenn sie in einer Einstufungsprüfung gemäß § 3 erbracht worden sind.
- (3) Auch bei Modulen, für die in einem Semester mehrere Lehrveranstaltungen parallel angeboten werden, muss eine einheitliche Prüfung, die alle Lehrveranstaltungen umfasst, angeboten

werden. Innerhalb dieser Prüfung kann nach Ermessen der Prüferin bzw. des Prüfers für jedes Parallelangebot auch eine selbständige Aufgabe gestellt werden. Zwischen den selbständigen Aufgaben müssen die Prüflinge wählen können.

- (4) Bei Kombinationen von Prüfungsleistungen muss jede einzelne Prüfungsleistung bestanden sein. Einzelne bestandene Leistungen einer Kombinationsprüfung verfallen und können nicht auf Folgesemester übertragen werden. Die Note einer vorangegangenen Kombinationsprüfung muss spätestens eine Woche vor dem Angebot der nachfolgenden Kombinationsprüfung veröffentlicht sein.
- (5) Teilprüfungen i. S. d. § 14 Abs. 5 Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld, die nicht bestanden wurden, müssen spätestens zwei Semester nach Antritt der Teilprüfung bestanden sein, ansonsten verfallen diese.
- (6) Die studienbegleitenden Modulprüfungen sollen durch die Studierenden zu dem im Studienplan (Anlage 1) vorgesehenen Zeitpunkt abgelegt werden.

§ 8

Hausarbeiten

- (1) Hausarbeiten sind schriftliche Ausarbeitungen mit einer Bearbeitungszeit von maximal vier Wochen, die in der Regel 15 Seiten nicht überschreiten und die im Rahmen einer Lehrveranstaltung erstellt werden. Hausarbeiten sind in der Regel von einem Prüfenden zu bewerten.
- (2) Der Abgabetermin wird von dem bzw. der Lehrenden nach Maßgabe des Absatzes 1 festgesetzt und ist den Studierenden bekanntzumachen.
- (3) Den Studierenden ist die Bewertung der Hausarbeit spätestens acht Wochen nach Abgabe mitzuteilen. Die Bekanntmachung im Online-Portal der Fachhochschule Bielefeld ist ausreichend.

§ 9

Referate und Präsentationen

- (1) Referate bestehen aus einem mündlichen Vortrag von ca. 15 Minuten. Präsentationen bestehen aus einer schriftlichen Ausarbeitung von im Regelfall max. 10 Seiten und einem mündlichen Vortrag von ca. 30 Minuten Dauer. Die Präsentationsthemen werden zu Beginn des Semesters von dem Prüfer bzw. der Prüferin ausgegeben
- (2) Die Präsentation kann auch in Form einer Gruppenarbeit zugelassen werden, wenn der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag des einzelnen Prüflings deutlich unterscheidbar und bewertbar ist.
- (3) Referate und Präsentationen sind in der Regel von einem Prüfenden zu bewerten.
- (4) Den Studierenden ist die Bewertung des Referats bzw. der Präsentation spätestens zwei Wochen nach dem mündlichen Vortrag mitzuteilen. Die Bekanntmachung im Online-Portal der Fachhochschule Bielefeld ist ausreichend.

§ 10

Projektarbeiten

- (1) Durch Projektarbeiten wird die Fähigkeit zur Teamarbeit und insbesondere zur Entwicklung, Durchsetzung und Präsentation von Konzepten nachgewiesen. Zweck einer Projektarbeit ist es, dass die Studierenden an einer größeren praxisbezogenen Aufgabe Ziele definieren sowie interdisziplinäre Lösungsansätze und Konzepte erarbeiten können.
- (2) Die Ergebnisse der Projektarbeit sind durch einen schriftlichen Projektbericht und eine mündliche Vorstellung nachzuweisen.
- (3) Die Bewertung erfolgt anhand des Projektberichts und einer mündlichen Vorstellung. Der zu bewertende Beitrag des einzelnen Prüflings muss deutlich unterscheidbar und eigenständig bewertbar sein.
- (4) Projektarbeiten sind in der Regel von einem Prüfenden zu bewerten.
- (5) Den Studierenden ist die Bewertung der Projektarbeit spätestens zwei Wochen nach der mündlichen Vorstellung mitzuteilen. Die Bekanntmachung im Online-Portal der Fachhochschule Bielefeld ist ausreichend.

III. Prüfungsabläufe

§ 11

Durchführung von Modulprüfungen

- (1) Die Klausuren und mündlichen Prüfungen finden außerhalb der Lehrveranstaltungen statt. Präsentationen finden während der Lehrveranstaltungen statt. Hausarbeiten und Projektarbeiten können sowohl während als auch außerhalb der Vorlesungszeiten stattfinden.
- (2) Die Klausuren und mündlichen Prüfungen finden innerhalb eines Prüfungszeitraumes statt, der vom Prüfungsausschuss festgesetzt wird. Der reguläre Prüfungszeitraum liegt am Ende des Semesters und wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben. Für die Klausuren und mündlichen Prüfungen der Pflichtmodule der ersten drei Semester wird für das Sommersemester zu Beginn des Wintersemesters ein Zusatztermin angeboten, der gemeinsam mit dem regulären Prüfungstermin bekannt gegeben wird.
- (3) Soweit aufgrund der jeweiligen Modulbeschreibung für eine Modulprüfung verschiedene Leistungen gem. § 14 Abs. 4 Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld und § 7 Abs. 1 SPO vorgesehen sind, legt der Prüfungsausschuss am Beginn des jeweiligen Semesters auf Vorschlag des Erstprüfers bzw. der Erstprüferin die Prüfungsform und bei Kombinationen von Leistungen im Sinne von § 14 Abs. 4 Nr. 5 Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld die Gewichtung der einzelnen Leistungen für alle Kandidatinnen und Kandidaten der jeweiligen Modulprüfung einheitlich und verbindlich fest. Im Fall einer Klausur gilt dies auch für die Zeit der Bearbeitung. Sollten zu einer Modulprüfung nur zehn oder weniger Anmeldungen vorliegen, kann der Prüfungsausschuss auf Anregung des Erstprüfers festlegen, dass statt der vorgesehenen Prüfungsform eine mündliche Prüfung stattfindet.

§ 12

Wiederholung von bestandenen Prüfungsleistungen

Im gesamten Studium können maximal drei bestandene Prüfungsleistungen mit Ausnahme der Bachelorarbeit je einmal zur Notenverbesserung wiederholt werden, wenn der erste bestandene Prüfungsversuch in oder vor dem Semester, in dem die Prüfung laut Studienverlaufsplan vorgesehen ist, unternommen wurde. Der Verbesserungsversuch muss in der Regelstudienzeit und vor Abgabe der Bachelorarbeit erfolgen. Das bessere Ergebnis wird angerechnet.

§ 13

Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

Die Regelungen des § 13 Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld gelten für Teilleistungen bei Kombinationsprüfungen i. S. d. 14 Abs. 4 Nr. 5 Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld entsprechend. Soweit ein Prüfling bei einer Kombinationsprüfung ordnungsgemäß zurückgetreten ist, wird die entsprechende Modulprüfung nicht als Fehlversuch gewertet.

IV. Praxisphase/Auslandssemester

§ 14

Praxisphase

- (1) In dem Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre ist eine Praxisphase mit einer Dauer von drei Monaten integriert.
- (2) Die Praxisphase wird frühestens im 5. Semester abgeleistet und unterliegt den rechtlichen Regelungen, welche die Fachhochschule Bielefeld als Körperschaft des öffentlichen Rechts insgesamt zu beachten hat.
- (3) Auf Antrag wird zur Praxisphase zugelassen, wer mindestens die Modulprüfungen der ersten drei Semester bestanden hat. Über die Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss.

- (4) Die erfolgreiche Teilnahme an der Praxisphase wird von dem betreuenden Hochschullehrer bzw. der betreuenden Hochschullehrerin bescheinigt, wenn die/der Studierende ein positives Zeugnis der Ausbildungsstätte über die Mitarbeit und einen Praxisbericht im Umfang von max. 5 Seiten vorlegt. Die Praxisphase wird nicht benotet.

§ 15 Auslandssemester

- (1) Die im Rahmen eines Auslandssemesters studierten Module werden im Umfang von max. 30 Credit Points als individuelle Ergänzungsmodule angerechnet (siehe Anlage 1) und im Transcript of Records einzeln mit Angabe der jeweiligen Prüfungsnoten ausgewiesen. Anstelle der Pflichtmodule 5 P/O 01 (Personalführung) und 5 MG 03 (Management) sowie der drei Wahlpflichtmodule, die außerhalb der großen Vertiefungsrichtung zu studieren sind, treten bei Studierenden, die ein fakultatives Auslandssemester absolvieren, die im Ausland studierten Module.
- (2) Werden im Ausland weniger als 30 Credit Points studiert, sind die fehlenden Credit Points durch die Pflichtmodule 5 P/O 01 (Personalführung) und 5 MG 03 (Management) und ggf. durch weitere Module aus dem Wahlpflichtprogramm der Vertiefungsrichtungen zu ergänzen.
- (3) Die Anerkennung von Hochschulleistungen nach § 11 der Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld bleibt von den vorstehenden Regelungen unberührt.

V. Bachelorarbeit

§ 16 Bachelorarbeit

- (1) Die Bachelorarbeit hat zu zeigen, dass der Prüfling befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus seinem Fachgebiet in der Regel im Zusammenhang mit der Praxisphase sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen Methoden selbständig zu bearbeiten. Sie besteht in der Regel in der Konzipierung, Durchführung und Evaluation eines Projektes in Einrichtungen, die mit den Zielen und Inhalten des Studienganges in einem fachlichen Zusammenhang stehen. Sie kann auch durch eine empirische Untersuchung oder durch konzeptionelle Aufgaben oder durch eine Auswertung vorliegender Quellen bestimmt werden. Eine Kombination dieser Leistungen ist möglich. Der Umfang der Bachelorarbeit soll 40 Textseiten nicht überschreiten.
- (2) Die Bachelorarbeit kann von jeder Person, welche die Voraussetzungen gemäß § 10 Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld erfüllt, ausgegeben und betreut werden. Auf Antrag des Prüflings kann der Prüfungsausschuss auch eine Honorarprofessorin oder einen Honorarprofessor oder mit entsprechenden Aufgaben betraute Lehrbeauftragte mit der Betreuung bestellen, wenn feststeht, dass das vorgesehene Thema der Bachelorarbeit nicht durch eine fachlich zuständige Professorin oder einen fachlich zuständigen Professor betreut werden kann.
- (3) Auf Antrag sorgt die Dekanin/ der Dekan dafür, dass die Studierenden rechtzeitig ein Thema für die Bachelorarbeit erhalten.

§ 17 Zulassung zur Bachelorarbeit

- (1) Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer alle Modulprüfungen bestanden und die Praxisphase/das Praxissemester erfolgreich absolviert hat.
- (2) Der Antrag auf Zulassung kann schriftlich bis zur Bekanntgabe der Entscheidung über den Antrag ohne Anrechnung auf die Zahl der möglichen Prüfungsversuche zurückgenommen werden.

§ 18

Ausgabe und Bearbeitung der Bachelorarbeit

- (1) Der Prüfende gibt die Bachelorarbeit aus und legt damit die Bearbeitungszeit fest. Als Zeitpunkt der Ausgabe gilt der Tag, an dem das Prüfungsamt das von der betreuenden Person gestellte Thema der Bachelorarbeit der Kandidatin oder dem Kandidaten bekannt gibt.
- (2) Die Bearbeitungszeit (Zeitraum von der Ausgabe bis zur Abgabe der Bachelorarbeit) beträgt höchstens zehn Wochen. Im Ausnahmefall kann das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses auf einen vor Ablauf der Frist gestellten Antrag die Bearbeitungszeit um bis zu drei Wochen verlängern. Die Person, welche die Bachelorarbeit betreut, soll dem Antrag zustimmen.

VI. Ergebnis der Prüfung

§ 19

Zeugnis, Gesamtnote, Bachelorurkunde, Diploma Supplement

- (1) Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor-Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credit Points multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credit Points dividiert. Werden außerhalb der großen Vertiefung und innerhalb der Regelstudienzeit mehr als drei Wahlpflichtmodule erfolgreich absolviert, so zählen die drei mit den besten Noten abgeschlossenen Wahlpflichtmodule für die Ermittlung der Gesamtnote, ansonsten zählen die ersten drei absolvierten Module für die Ermittlung der Gesamtnote, wobei das Datum der Prüfung ausschlaggebend ist. Alle übrigen bestandenen Module sind dann Zusatzmodule nach § 6 Abs. 5 Rahmenprüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Fachhochschule Bielefeld.
- (2) Im Zeugnis ist eine große Vertiefungsrichtung auszuweisen. Die Vertiefungsrichtung gilt als belegt, wenn der Kandidat oder die Kandidatin 4 Module aus der Vertiefungsrichtung (gemäß Anlage 1) erfolgreich absolviert hat. Auf Wunsch wird im Zeugnis ferner eine kleine Vertiefungsrichtung ausgewiesen, wenn der Kandidat oder die Kandidatin 3 Module aus einer anderen Vertiefungsrichtung als der gewählten großen Vertiefungsrichtung (siehe Vorgaben aus Anlage 1) erfolgreich absolviert hat.
- (3) Werden alle fünf internationalen Module der kleinen Vertiefung „International Business Management“ erfolgreich absolviert, wird den Studierenden ein Certificate „International Business Manager“ ausgestellt und die Zusatzleistung kann auf Wunsch ins Diploma Supplement aufgenommen werden.

VII. Schlussbestimmungen

§ 20

Einsicht in die Prüfungsakte

- (1) Für die Einsichtnahme in die Prüfungsunterlagen, die sich auf eine Modulprüfung bezieht, wird nach Ablegung der jeweiligen Prüfung vom Prüfungsamt ein offizieller Einsichtstermin festgelegt und bekannt gegeben. Bei Verhinderung der Einsicht an diesem Termin, kann binnen eines Monats nach dem offiziellen Einsichtstermin ein Antrag auf Einsicht an das Prüfungsamt gestellt werden.
- (2) Die Einsichtnahme in die Prüfungsakte im Sinne von § 33 BA-RPO ist binnen eines Jahres nach Aushändigung des Prüfungszeugnisses oder des Bescheides über die nicht bestandene Bachelorprüfung zu beantragen. § 32 des Verwaltungsverfahrensgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen über die Wiedereinsetzung in den vorigen Stand gilt entsprechend. Der Antrag ist an das Prüfungsamt zu stellen.

§ 21
In-Kraft-Treten, Veröffentlichung

Diese Bachelorprüfungsordnung wird im Verkündungsblatt der Fachhochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen – bekannt gegeben. Sie tritt einen Tag nach ihrer Veröffentlichung in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaft und Gesundheit der Fachhochschule Bielefeld vom 27.04.2016.

Bielefeld, den 01. August 2016

Die Präsidentin
der Fachhochschule Bielefeld

Prof. Dr. Ingeborg Schramm-Wölk

Anlage 1: Studienverlaufsplan, Wahlpflichtmodule

B.A. Betriebswirtschaftslehre

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Grundlagen der BWL 5 MG 02 4SU ECTS 6	Markt und Wettbewerb 5 VWL 01 4SU ECTS 6	Makroökonomie & Wirtschaftspolitik 5 VWL 02 4SU ECTS 6	Management 5 MG 03 4SU ECTS 6	Personalführung 5 P/O 01 4SWS ECTS 6	Praxisphase 5 BWL 48 ECTS 18
Externes Rechnungswesen 5 CFR 21 4SU ECTS 6	Internes Rechnungswesen 5 CFR 22 4SU ECTS 6	Finanzierung & Investition 5 CFR 04 4SU ECTS 6	Wahlpflichtmodul 1 4SWS ECTS 6	Wahlpflichtmodul 3 4SWS ECTS 6	Bachelorarbeit 5 BWL 49 ECTS 12
Mathematik für Ökonomen 5 M/S 01 4SU ECTS 6	Statistik für Ökonomen 5 M/S 02 4SU ECTS 6	Grundlagen des Marketings 5 MKT 21 4SU ECTS 6	Wahlpflichtmodul 2 4SWS ECTS 6	Wahlpflichtmodul 4 / Seminar 2SWS ECTS 6	
Produktion und Logistik 5 P/L 21 4SU ECTS 6	Steuerlehre 5 StU 21 4SU ECTS 6	Wirtschaftsprivatrecht 5 RE 23 4SU ECTS 6	Wahlpflichtmodul 5 4SWS ECTS 6	Wahlpflichtmodul 6 4SWS ECTS 6	
Wirtschaftsenglisch 5 SP 01 4SU ECTS 6	Kommunikations- und Managementkompetenz 5 MG 01 4SU ECTS 6	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik 5 WI 01 2VL ECTS 6 2Ü	Grundlagen von Enterprise Resource Planning Systemen 5 WI 02 2SU ECTS 6 2P	Wahlpflichtmodul 7 4SWS ECTS 6	
20 Gesamt 30	20 Gesamt 30	20 Gesamt 30	20 Gesamt 30	18 Gesamt 30	0 Gesamt 30

Wahlpflichtmodule in den fünf großen Vertiefungsrichtungen

Controlling, Finanzen, Rechnungswesen	Marketing	Personal und Organisation	Produktion und Logistik	Steuerlehre und Unternehmensprüfung
Grundlagen Controlling 5 CFR 43	Käuferverhalten und Marketingforschung 5 MKT 31	Personalwirtschaft 1 5 P/O 32	Logistiksysteme 5 P/L 31	Grdl. d. Besteuerungsverfahren u. sonst. Unt.steuern 5 StU 47
Finanzmanagement 5 CFR 44	Marken- und Kommunikationsmanagement / Channel-Management und Pricing 5 MKT 32	Arbeitsrecht 5 P/O 33	Produktionsplanung 5 P/L 34	Grdl. nationaler und internationaler Steuerlehre 5 StU 48
Jahresabschlusspolitik und -analyse 5 CFR 45	Digitales Marketing / Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit 5 MKT 33	Personalwirtschaft 2 5 P/O 35	Grundlagen der Logistik 5 P/L 38	Grdl. d. Prüfungstheorie u. angewandten Unt.prüfung 5 StU 49
Seminar Controlling/ Finanzen/ Rechnungswesen 5 CFR 46	Seminar Marketing 5 MKT 41	Seminar Personal 5 P/O 39	Seminar Produktion und Logistik 5 P/L 39	Seminar Steuerlehre u. Unt.prüfung 5 StU 50

Von den sieben zu belegenden Wahlpflichtmodulen müssen vier aus einer von fünf Vertiefungsrichtungen stammen (große Vertiefungsrichtung).

Wahlpflichtmodule in den kleinen Vertiefungsrichtungen

Controlling, Finanzen, Rechnungswesen	Marketing	Personal und Organisation	Produktion und Logistik	Steuerlehre und Unternehmensprüfung	International Business Management	Entrepreneurship
Grundlagen Controlling 5 CFR 43	Käuferverhalten und Marketingforschung 5 MKT 31	Personalwirtschaft 1 5 P/O 32	Logistiksysteme 5 P/L 31	Grdl. d. Besteuerungsverfahren u. sonst. Unt.steuern 5 StU 47	International Management Accounting 5 IBM 01	Seminar Corporate Entrepreneurship 5 MG 32
Finanzmanagement 5 CFR 44	Marken- und Kommunikationsmanagement / Channel-Management und Pricing 5 MKT 32	Arbeitsrecht 5 P/O 33	Produktionsplanung 5 P/L 34	Grdl. nationaler und internationaler Steuerlehre 5 StU 48	International Marketing 5 IBM 02	Entrepreneurship 5 MG 34
Jahresabschlusspolitik und -analyse 5 CFR 45	Digitales Marketing / Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit 5 MKT 33	Personalwirtschaft 2 5 P/O 35	Grundlagen der Logistik 5 P/L 38	Grdl. d. Prüfungstheorie u. angewandten Unt.prüfung 5 StU 49	International Human Resource Management 5 IBM 03	Seminar Business Plan 5 MG 33
					Certificate „International Business Manager“	
						Gesellschafts- und steuerrechtl. Handlungsfelder für Entrepreneure 5 StU 51

Die verbleibenden drei Wahlpflichtmodule können aus den Wahlpflichtangeboten der kleinen Vertiefungsrichtungen und weiteren Wahlpflichtmodulen zusammengestellt werden. Optional haben die Studierenden die Möglichkeit, durch das Absolvieren von drei Modulen aus einer anderen als der gewählten großen Vertiefungsrichtung eine kleine Vertiefungsrichtung zu bestimmen. Die Belegung einer kleinen Vertiefungsrichtung ist nicht zwingend. Bei der kleinen Vertiefungsrichtung „International Business Management“ können aus den insgesamt fünf angebotenen Modulen drei ausgewählt werden. Werden alle fünf der angebotenen Module dieser kleinen Vertiefung belegt, dann erhalten die Studierenden zusätzlich das Certificate „International Business Manager“ bescheinigt.

weitere Wahlpflichtmodule

Französisch für Anfänger 5 SP 38

Spanisch für Anfänger 5 SP 39

Presentations and Meetings 5 SP 40

Cross Culture 5 MG 04

Anlage 2: Modulbeschreibungen

Grundlagen der BWL								ModulID 5 MG 02
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	1.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Fallbei-spiele, Übungsauf-gaben		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können die grundlegenden Begriffe und Erkenntnisobjekte der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre erläutern. • Sie sind in der Lage, zentrale betriebswirtschaftliche Problemstellungen und Lösungsansätze aus dem leistungswirtschaftlichen Bereich, dem finanzwirtschaftlichen Bereich und aus dem Bereich der unterstützenden Managementfunktionen zu definieren. • Sie sind in der Lage, das erworbene erste ganzheitliche Verständnis von Betrieben und Unternehmen einzusetzen. • Sie können das Erlernete auf konkrete Praxisfallbeispiele anwenden. 							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Berufsfeld • Einführung in das ökonomische Denken <ul style="list-style-type: none"> - Das Wirtschaftlichkeitsprinzip - BWL als Wissenschaft • Produktion und Logistik <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Produktion - Erscheinungsformen der Produktion • Betriebliche Steuerlehre und Unternehmensprüfung <ul style="list-style-type: none"> - Rechtsformen - Steuern und Unternehmensprüfung • Personalmanagement und Betriebsorganisation <ul style="list-style-type: none"> - Führungsstile und Motivationsinstrumente - Aufbau- und Ablauforganisation • Finanzwirtschaft, Rechnungswesen und Controlling <ul style="list-style-type: none"> - Verfahren der Investitionsrechnung - Finanzierungsformen und Vertragstypen • Marketing <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Marketings - Marketinginstrumente 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							

7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Wirtschaftsrecht (LL.B.), International Studies in Management (ISM)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Natalie Bartholomäus

Externes Rechnungswesen								ModulID 5 CFR 21
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	1.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit		Selbst-studium		Lehrformen (Lern-formen)	
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übungen, Fallstudien		gepl. Gruppengr. 35	Sprache deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Grundsätze und Zusammenhänge der betriebswirtschaftlichen doppelten Buchführung zu verstehen und zu bewerten, ▪ die Buchführungstechnik unter Berücksichtigung der geltenden Rechtsvorschriften zu erörtern und die Grundlagen der Bilanzierung anzuwenden, ▪ Buchungssätze für verschiedenste reale Sachverhalte zu entwickeln und somit eine Buchführung für die wichtigsten Funktionsbereiche in Unternehmen durchzuführen, ▪ Jahresabschlüsse rechtsformabhängig nach Handelsrecht und internationaler Rechnungslegung in Grundzügen zu erstellen, ▪ Jahresabschlüsse in Ansätzen zu analysieren, zu interpretieren und zu bewerten. <p>Sämtliche Lernergebnisse basieren u. a. auf dem geübten Umgang mit den jeweils gültigen Rechtsnormen für die Rechnungslegung, vorzugsweise dem Handelsrecht (HGB), in ausgewählten Fällen den International Financial Reporting Standards (IFRS).</p>							
3	Inhalte							
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das betriebswirtschaftliche Rechnungswesen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgaben und Gliederung des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens ▪ Grundbegriffe des Rechnungswesens ▪ Gesetzliche Regelungen und Organisation 2. Einführung in die Buchungstechnik <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zentrale Elemente des externen Rechnungswesens ▪ Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle 3. Buchungen in wichtigen Sachbereichen des Unternehmens <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschaffung (Waren und Investitionsgüter) ▪ Produktion ▪ Absatz ▪ Personal 4. Jahresabschlusserstellung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzelfragen der Bewertung nach Handelsrecht ▪ Abgrenzung ▪ rechtsformabhängige Aufstellung des Jahresabschlusses sowie Gewinnverwendung ▪ Grundzüge der internationalen Rechnungslegung nach den IFRS 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							

5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Tim Kampe
9	Sonstige Informationen -

Wirtschaftsenglisch								ModulID 5 SP 01
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	1.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lernformen)	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Lecture, team-work, role play	35	englisch		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen After completing the module, students are able to: <ul style="list-style-type: none"> • communicate in a business environment, • apply presentation skills, • apply negotiating skills in the fields of <ul style="list-style-type: none"> • marketing, promotion • personnel/organisation, • starting a business • legal formats of companies 							
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Applying for a job, personal SWOT, CVs and resumés, HR • Marketing, marketing mix, launching a product • Presenting business ideas and business performance, designing a SWOT analysis • Starting a company, legal formats, financing a start up • Corresponding with customers 							
4	Teilnahmevoraussetzungen B1 gemäß GER - empfohlen							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsrecht (LL.B)							
8	Modulbeauftragte/r Kerstin Sommer							
9	Sonstige Informationen -							

Produktion und Logistik								ModulID 5 P/L 21
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	1.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag		35	deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die wesentlichen Begriffe, Kennzahlen und Methoden sowie die notwendigen Terminologien im Bereich Produktion und Logistik definieren. • Die Studierenden können die genannten Methoden anwenden. • Die Studierenden sind in der Lage, Zusammenhänge im Bereich der Logistik und Produktion einzuordnen. 							
3	Inhalte							
	<p>Die wichtigsten Komponenten und Prozesse der Leistungserstellung werden näher behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Definition und Bedeutung von Produktion und Logistik • Einsatzfaktoren • Produktions- und Kostentheorie • Produktionsprogrammplanung • Erzeugnisse und Erzeugnisbeschreibungen • Konzepte des Produktions- und Logistikmanagements 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Thomas Plümer							
9	Sonstige Informationen							
	-							

Mathematik für Ökonomen								ModulID: 5 M/S 01
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	1.	halbjährlich	WS/So Se	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen (Lern- formen)		gepl. Grup- pengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übungen		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden durch das erworbene grundlegende Wissen über die mathematischen Methoden in der VWL und BWL in der Lage, betriebs- wirtschaftliche Fragestellungen (z. B. interne Kostenverrechnung, Annuitätenberechnung, Er- trags- und Kostenfunktionen) zu analysieren und zu lösen.							
3	Inhalte							
	Elemente der Matrixalgebra, Lineare Gleichungssysteme, Lineare Optimierung, Ökonomische Anwendungen der linearen Algebra, Finanzmathematik Differentialrechnung, Mikroökonomische Anwendung der Analysis, Funktionen mit zwei Variablen, Extremwertberechnung unter Nebenbedingung, Grundlagen der Integralrechnung							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder Teilklausuren oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO Bei Teilklausuren wird die Gesamtnote durch die Summe der Punkte der Teilklausuren, die mindestens 50 Prozent der Punkte in der Teilklausur erreicht haben, ermittelt.							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), International Studies in Management (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Wolfgang Kohn							
9	Sonstige Informationen							
	-							

Kommunikations- und Managementkompetenzen								ModulID 5 MG 01
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	2. Sem.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen (Lernformen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Gruppenarbeit, Übungen		25	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie beherrschen Präsentations- und Moderationstechniken sowie Methoden des Ziel- und Zeitmanagements und können diese in einer Präsentation umsetzen. - Sie sind in der Lage, Materialien und Informationen zu einem wirtschaftsrelevanten Thema zu recherchieren, zu verstehen und hierzu eine inhaltliche Gliederung zu erstellen. - Sie können eine schriftliche Ausarbeitung anfertigen. - Sie können Kreativitäts- und Moderationstechniken definieren und sind in der Lage, diese im Rahmen des Innovationsmanagementprozesses einzusetzen. - Sie können wesentliche Kommunikationsmodelle und -techniken sowie Formen der Gesprächsführung erörtern und sind in der Lage, diese im Rahmen von Gesprächen anzuwenden. - Sie können die Arten und Stufen von Konflikten beschreiben und sind in der Lage, Gespräche zur Lösung der Konflikte zu führen. 							
3	Inhalte							
	<p>Kommunikationskompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ziel-, Zeit- und Selbstmanagement - Präsentations- und Moderationstechniken - Analyse und Anwendung von Kommunikationsmodellen und -techniken <p>Managementkompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovationsmanagement (insbes. im Bereich der Neuproduktplanung) - Voraussetzungen und Formen der Gesprächsführung - Arten und Stufen von Konflikten sowie Instrumente zur Konfliktlösung <p>Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens (recherchieren, gliedern, zitieren).</p>							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur; als Voraussetzung für die Teilnahme an der Klausur ist das Bestehen einer unbenoteten Vorprüfung in Form einer Präsentation (schriftliche Ausarbeitung und mündlicher Vortrag) erforderlich							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Kerstin Stender-Monhemius							
9	Sonstige Informationen							
	-							

Internes Rechnungswesen								ModulID 5 CFR 22
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	2.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übungen Tutorien		35	deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> ▪ die wesentlichen Begriffe und Einsatzmöglichkeiten der Kosten- und Leistungsrechnung zu definieren, ▪ die Verfahren der drei Stufen der Kosten- und Leistungsrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung) zu benennen und zu erklären, ▪ die Methoden der Kostenrechnung auf praktische Aufgabenstellungen anzuwenden, ▪ die Entscheidungsrelevanz der Ergebnisse unterschiedlicher Kostenrechnungssysteme zu beurteilen. 							
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung (Aufgaben, Ziele, Begriffe) • Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung und Kostenträgerrechnung • Kostenrechnungssysteme auf Vollkostenbasis • Kostenrechnungssysteme auf Teilkostenbasis • Einblick in weiterführende Systeme der Kostenrechnung 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Empfohlen sind Grundkenntnisse in der externen Rechnungslegung							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Michaela Hoke							
9	Sonstige Informationen -							

Markt & Wettbewerb								Modul ID 5 VWL 01
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	2.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übungen Projektarbeit		35	deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können grundlegende mikroökonomische Analyseinstrumente skizzieren. • Sie können optimale Preis-/Mengenkombinationen berechnen. • Sie können Angebots- und Nachfragekurven aus einzelwirtschaftlichen Kalkülen ableiten. • Sie sind befähigt, mikroökonomische Optimierungskalküle auf unterschiedliche Marktstrukturen anzuwenden. • Sie können aktuelle mikroökonomische Tatbestände der Wettbewerbspolitik und des Außenhandels eigenständig aus theoretischer Perspektive bewerten. 							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgangspunkte ökonomischen Denkens und ökonomischer Modelle • Grundlagen von Angebot und Nachfrage • Optimales Verbraucherverhalten und Nachfragekurve • Einkommens- und Preiselastizitäten • Produktion, Kostenstrukturen und Angebotskurve • Marktgeschehen bei vollkommener Konkurrenz • Preisbildung im Monopol • Preisbildung im Oligopol • Aktuelle Anwendungen aus den Bereichen Wettbewerbspolitik und Außenhandel 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Markus Pannenberg							
9	Sonstige Informationen							
	-							

Steuerlehre								ModulID 5 StU 21
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	2.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Gruppenar-beit, Fallbearbeitung		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:							
	<ul style="list-style-type: none"> - Sie sind in der Lage, den Aufbau des deutschen Steuerrechts sowie die wesentlichen beteiligten Akteure wiederzugeben. - Sie können die Notwendigkeit der Steuerpflicht und Steuererhebung zur Finanzierung des Rechtsstaats beurteilen und wesentliche Folgen der Steuerhinterziehung bzw. –verkürzung erörtern. - Sie können die Vorgehensweise zur Ermittlung der Steuerlast der Ertragsteuerarten beschreiben und anwenden. - Sie können die Vorgehensweise zwischen den verschiedenen Ertragsteuerarten vergleichen. - Sie sind in der Lage, wesentliche Abweichungen zwischen Handels- und Steuerrecht zu skizzieren und können deren Auswirkungen beurteilen und bilanzpolitische Entscheidungen treffen. 							
3	Inhalte u.a.							
	Bereich Ertragsteuern:							
	<ul style="list-style-type: none"> - Überblick Steuersystem und wesentliche Steuerarten - Grundzüge des Steuerverfahrensrechts - Grundlagen der Einkommensteuer z.B. persönliche und sachliche Steuerpflicht, Ermittlung der Steuerbemessungsgrundlage, Steuertarif - Grundlagen der Körperschaftsteuer z.B. persönliche und sachliche Steuerpflicht, Ermittlung der Steuerbemessungsgrundlage, Steuertarif - Gewerbesteuer: Sachliche Steuerpflicht, Ermittlung der Steuerbemessungsgrundlage, Steuerermittlung und Steuertarif - Besteuerung der Unternehmenstätigkeit in Abhängigkeit von der Rechtsform 							
	Bereich Bilanzsteuerrecht:							
	<ul style="list-style-type: none"> - Gewinnermittlungsmethoden und Anwendungsbereiche - Konzeption der Steuerbilanz - Bilanzierung und Bewertung wesentlicher Wirtschaftsgüter - Steuerfreie Rücklagen - Grundzüge der Steuerbilanzpolitik 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Manuel Teschke							

9	Sonstige Informationen - ggf. Gastvorträge zu aktuellen Fragestellungen
----------	-----------------------------------------------------------------------------------

Statistik für Ökonomen								ModulID 5 M/S 02		
	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau		
	150 h	6	2.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.		
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit		Selbststudium		Lehrformen (Lernformen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h		90 h		Vortrag, Übungen Fallbeispiele		35	deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen									
	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden durch das erworbene grundlegende Wissen über die statistischen Verfahren in der VWL und BWL in der Lage, betriebswirtschaftliche Fragestellungen zu analysieren (z.B. Value at Risk, Renditeanalyse, Preisänderungen testen) und unter Verwendung des Statistikprogramms R zu lösen. Sie können statistische Auswertungen kritisch beurteilen.									
3	Inhalte									
	Grundlagen, Häufigkeitsfunktion, Mittelwert, Quantile, Grafische Darstellung einer Verteilung, Varianz, Standardabweichung, Variationskoeffizient, Wachstumsraten, Indexzahlen Lineare Regressionsanalyse, Grundzüge der Wahrscheinlichkeitsrechnung, Wahrscheinlichkeitsverteilungen, Normalverteilung, weitere Wahrscheinlichkeitsverteilungen, Schätzen, Stichproben und deren Verteilungen, Konfidenzintervalle und parametrische Tests.									
4	Teilnahmevoraussetzungen									
	keine									
5	Prüfungsgestaltung									
	Klausur oder Teilklausuren oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO Bei Teilklausuren wird die Gesamtnote durch die Summe der Punkte der Teilklausuren, die mindestens 50 Prozent der Punkte in der Teilklausur erreicht haben, ermittelt.									
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points									
	Bestehen der Modulprüfung									
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):									
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.)									
8	Modulbeauftragte/r									
	Prof. Dr. Wolfgang Kohn									
9	Sonstige Informationen									
	-									

Makroökonomie & Wirtschaftspolitik								Modul ID 5 VWL 02
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	3.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übungen Projektarbeit		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	<p>Erfolgreiche Studierende verfügen über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können grundlegende makroökonomische Analyseinstrumente skizzieren. • Sie können Konzepte der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung erläutern. • Sie können makroökonomische Gleichgewichtsbedingungen auf Güter- und Finanzmärkten formal und grafisch herleiten. • Sie sind befähigt, Effekte staatlicher Konjunkturpolitik zu quantifizieren. • Sie sind in der Lage, makroökonomische Effekte von geldpolitischen Maßnahmen bedeutender Zentralbanken zu analysieren und zu beurteilen. • Sie können aktuelle makroökonomische Tatbestände der Arbeitsmarktpolitik und des Außenhandels eigenständig aus theoretischer Perspektive bewerten. 							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> • Mikroökonomisches Denken und makroökonomische Modelle • Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Analyse gesamtwirtschaftlicher Kennzahlen • Makroökonomische Modellierung des Gütermarktes • Geld- und Finanzmärkte aus makroökonomischer Perspektive • Arbeitsmärkte aus makroökonomischer Perspektive • IS-LM Modell der geschlossenen Volkswirtschaft • IS-LM Modell der offenen Volkswirtschaft • Fiskal- und Geldpolitik in IS-LM-Modellen • Lohnstarrheiten, Inflation, Arbeitslosigkeit und Phillipskurve • Aktuelle Probleme des Außenhandels aus makroökonomischer Perspektive 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Markus Pannenberg							
9	Sonstige Informationen							
	-							

Finanzierung und Investition								ModulID 5 CFR 04
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	3.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übungen		35	deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> detaillierte Begriffe der Finanzierung und Investition zu benennen und zu erläutern, finanzwirtschaftliche Gestaltungsmöglichkeiten vor dem Hintergrund der Unternehmens- und Investitionsziele zu identifizieren und in den finanzwirtschaftlichen Entscheidungsprozess einzuordnen, auf die spezifische Fragestellung der Beurteilung einer optimalen Finanzierungsform bzw. der Wirtschaftlichkeit einer Investition ausgerichtete und geeignete Konzepte und Verfahren auszuwählen und anzuwenden, finanzwirtschaftliche Entscheidungen der Praxis hinsichtlich ihres Zielerreichungsbeitrages und unter Berücksichtigung der Risikoneigung des Entscheiders sowie der Informationslage zu beurteilen und Handlungsempfehlungen für das Management abzuleiten. 							
3	Inhalte Finanzierung: Grundlegungen; Aufgaben, Grundsätze und Verfahren der Finanzplanung; unterschiedliche Formen der klassischen Unterteilung der Finanzierungsarten; Ermittlung und Ansätze der Optimierung der Finanzierungs- bzw. der Kapitalstruktur. Investition: Grundlegungen zu und Typen von Investitionsentscheidungen; Aufgaben, Grundsätze und Verfahren der Investitionsplanung und -rechnung; dynamische Verfahren der Investitionsrechnung (u. a. Kapitalwert-, Interne-Zinsfuß- und Annuitätenmethode); statische Verfahren der Investitionsrechnung (z. B. Kosten-, Gewinn-, Rentabilitäts- und Amortisationsvergleichsrechnung); Ermittlung der optimalen Nutzungsdauer und Lösung des Ersatzproblems.							
4	Teilnahmevoraussetzungen Empfohlen wird Grundlagenwissen zu Finanzierung und Investition, wie es z.B. im Modul 5 MG 02 „Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ vermittelt wird.							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Heiko Burchert							
9	Sonstige Informationen -							

Wirtschaftsprivatrecht								ModulID 5 RE 23
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	3.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lernformen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag		35	deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Durch den Erwerb von Kenntnissen über die rechtlichen Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, vor allem des Vertragsrechts, sind die Studierenden am Ende der Veranstaltung in der Lage, die rechtlichen Fragestellungen einfacher Fallbeispiele aus der Praxis zu analysieren und die Fallbeispiele unter Verwendung grundlegender Lösungstechniken einer vertretbaren Lösung zuzuführen.							
3	Inhalte Überblick über das Vertragsrecht des BGB (Zustandekommen, Inhalt, Durchführung und Beendigung von Verträgen) mit Bezügen zum Handels- und Gesellschaftsrecht, z. B.: <ul style="list-style-type: none"> • Stellvertretung einschließlich Prokura und Handlungsvollmacht • Allgemeine Geschäftsbedingungen • Leistungsstörungen • Verjährung von Ansprüchen • Vertragstypen des BGB • Gesetzliche Ansprüche, insbes. unerlaubte Handlungen • Überblick über die Gesellschaftsformen 							
4	Teilnahmevoraussetzungen keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jörg-Dieter Oberrath							
9	Sonstige Informationen -							

Grundlagen des Marketings								ModulID 5 MKT 21
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	3. Sem	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Kontaktzeit	Selbst- studium	Lehrformen (Lern- formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS / 60 h	90 h	Vortrag		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> - Sie können die wesentlichen Begriffe definieren und diese in den Gesamtzusammenhang des Marketings einordnen. - Sie sind in der Lage, die wesentlichen Methoden der Situationsanalyse anzuwenden. - Sie können den Aufbau und die Bestandteile einer Marketingkonzeption skizzieren. - Sie können die spezifischen Besonderheiten ausgewählter institutioneller Marketingformen erörtern. - Sie können grundlegende Prozess- und Strukturregelungen zur Bewältigung der Marketingaufgaben darstellen. - Sie sind in der Lage, die wesentlichen Hauptaufgaben des Marketingcontrollings zu definieren. - Sie können Aufgaben unter Anwendung der vermittelten fachlichen und methodischen Kompetenzen lösen. 							
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> - Einordnung des Marketings in den betriebswirtschaftlichen Kontext - Informationsgrundlagen von Käuferverhalten, Marketingforschung und Marktsegmentierung - Methoden der Situationsanalyse - Marketingkonzeption: Ziele, Produkt-Markt-Strategien, produkt-, preis-, distributions- und kommunikationspolitische Grundlagen - Marketingorganisation - Marketing-Controlling 							
4	Teilnahmevoraussetzungen keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Kerstin Stender-Monhemius							
9	Sonstige Informationen							

Grundlagen der Wirtschaftsinformatik								ModulID 5 WI 01
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	3.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung Übung	2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	90 h	Vortrag, Übungen		60 20	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • elementare Konzepte und Begriffe der Wirtschaftsinformatik mit eigenen Worten erläutern, • Anwendungsszenarien mit Hilfe von Modellierungsformalismen darstellen, • die sich mit dem Einsatz von Informationstechnologie ergebenden Sicherheitsrisiken einschätzen, • die Chancen und Risiken des Internet beurteilen und die daraus resultierenden Wertschöpfungsmöglichkeiten im Bereich des E-Commerce darstellen, • ausgewählte betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen mit Hilfe von relationaler Datenbanksysteme und Tabellenkalkulation lösen. 							
3	Inhalte Der Erwerb der genannten Kompetenzen und Fähigkeiten erfolgt durch Behandlung folgender Themenbereiche und Inhalte: <ol style="list-style-type: none"> 1. Optimierung von Geschäftsprozessen <ul style="list-style-type: none"> • Wesen von Geschäftsprozessen • Geschäftsprozesse und IT • GP-Modelle • Grundlegende Konzepte der GP-Optimierung 2. Sicherheit in der Informationstechnik <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftliche und organisatorische Aspekte • Grundlegende Sicherheitsmaßnahmen • Ausgewählte Angriffsszenarien • Datenverschlüsselung im Internet • Digitale Signatur 3. IT-Infrastruktur <ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse Hardware • Grundkenntnisse Betriebssysteme • Grundkenntnisse Netzwerke und Protokolle 4. Datenorganisation und Datenmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Funktionen einer Datenbank • Datenmodellierung, insbes. ER-Modell • Relationales Datenmodell und SQL • Data Warehouse Konzept 5. Internet und eCommerce <ul style="list-style-type: none"> • Überblick Internet • Architektur und Funktion einer WebApplikation • E-Commerce-Prozesse und -Systeme 							
4	Teilnahmevoraussetzungen keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							

6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A), International Studies in Management (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Peter Hartel
9	Sonstige Informationen

Management								ModulID 5 MG 03
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Gruppenar-beit, Planspiel, ggf. Fall-studie	30-35	deutsch		
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> • Sie können betriebswirtschaftliche Zusammenhänge ganzheitlich darstellen, • Sie können Strategien, Zielen und konkrete Maßnahmen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens in einem dynamischen Umfeld festlegen und verfolgen, • Sie können betriebswirtschaftliches Zahlenmaterial verstehen und in praxisbezogene Entscheidungen umsetzen. • Sie sind in der Lage, mit komplexen Entscheidungen unter Unsicherheit umzugehen. • Sie können Entscheidungsfindung im Team zeiteffizient organisieren. • Sie sind in der Lage, bereichsübergreifendes Denken und Handeln zu erproben und zu beherrschen, • Sie können Probleme strukturiert lösen. 							
3	Inhalte Die Veranstaltung thematisiert Entscheidungsfragen auf Unternehmensleitungsebene zu Themen wie Produkt- und Marktentwicklung, Umfeldanalysen, Konkurrenzbeobachtung, Mitarbeiterführung, Produktionssteuerung, Finanzierung, Investition und Rechnungswesen. Dazu erarbeiten die Studierenden in Gruppen tragfähige Entscheidungen in obigen Themenfeldern.							
4	Teilnahmevoraussetzungen Empfohlen werden grundlegende Kenntnisse der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, möglichst Kenntnisse in Investition/Finanzierung, Rechnungswesen, Absatz, Produktion							

5	Prüfungsgestaltung Kombination aus Projektarbeit mit Klausur oder mündlicher Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Schneider
9	Sonstige Informationen -

Grundlagen von Enterprise Resource Planning Systemen								ModulID 5 WI 02
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht, Praktikum	2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	90 h	Vortrag, Übungen		35 15	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • die Formen und Vorteile integrierter Systeme beschreiben, • die wesentlichen Stammdaten eines ERP Systems beschreiben und an Beispielen erläutern, • die wesentlichen Funktionen eines ERP Systems beschreiben und an Beispielen erläutern, • ausgewählte Funktionen und Prozesse an einem SAP System ausführen, • den Einführungsprozess eines ERP Systems beschreiben, • ein SAP System in Grundlagen bedienen, • Fallstudien in Gruppen und allein am ERP System durchführen, • einfache Prozesse beschreiben und am ERP System vorführen, • in Kleingruppen sachbezogen argumentieren und die eigene Rolle in Kleingruppen erkennen und wahrnehmen. 							

3	Inhalte Der Erwerb der genannten Kompetenzen und Fähigkeiten erfolgt durch Behandlung folgender Themen: <ul style="list-style-type: none"> • Geld- und Güterkreislauf des Unternehmens mit Informationsschicht • Basiswissen ERP-Systeme (Ziel, Konzeption, Probleme) • Strukturierung von ERP-Systemen • Organisationsstrukturen • Wesentliche Stammdaten • Wesentliche Funktionen • Integrationsformen • Konzepte der integrierten Datenverarbeitung: <ul style="list-style-type: none"> - Prozessorientierung - Redundanzreduktion - Dualität von realwirtschaftlichen und informatorischen Prozessen • Einführung von ERP Systemen
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine, empfehlenswert sind Grundlagen in Rechnungswesen und Wirtschaftsinformatik
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Volker Wiemann
9	Sonstige Informationen

Personalführung								ModulID 5 P/O 01
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen (Lernformen)	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Fallstudien, Übungsaufgaben, Gruppenarbeit	35	deutsch		

2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls können die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Sichtweisen, Aufgaben und Lösungsansätze der betrieblichen Personalführung im Rahmen der Unternehmensführung darstellen, • ein vertieftes Verständnis für die vernetzten interdisziplinären – organisatorischen und sozialen - Aspekte des Führens entwickeln und umsetzen, • auch komplexe Situationen im Kontext der Personalführung erkennen und angemessen auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse bewerten, • das reflektierte Wissen auf Wirtschafts- und Dienstleistungsbetriebe übertragen, • unterschiedliche in der Praxis angewandte bzw. eingesetzte Führungsgrundsätze, Führungstechniken, Führungsstile sowie Führungsmittel und -instrumente kritisch erörtern und auf Praxisbeispiele anwenden, • durch die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich der Analyse verschiedener Führungssituationen ein Bild über die Führungskräfte "von heute", ihre Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz und ihre Bedeutung für den unternehmerischen Erfolg darstellen.
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Personalführung, Bedeutung im Kontext der Unternehmensführung • Akteure im Kontext der Personalführung: Führungskräfte, Mitarbeiter, Personalabteilung • Aufgaben, Fähigkeiten und Persönlichkeitseigenschaften von Führungskräften • Durchsetzungsmöglichkeiten einer Führungskraft: Macht, Autorität, Charisma • Unternehmenskultur, Führungsgrundsätze, Ethik und Compliance • Bedingungsfaktoren der Personalführung wie Arbeitszufriedenheit, Kommunikation, Motivation, Arbeitsteilung, Koordination Kooperation • Menschenbilder, generationsspezifische Aspekte • Führungsstile • Führungstheorien und Führungskonzepte • Führungstechniken und Führungsmodelle • Führungsmittel und Führungsinstrumente • Führen von Gruppen und Teams • Soziale Prozesse, Gruppendynamik, Konfliktmanagement • Führungskräfte in ihren Aufgaben beraten, qualifizieren, unterstützen • Messung der Führungsqualität • Vertiefende Aspekte – Personalführung und Diversity, Corporate Social Responsibility, Digitalisierung
4	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagenwissen zu Führungsverhalten, -kompetenzen, -instrumenten, -theorien, wie es z. B. im Modul 5 MG 01 „Kommunikations- und Managementkompetenz“ vermittelt wird, wird empfohlen.
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Volker Herzig
9	Sonstige Informationen -

Grundlagen Controlling								ModulID 5 CFR 43
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, eine zeitraumspezifische Planung zu organisieren und zu erstellen, insbesondere eine Budgetierung durchführen sowie die zugehörige Kontrolle vorzunehmen. Des Weiteren können sie Kennzahlen beschreiben und eine Kennzahlenanalyse durchführen. Darüber hinaus sind die Studierenden befähigt, im Hinblick auf die Steuerung des Unternehmens nach Vornahme einer Datenaufbereitung operative gesamtbetriebliche und funktionsbereichsbezogene Kennzahlen auszuwerten. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können die Grundzüge des wertorientierten Controllings formulieren, eine Umwelt- und Unternehmensanalyse durchführen und ein Risikomanagement-System entwickeln.							
3	Inhalte Genereller Part: Planung und Kontrolle, Kennzahlen und Kennzahlenanalyse, Datenaufbereitung, Reporting (Informationsversorgung), Herausforderungen Digitalisierung ¹ Operativer Teilbereich: Budgetierung, gesamtbetriebliche Kennzahlenanalyse, Kennzahlenanalyse in den Funktionsbereichen Strategischer Teilbereich: Grundlagen des wertorientierten Controllings, Grundlagen des Risikomanagements, Umweltanalyse, Unternehmensanalyse (PIMS, Kernkompetenzen, SWOT, u. a.), Strategische Kontrolle, Strategisches Performance Measurement-Systeme (BSC u. a.)							
4	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagenwissen des internen und externen Rechnungswesens wird empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung Hausarbeit ² , ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Martin Wördenweber							
9	Sonstige Informationen ³							

¹ Ergänzt im Rahmen einer redaktion. Änderung vom 23.03.2018, FBR-Beschluss 07.02.2018

² Klausur wurde gestrichen, redaktion. Änderung vom 23.03.2018, FBR-Beschluss 07.02.2018

³ Hinweise zur Hausarbeit wurden gestrichen, redaktion. Änderung vom 23.03.2018, FBR-Beschluss 07.02.2018

Finanzmanagement								ModulID 5 CFR 44
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übungen, Fallstudien		35	deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wesentliche Ziele des Finanzmanagements eines Unternehmens zu definieren, ▪ die Aufbau- und Ablauforganisation des Finanzmanagements in mittleren bis großen Unternehmen aller Branchen zu verstehen und zu bewerten, ▪ Finanzströme in Konzernen zu analysieren und detaillierte Finanzplanungen durchzuführen, ▪ Konzepte der Optimierung von Finanzstrukturen anzuwenden und Gesamtlösungen für das Finanzmanagement zu entwickeln, ▪ wesentliche kapitalmarktbasierende Finanzinstrumente zur Deckung von Kapitalbedarfen zu erläutern, mit angemessenen Modellen zu bewerten und passende auszuwählen, ▪ grundsätzliche Finanzrisiken zu identifizieren und Risikoreduzierungsmöglichkeiten zu umreißen und anzuwenden, ▪ Instrumente und Rahmenbedingungen strategischer Finanzmanagementkonzepte zu beschreiben und zu benutzen, ▪ finanzwirtschaftliche Informationen zu ermitteln, auszuwerten und mit geeigneten Methoden zu bewerten. 							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen + Organisation des Finanzmanagements ▪ Finanzplanung <ul style="list-style-type: none"> ○ Cash Flows ○ Kapitalflussrechnung ○ Kurz-, mittel- und langfristige Finanzpläne ▪ Internationale Finanzprozesse <ul style="list-style-type: none"> ○ Internationaler Zahlungsverkehr ○ Netting, Cash Pooling, Payment Factory, Inhouse Bank ○ Zins- und Währungsmanagement ▪ Anlage- + Finanzierungsstrategien <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundlagen Kapitalmärkte ○ Vertiefung Anleihen, Aktien, Asset Backed Securities ○ Strategien ▪ Working Capital Management ▪ Kapitalkosten und Kapitalstruktur ▪ Finanz-Controlling 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Grundlagenwissen, wie es im Modul 5 CFR 04 „Investition und Finanzierung“ vermittelt wird, darüber hinaus werden mathematische und statistische Grundlagen empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							

7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Andreas Uphaus
9	Sonstige Informationen -

Jahresabschlusspolitik und -analyse								ModulID 5 CFR 45
Nr.	Workload	Credit Points	Studiensemester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen (Lernformen)	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übungen Fallstudien	35	deutsch		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wichtige Begriffe der Jahresabschlusspolitik und -analyse zu benennen und zu erläutern, ▪ bilanzpolitische Gestaltungsmöglichkeiten zu identifizieren und hinsichtlich ihrer Bedeutung für den Jahresabschluss einzuordnen, ▪ Konzepte und Verfahren der Jahresabschlussanalyse zu benennen, ▪ auf die spezifische Fragestellung der Analyse bezogene, geeignete Konzepte und Verfahren auszuwählen und anzuwenden, ▪ Jahresabschlüsse aus der Praxis hinsichtlich ihrer Aussagefähigkeit zu beurteilen und daraus Handlungsempfehlungen für das Management abzuleiten. <p>Sämtliche Lernergebnisse basieren u. a. auf dem geübten Umgang mit den jeweils gültigen Rechtsnormen für die Rechnungslegung, vorzugsweise dem Handelsrecht (HGB), in ausgewählten Fällen den International Financial Reporting Standards (IFRS).</p>							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wesen der Jahresabschlusspolitik ▪ Motive und Ziele der Jahresabschlusspolitik ▪ Instrumente der Jahresabschlusspolitik ▪ Grenzen der Jahresabschlusspolitik ▪ Aufbereitungsmaßnahmen des Jahresabschlusses ▪ Traditionelle Verfahren der Jahresabschlussanalyse (Kennzahlenrechnung) ▪ Moderne Verfahren der Jahresabschlussanalyse 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Grundlagenwissen in der externen Rechnungslegung vor dem Hintergrund nationaler und internationaler Rechtsnormen (HGB und IFRS), wie es im Modul 5 CFR 21 „Externes Rechnungswesen“ vermittelt wird, wird empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							

7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Ulrike Settnik
9	Sonstige Informationen -

Seminar Controlling/Finanzen/Rechnungswesen								Modul ID 5 CFR 46
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Seminar	2 SWS/30 h	120 h	Fallstudien, Vortrag, Gruppenarbeit,		15	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning achievements)/ Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:							
	<ul style="list-style-type: none"> • Sie können konkrete projektorientierte Fragestellungen der Bereiche Controlling, Finanzen oder Rechnungswesen thematisch einordnen, mit Hilfe geeigneter Instrumente analysieren und bearbeiten sowie konkrete Handlungsempfehlungen für ein Unternehmen daraus ableiten. • Sie können Fallstudien bearbeiten, theoretisches Wissen auf komplexe Sachverhalte anwenden, gegebene Handlungsempfehlungen kritisch bewerten und sich eine objektive Meinung zum Fallstudienkontext bilden. • Sie sind in der Lage, Materialien und Informationen aus der aktuellen Fachliteratur zu beschaffen, zu analysieren und kritisch zu interpretieren. • Sie sind zu einer eigenständigen Subsummierung eines abgeschlossenen Themengebietes aus den Bereichen Controlling, Finanzen oder Rechnungswesen in Form einer kurzen wissenschaftlichen Arbeit in der Lage. • Sie können Arbeitsergebnisse unter Berücksichtigung erforderlicher Präsentations-techniken vor einer größeren Gruppe präsentieren und mit dieser in Dialog treten. 							

3	<p>Inhalte</p> <p>Die Inhalte dieser Veranstaltung werden vom jeweiligen Lehrenden festgelegt und können sich insbesondere auch an aktuellen Entwicklungen und Problemen orientieren. Beispielhaft können folgende Themen mit aktuell relevantem Bezug behandelt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normatives Management • Strategisches Controlling • Risikomanagement • Operatives Controlling in den Funktionsbereichen • Controlling in ausgewählten Branchen/Sektoren • Informationsmanagement • Neue bilanzrechtliche Regelungen auf nationaler und internationaler Ebene • Internationale Kostenrechnungsansätze • Interdisziplinäre Aspekte (z. B. wirtschaftspsychologische Ansätze) • Controlling, Finanzwirtschaft und Rechnungswesen im Mittelstand • Europäische und internationale Finanzpolitik • Spezifische Finanzprodukte und Kapitalmarktanalysen • IT-Systeme in Controlling, Treasury und Rechnungswesen
4	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagenkenntnisse im Controlling bzw. Finanz- und Rechnungswesen werden empfohlen.</p>
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Kombination aus Hausarbeit und Referat oder Präsentation</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Anita Eusterbrock</p>
9	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Für die Hausarbeit ist ggf. eine Bearbeitung während der vorangehenden vorlesungsfreien Zeit möglich. In diesem Fall finden sich weitere Informationen zum Ablauf und zur Themenvergabe mit zeitlichem Vorlauf in ILIAS.</p>

Käuferverhalten und Marketingforschung								ModulID 5 MKT 31
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4. oder 5. Sem	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen (Lernformen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS / 60 h	90 h	Vortrag, Fallstudien, Übungsaufgaben, Gruppenarbeit		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: <p>Käuferverhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> Sie kennen die wesentlichen Teile des Gehirns, deren Funktionen und das Sensorische System und können den Zusammenhang und die Bedeutung für das Käuferverhalten herleiten und nachvollziehen. Sie sind in der Lage, die intrapersonalen Bestimmungsfaktoren des Käuferverhaltens (z.B. Aktivierung, Motive, Einstellungen, Zufriedenheit, Wahrnehmung, Lernen) und die interpersonalen Bestimmungsfaktoren (z.B. Bezugsgruppen, Influencer) darzustellen und können die Relevanz dieser Bestimmungsfaktoren zur Erklärung des ausgelösten Käuferverhaltens herleiten, analysieren und bewerten. Sie können die Implikationen der Erklärungsansätze des Käuferverhaltens für die Gestaltung von Marketing-Stimuli herleiten, analysieren und weiterentwickeln. Sie können anhand der Besonderheiten industrieller Kaufentscheidungen und des Buying Center-Ansatzes Kaufverhalten in Organisationen analysieren und bewerten. <p>Marketingforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> Ihnen sind die Messniveaus und deren Eigenschaften sowie die Gütekriterien zur Beurteilung gemessener Daten geläufig. Sie kennen wesentliche Skalierungsverfahren und können diese und deren Anwendungsfelder analysieren und kritisch reflektieren. Sie können die Messansätze der relevanten psychischen Reaktionen (z.B. Aktivierung, Motive, Einstellungen, Zufriedenheit etc.) definieren und können diese im Rahmen einer Marktforschung anwenden, analysieren und beurteilen. Sie sind in der Lage, Auswahlverfahren sowie die Methoden Befragung, Beobachtung, Experiment und Sonderformen (z.B. Panel, neurowissenschaftliche Verfahren) darzustellen und können diese zur Erforschung von Marketingfragestellungen analysieren und bewerten. Sie können ausgewählte Verfahren der uni-, bi- und multivariaten Datenanalyse anwenden und Ergebnisse der Marketingforschung analysieren und bewerten. 							

3	Inhalte
	<p>Käuferverhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entdeckungs-, Verwendungs- und Begründungszusammenhang der Käuferverhaltensforschung - wesentliche neuroanatomische Strukturen und deren Bedeutung für das Käuferverhalten - Bedeutung des Sensorischen Systems für das Käuferverhalten - Intrapersonale Bestimmungsfaktoren des Käuferverhaltens - Interpersonale Bestimmungsfaktoren - Kaufverhalten von Unternehmen - Ausgewählte Implikationen der Erkenntnisse für das Marketing <p>Marketingforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketingforschung als make-or-buy-Entscheidung - Messung und Skalierung - Messansätze der intrapersonalen Bestimmungsfaktoren - Nicht-zufällige und zufällige Auswahlverfahren - Methoden der Informationsgewinnung (Sekundärforschung, Befragung, Beobachtung, Experiment, Spezialmethoden) - Informationsauswertung (uni-, bi-, multivariate Auswertungsverfahren)
4	Teilnahmevoraussetzungen
	Grundlagenkenntnisse im Marketing werden empfohlen.
5	Prüfungsgestaltung
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points
	Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B. Sc.)
8	Modulbeauftragte/r
	Prof. Dr. Kerstin Stender-Monhemius
9	Sonstige Informationen

Marken- und Kommunikationsmanagement / Channel-Management und Pricing								ModulID 5 MKT 32
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h		4. oder 5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Kontaktzeit	Selbst- studium	Lehrformen (Lern- formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Fallstudien, Übungsaufgaben, Gruppenarbeit		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	<p>Im Hinblick auf Marken- und Kommunikationsmanagement können Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markenpolitik begrifflich und konzeptionell in den produktpolitischen Kontext einordnen - marken- und kommunikationspolitische Konzeptionen mit Zielen, Strategien und Maßnahmen erstellen, bestehende Konzeptionen analysieren und kritisch hinterfragen - marken-, produkt- und kommunikationspolitische Ziele herleiten, im Zielsystem einordnen und operationalisieren - die Optionen der strategischen und operativen Programmplanung, die Markenstrategien sowie die Methoden zur Produktvariation, -differenzierung, -elimination darstellen, analysieren und bewerten - die Bedeutung des Innovationsmanagements für Unternehmen sowie die phasenspezifischen Inhalte des Innovationsmanagementprozesses darstellen, analysieren, bewerten - Positionierungen und Kommunikationsstrategien herleiten, analysieren, bewerten - die Konzepte kommunikationspolitischer Instrumente erläutern, analysieren, bewerten - die Konzepte und Methoden zur Bestimmung, Verteilung des Kommunikationsbudgets sowie die Gestaltung kommunikativer Botschaften darstellen, analysieren, bewerten - Kennzahlen zur Kontrolle des Marken-, Innovations- und Kommunikationsmanagements herleiten und analysieren. <p>Channel-Management, E-Commerce und Pricing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie kennen die Grundlagen des E-Commerce und können die wesentlichen Geschäftsmodelle darstellen und analysieren. Sie können die Bedeutung des E-Commerce einschätzen, kennen aktuelle Rahmenbedingungen, Entwicklungen und Besonderheiten. Sie können relevante Marktformen und -akteure erläutern. • Sie können wesentliche Konzepte des Mehrkanalvertriebs erläutern, z.B. die Systematisierung von Absatzkanalalternativen und das Cross- und Omni-Channel-Management. Sie sind in der Lage, eine problem- und fallbezogene Absatzkanalauswahl zu treffen sowie die Chancen und Risiken des Mehrkanalvertriebs einzuschätzen. • Sie können wesentliche Aspekte des Customer Experience Managements darstellen und analysieren, wie z.B. Transaktionsprozessgestaltung, Usability oder User Experience. • Sie können zentrale Kennzahlen zur Erfolgsmessung und Optimierung im E-Commerce erläutern und interpretieren. Sie sind in der Lage, diese in das Unternehmens- und Marketingzielesystem einzuordnen. • Sie können wesentliche Pricing-Strategien erklären und analysieren. Sie können diese in Beziehung zur übergreifenden Marketing- und Unternehmensstrategie setzen. • Sie sind in der Lage, zentrale Pricing-Ansätze darzustellen und auf konkrete Fallbeispiele anzuwenden. Dazu zählen z.B. Behavioral und Dynamic Pricing. 							

3	Inhalte
	<p>Marken- und Kommunikationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ziele, Strategien und Instrumente der Produkt- und Markenpolitik - Ziele, Strategien, Instrumente der Kommunikationspolitik - Bestimmung und Verteilung des Kommunikationsbudgets; Gestaltung der kommunikativen Botschaft - Kennzahlen zum Controlling von Marken-, Innovations-, Kommunikationsmanagement <p>Multi-Channel-Management, E-Commerce und Pricing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsmodelle des E-Commerce • Omni-, Cross- und Multi-Channel-Management • Customer Experience Management • Controlling und Conversion-Messung • Pricing-Strategien • Ausgewählte Pricing-Ansätze
4	Teilnahmevoraussetzungen
	Grundlagenwissen im Marketing empfohlen.
5	Prüfungsgestaltung
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points
	Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B. Sc.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)
8	Modulbeauftragte/r
	Prof. Dr. Kerstin Stender-Monhemius
9	Sonstige Informationen

Digitales Marketing / Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit								ModulID 5 MKT 33
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4. oder 5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen (Lernformen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übungsaufgaben, Fallbeispiele, Gruppenarbeit		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <u>Digitales und Social Media Marketing</u> <ul style="list-style-type: none"> Sie kennen die wesentlichen Rahmenbedingungen, Entwicklungen und Besonderheiten des digitalen Marketingumfelds sowie deren Einfluss auf das Käuferverhalten. Sie können wesentliche Konzepte und Instrumente zur Analyse, wie z.B. Käufer-Personas und Customer Journeys erläutern und anwenden. Sie können die Rolle und Bedeutung wesentlicher Akteure des Online-Marktumfelds bestimmen. Sie sind in der Lage, digitale Marketingziele in das Unternehmens- und Marketingziele-system einzuordnen. Sie können digitale Marketingstrategien analysieren, bewerten und weiterentwickeln. Sie können wesentliche Instrumente des digitalen Marketings in den Marketing-Mix einordnen und erläutern sowie eine strategieadäquate Auswahl treffen. Dazu zählen z.B. die Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen, Suchmaschinenmarketing, Affiliate Marketing oder Online-Werbung. Sie können die Grundlagen des Social Media Marketings darstellen und erläutern. Sie kennen aktuelle Entwicklungen und wesentliche Formen sozialer Medien. Sie können aktuelle Herausforderungen sowie Vor- und Nachteile des Social Media Marketings einschätzen. Sie sind in der Lage, zentrale Instrumente des Social Media Marketings zu erläutern und eine fallbasierte Auswahl zu treffen. Sie können wesentliche Konzepte der Kundenbindung über Social Media beschreiben und analysieren. Weiterhin können sie die zentralen Instrumente erläutern und auf konkrete Fallstellungen anwenden. <u>Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit</u> <ul style="list-style-type: none"> Sie kennen die Grundlagen des Strategiebegriffs und können diesen in den Marketing- und Nachhaltigkeitskontext einordnen Sie kennen Instrumente und Modelle der strategischen Analyse sowie zur Nachhaltigkeit und können sie in die betriebliche Praxis transferieren. Auf der Basis der Ergebnisse der Analyse- und Prognosephase können sie strategische Marketingziele entwerfen und diese in das Zielsystem der Unternehmung einordnen. Sie können Nachhaltigkeitsziele im Zielsystem der Unternehmung ausarbeiten und verorten. Auf Unternehmens- und Geschäftsfeldebene kennen sie Strategiekonzepte und können diese im Hinblick auf Kunden, Wettbewerber, Stakeholder entwickeln und bewerten. Elemente der Nachhaltigkeit sowie die Stakeholderorientierung finden Berücksichtigung bei der Entwicklung von Marketingstrategien. <p>Auf der Basis der Business Model Canvas können Sie ein nachhaltiges Marketing- und Geschäftskonzept entwickeln.</p>							

3	Inhalte
	<p>Digitales und Social Media Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitales Marketingumfeld und Käuferverhalten • Konzeption des digitalen Marketings • Instrumente des digitalen Marketings • Social Media Marketing • Social Media Customer Relationship Management <p>Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und Definitionen zum Strategischen Marketing und Nachhaltigkeitsmarketing - Strategische Situationsanalyse und Prognose - Unternehmens-, Marketing-, Nachhaltigkeitsziele - Bildung strategischer Geschäftsfelder (SGF, SGE) und Marktabdeckungsstrategien - Strategientwicklung und Nachhaltigkeitsmanagement im Marketing - Sustainable Business Model Canvas
4	Teilnahmevoraussetzungen
	Grundlagenwissen im Marketing empfohlen.
5	Prüfungsgestaltung
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points
	Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B. Sc.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.) Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)
8	Modulbeauftragte/r
	Prof. Dr. Denise Demisch
9	Sonstige Informationen

Seminar Marketing								ModulID 5 MKT 41
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Kontaktzeit	Selbst- studium	Lehrformen (Lern- formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Seminar	2 SWS/30 h	120 h	Übung, Präsentation, Sem. Unterricht		15	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> - Sie sind in der Lage, Problemstellungen des Marketings eigenständig zu analysieren und zu beurteilen. - Sie können gelernte Kenntnisse aus dem Bereich des Marketings auf konkrete Praxisfälle übertragen. - Sie können geeignete Analysemethoden identifizieren, anwenden und bewerten. - Sie sind in der Lage, Lösungskonzepte in wissenschaftlicher Form aufzubereiten. - Sie können Ihre Lösungskonzepte als Vortrag aufbereiten. - Sie sind in der Lage, Materialien und Informationen über Themen aus der aktuellen Fachliteratur und aus der Praxis zu beschaffen und zu verstehen. - Sie können die recherchierten Informationen im Kontext der Veranstaltung einordnen und Kommiliton*innen präsentieren. 							
3	Inhalte Im Rahmen der Veranstaltung soll das wissenschaftliche Arbeiten erlernt und geübt werden. Hierbei können unter anderem die Durchführung von Literaturrecherchen und kleineren empirischen Untersuchungen sowie das Erarbeiten von Handlungsempfehlungen für Unternehmen Bestandteil der Veranstaltung sein. Konkrete Aufgabenstellungen ergeben sich beispielsweise aus folgenden Marketingbereichen: <ul style="list-style-type: none"> - Kaufverhalten von Konsumenten und Organisationen - Kundenorientierung, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung - Situationsanalytische Instrumente - Marketingkonzeptionen - Digitales Marketing - Ökologisches Marketing; Nachhaltigkeit - Konsumgüter-, Dienstleistungs-, Investitionsgüter-, Handelsmarketing - Marketing für Non-Profit-Organisationen - Produktpolitik; Marken-, Innovationsmanagement - Preismanagement - Omni-Channel-Management; E-Commerce; Online-Handel - Vertriebsmanagement - Kommunikationsmanagement; Digitale Kommunikation; Social Media Management 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Fundierte Kenntnisse des Marketings sowie das erfolgreiche Absolvieren von mindestens zwei Modulen der Vertiefungsrichtung Marketing werden ausdrücklich angeraten.							
5	Prüfungsgestaltung Hausarbeit, Referat; ggf. mündliche Prüfung siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.),							

8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Kerstin Stender-Monhemius
9	Sonstige Informationen

Personalwirtschaft 1								ModulID: 5 P/O 32
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Fallbei-spiele, Fallstudien, Übungsaufgaben, Gruppenarbeit		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:							
	<ul style="list-style-type: none"> • Sie können die verschiedenen Handlungsfelder der Personalwirtschaft im Kontext aktueller Entwicklungen und in ihren Wechselwirkungen untereinander und zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionen verstehen und darstellen. • Sie sind in der Lage, personalwirtschaftliche Aufgaben zu analysieren und problemgerechte Lösungsansätze sowie Instrumente auszuwählen. • Sie können geeignete Maßnahmen aus strategischer und operativer Sicht bewerten und diese teilweise weiterentwickeln. • Sie können das Erlernte auf konkrete Fallbeispiele aus der betrieblichen Praxis zielgerichtet anwenden und kritisch reflektieren. 							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Personalwirtschaft und Klärung grundlegender Begriffe • Aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen in der Arbeitswelt • Bedeutung und Funktionsfelder der Personalwirtschaft • Personalwirtschaftliche Ziele und Entscheidungen • Unternehmens- und Personalpolitik • Organisatorische Gestaltung und Einbindung der Personalfunktion in die Aufbauorganisation • Individuelle und kollektive Personalplanung aus operativer und strategischer Sicht • Personalmarketing und Employer Branding • Personalbeschaffung 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Volker Herzig							
9	Sonstige Informationen							
	-							

Arbeitsrecht								ModulID: 5 P/O 33
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Fallstudien		35	deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls erwerben die Studierenden über das für die Personalarbeit in einem Unternehmen Grundlagenwissen des deutschen Individualarbeitsrechts, einschließlich der damit korrelierenden Kenntnisse im kollektiven Arbeitsrecht und verfügen anschließend über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, den Bewerbungs- und Einstellungsprozess juristisch zu begleiten unter besonderer Beachtung der AGG-rechtlichen Anforderungen. Sie können wichtige Ansprüche von Arbeitnehmern und Arbeitgebern im Arbeitsverhältnis identifizieren, beurteilen und eigene Lösungen entwickeln. Sie können die Grundsätze der Arbeitnehmer- und Arbeitgeberhaftung im Arbeitsverhältnis erörtern. Sie vermögen arbeitsvertragliche Befristungsabreden auf ihre Wirksamkeit zu untersuchen und die Rechtsfolgen ihrer Ergebnisse zu begründen. Sie sind in der Lage, die Erfolgsaussichten einer ordentlichen/außerordentlichen Kündigung zu beurteilen und die bei einer Beendigung des Arbeitsverhältnisses juristisch relevanten Maßnahmen durchzuführen (z. B. Betriebsratsanhörung). 							
3	Inhalte - Grundlagen des Individualarbeitsrechts, z. B.: <ul style="list-style-type: none"> Anbahnung und Begründung des Arbeitsverhältnisses Rechte und Pflichten in und aus dem Arbeitsverhältnis Arbeitnehmer- und Arbeitgeberhaftung Beendigung des Arbeitsverhältnisses (Befristung, Kündigung, Aufhebungsvertrag) Arbeitsverhältnisse mit besonderen Personengruppen - Ausgewählte Aspekte des kollektiven Arbeitsrechts, z.B.: <ul style="list-style-type: none"> Aufgaben und Rechte des Betriebsrates bei Einstellung und Kündigung Bedeutung von Betriebsvereinbarungen und Tarifverträgen 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Empfohlen wird der erfolgreiche Abschluss des Moduls 5 RE 23 „Wirtschaftsprivatrecht“.							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Christiane Nitschke							
9	Sonstige Informationen -							

Personalwirtschaft 2								ModulID: 5 P/O 35
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Fallbeispiele, Fallstudien, Übungsaufgaben, Gruppenarbeit		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> • Sie können die verschiedenen Handlungsfelder der Personalwirtschaft im Kontext aktueller Entwicklungen und in ihren Wechselwirkungen untereinander und zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionen verstehen und darstellen. • Sie sind in der Lage, personalwirtschaftliche Aufgaben zu analysieren und problemgerechte Lösungsansätze sowie Instrumente auszuwählen. • Sie können geeignete Maßnahmen aus strategischer und operativer Sicht bewerten und diese teilweise weiterentwickeln. • Sie können das Erlernte auf konkrete Fallbeispiele aus der betrieblichen Praxis zielgerichtet anwenden und kritisch reflektieren. 							
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Personalauswahlverfahren unter Berücksichtigung der Beteiligungsrechte der Arbeitnehmervertretung und Einsatz IT-gestützter Bewerbungsmanagementsysteme • Einführung, Einarbeitung neuer Mitarbeiter und Wiedereingliederung bisheriger Mitarbeiter • Personaleinsatz • Personalcontrolling • Personalbeurteilung • Personalentwicklung • Personalbindung • Personalfreistellung 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse im Modul 5 P/O 32 „Personalwirtschaft 1“ werden empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Volker Herzig							
9	Sonstige Informationen -							

Seminar Personal								ModulID: 5 P/O 39
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Seminar	2 SWS/30 h	120 h	Vortrag, Fallbeispiele, Gruppenarbeit		15	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> • Sie können eine aktuelle Fragestellung des Personalmanagements (entsprechend dem Semesterthema – siehe Inhalte) und seine Bedeutung für Unternehmen erläutern. • Sie können die Auswirkungen dieser Fragestellung auf die verschiedenen Handlungsfelder des Personalmanagements in Unternehmen beschreiben. • Sie sind in der Lage, die aktuelle Problemstellung zu analysieren und notwendige strategische und operative Maßnahmen in Bezug auf Personal und Organisation abzuleiten. • Sie können das Erlernte auf konkrete Fallbeispiele aus der betrieblichen Praxis anwenden. • Sie sind in der Lage, aktuelle Fragestellungen des Personalmanagements verständlich, fundiert und reflektiert zu erläutern. 							
3	Inhalte Aktuelle Themen aus dem Personalmanagement-Bereich in Verbindung mit allgemeinen Megatrends (z.B. demografischer Wandel, Globalisierung, Digitalisierung) oder speziellen Forschungsthemen (z.B. Diversity Management, Migration und Arbeitsmarktintegration in Betrieben, Industrie 4.0 und ihre Auswirkungen auf die Arbeitswelt) - wechselnde Themen je nach Semester							
4	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse zum Personalmanagement, wie sie etwa in den Modulen 5 P/O 01 „Personalführung“ sowie 5 P/O 32 bzw. 5 P/O 35 „Personalwirtschaft 1 und 2“ vermittelt werden, sind empfehlenswert.							
5	Prüfungsgestaltung Hausarbeit und Referat							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Swetlana Franken							
9	Sonstige Informationen -							

Grundlagen der Logistik								ModulID 5 P/L 38
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Übung, Gruppenarbeit, Fallstudien		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie sind fähig, die logistischen Abläufe innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu verstehen und die Bedeutung der Logistik als Querschnittsaufgabe darzustellen. • Sie können die grundlegenden Begriffe und Konzepte der Logistik und des Supply Chain Management erläutern und gegeneinander abgrenzen. • Sie können die im Rahmen der Vorlesung besprochenen Konzepte und Methoden anwenden und auf betriebliche Anwendungsfälle übertragen. • Sie können wesentliche Konzepte der Logistik im Bereich Beschaffung, Produktion, Distribution und Entsorgung gegenüberstellen und beurteilen, welche Ansätze und Instrumente situationsbezogen am besten geeignet sind. • Sie können problem- bzw. anwendungsbezogen anhand der Auswahl geeigneter Methoden und Konzepten eigene Lösungsvorschläge entwickeln. 							
3	Inhalte							
	<p>Angesichts der globalen Vernetzung von Unternehmen und Märkten kommt der Gestaltung und Koordination von raum-zeitlichen Transformationsprozessen eine immer größere Rolle zu. Die Logistik wird heute als eine Querschnittsfunktion gesehen, die in sämtlichen Phasen des güterwirtschaftlichen Transformationsprozesses benötigt wird. Die Aufgabe der Logistik ist die Koordination der mit dem Leistungsaustausch verbundenen Material- und Informationsflüsse, die zur Verknüpfung von unternehmensinternen und –externen Wertschöpfungsstufen dienen.</p> <p>Ausgehend von den Zielen und Aufgaben der Logistik werden zum einen entsprechend der Wertschöpfungskette die Bereiche Beschaffungslogistik, Produktionslogistik, Distributionslogistik und Entsorgungslogistik behandelt. Zum anderen erfolgt eine integrierte Betrachtung der unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsaktivitäten im Rahmen des Supply Chain Management. Dabei werden die grundlegenden Zusammenhänge dargestellt sowie anwendungsbezogen ausgewählte konzeptionelle und quantitative Modelle als Lösungsverfahren für die strategischen und operativen Logistikaufgaben eingesetzt. Anhand von Übungsaufgaben werden die Vorlesungsinhalte vertieft und diskutiert.</p>							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Grundlagenkenntnisse aus dem Bereich Produktion und Logistik werden empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Gerald Oeser							

9	Sonstige Informationen Literaturhinweise und Lernmaterialien werden während der Veranstaltung zur Verfügung gestellt.
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Logistiksysteme								ModulID 5 P/L 31
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Projektarbeit		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Grundlagen von Logistiksystemen zu beschreiben und anzuwenden. Die Studierenden können die erlernten Grundlagen an praktischen Beispielen überprüfen und in praxisorientierten Projekten in Unternehmen (z.B. bei Miele, Gestamp) umsetzen. Sie können erarbeitete Lösungen anschließend u. a. vor der Geschäftsleitung begründen und verteidigen. Die Studierenden verfügen über ein fundiertes Verständnis über logistische Zusammenhänge, welches durch die Werksbesichtigungen erhöht wird. Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, logistische Prozesse zu bewerten.							
3	Inhalte In der Veranstaltung werden die Aufgaben und Funktionen von Logistiksystemen dargestellt. Neben dem seminaristischen Unterricht werden konkrete Projekte in Unternehmen durchgeführt. Die Schwerpunktsetzung des Unterrichts richtet sich nach der jeweiligen Projektlage. Nach der Projektbearbeitung müssen die Ergebnisse präsentiert werden. Inhalte sind u.a.: - Grundlagen der Logistiksysteme - Transportsysteme - Lagersysteme - Kommissioniersysteme - Verpackungssysteme - Informationssysteme - Einsatz von Logistiksystemen							
4	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagenkenntnisse aus dem Bereich Produktion und Logistik werden empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung Projektarbeit oder mündliche Prüfung oder Hausarbeit							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte BWL (B.A.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Thomas Plümer							
9	Sonstige Informationen Die Projektarbeiten und die Präsentationen finden in der Regel in Gruppenarbeiten statt. Zusätzlich findet ein reger Informationsaustausch in Fachgesprächen mit den Mitarbeitern des jeweiligen Unternehmens statt.							

Produktionsplanung								ModulID 5 P/L 34
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Fallstudien		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> Sie können die grundlegenden Konzepte und Methoden zu den unter „Inhalte“ genannten Punkten benennen und skizzieren. Sie können die genannten Konzepte und Methoden erläutern und anwenden. Sie können bzgl. ausgewählter Konzepte und Methoden deren Anwendbarkeit beurteilen und entsprechend argumentieren. 							
3	Inhalte Grundlagen, z.B. <ul style="list-style-type: none"> Fertigungsprinzipien und Fertigungsarten Produktionssysteme und Fertigungsautomatisierung CAX Konzepte Ablauf der Auftragsabwicklung Konzepte der Produktionsplanung, z.B. <ul style="list-style-type: none"> Produktionsprogrammplanung Verbrauchsorientierte Beschaffung Kostenoptimale Bestellmenge Termin- und Kapazitätsplanung Produktionssteuerung 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagenkenntnisse aus dem Bereich Produktion und Logistik werden empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Egbert Steinfatt							
9	Sonstige Informationen -							

Seminar Produktion und Logistik								ModulID 5 P/L 39
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Seminar	2 SWS/30 h	120 h	Vortrag, Gruppenar-beit, Projektarbeit, Plan-spiel, Fallstu-dien		15	deutsch, englisch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können Problemstellungen aus dem Bereich Produktion und Logistik eigenständig analysieren und beurteilen. • Dazu sind sie in der Lage, geeignete Methoden und Hilfsmittel zu identifizieren und anzuwenden. • Weiterhin können die Studierenden für die genannten Problemstellungen sachgerechte Lösungen erarbeiten, vergleichen und nach betriebswirtschaftlichen Kriterien Auswahlentscheidungen treffen. • Zusätzlich sind die Studierenden in der Lage, ihre eigenständig entwickelten Lösungskonzepte didaktisch aufzubereiten, zu begründen und zu präsentieren. 							
3	Inhalte							
	<p>Wechselnde Aufgabenstellungen aus dem Gebiet von Produktion und Logistik, je nach Semester. Beispiele für eine solche Aufgabenstellung könnten u.a. sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fabrikplanung und Materialflussgestaltung • Einsatz von Simulationen im Materialfluss • Aktuelle Bereitstellungskonzepte • Lieferantenstrukturpolitik • Prozessoptimierung von Geschäftsprozessen im Produktionsumfeld • Produktionssteuerung in der betrieblichen Praxis • Workflow Management • Qualitätsmanagementsysteme • Key Performance Indicators (KPI) im Logistikbereich 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Grundlagenkenntnisse aus dem Bereich Produktion und Logistik werden empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung							
	Kombination aus Hausarbeit und Referat oder Projektarbeit							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.) Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Thomas Plümer							
9	Sonstige Informationen							
	-							

Grundlagen der Besteuerungsverfahren und sonstiger Unternehmenssteuern								ModulID 5 StU 47
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Gruppenar-beit, Fallbearbeitung		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:							
	<ul style="list-style-type: none"> - Sie können die verfahrensrechtlichen Besonderheiten der Steuererhebung erläutern. - Sie können den Inhalt der Regelungen zu außergerichtlichen Rechtsbehelfsverfahren erläutern. - Sie können ihr Wissen bei steuerlichen Fallgestaltungen anwenden, indem sie Probleme erkennen und den entsprechenden Sachverhalten die zutreffenden Rechtsfolgen zuordnen können. - Fakultativ: Sie können Tatbestände umsatzsteuerlich werten und beurteilen. - Sie können die Systematik der Umsatzsteuerbesteuerung darstellen und sachbezogen einfachere Sachverhalte umsatzsteuerlich werten. - Fakultativ: Sie können EDV-gestützt Sachverhalte bearbeiten und verfahrensrechtliche Abwicklungen durch Einsatz der DATEV u. ä. Anbieter umsetzen. 							
3	Inhalte u.a.							
	<ul style="list-style-type: none"> - Steuerverfahrensrecht und Festsetzungsverfahren - Korrektur von Verwaltungsakten - Außergerichtliches Rechtsbehelfsverfahren - Rechtliches Gehör, Verböserungsverbot - Aussetzung, Ruhen des Verfahrens - Erörterung des Sach- und Rechtsstands - Gerichtliches Rechtsbehelfsverfahren - Grundlagen der Außenprüfung - Steuerstraf- und Steuerordnungswidrigkeiten - Fakultativ: Grundlagen der Umsatzbesteuerung - Systematik der sonstigen Unternehmenssteuern - Beurteilung von Umsätzen, deren Steuerbarkeit und Steuerpflicht - Kenntnis der Grundlagen des Vorsteuerabzugs 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Grundlagenwissen der Besteuerung von Unternehmen, welches im Modul 5 StU 21 „Steuerlehre“ vermittelt wird, wird empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Eginhard Werner							
9	Sonstige Informationen							

Grundlagen nationaler und internationaler Steuerlehre								ModulID 5 StU 48
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Gruppenar-beit, Fallbearbeitung		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> - Sie können die Vorgehensweise bezüglich der Ermittlung der Steuerbelastung von Ein-kommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer erörtern. - Sie können die mit verschiedenen Rechtsformen verbundenen steuerlichen Rechtsfolgen erläutern. - Sie können ihr Wissen bei steuerlichen Fallgestaltungen anwenden, indem sie Probleme erkennen und den entsprechenden Sachverhalten die zutreffenden Rechtsfolgen zuord-nen können. - Sie können steuerliche Regelungen bewerten. 							
3	Inhalte u.a. <ul style="list-style-type: none"> - Ertragsteuern der Unternehmen: Einkommensteuer mit Ertragsteuerbilanz, Körper-schaftsteuer, Gewerbesteuer - Besteuerung nationaler Unternehmen bezüglich unterschiedlicher Rechtsformen - Steuerliche Gestaltungen (z.B. Organschaft, Übertragung von Unternehmensvermö- gen, Umstrukturierungen) - Grundlagen der internationalen Unternehmensbesteuerung, wie Doppel- und Minderbe-steuerung, unilaterale Maßnahmen gegen Doppel- und Minderbesteuerung, Doppelbe-steuerungsabkommen und Europarecht - Besteuerung ausländischer Investoren in Deutschland (Inbound Investments) - Besteuerung der Auslandstätigkeit von inländischen Investoren (Outbound Invest- ments) - Internationale Erfolgsabgrenzung (z.B. Verrechnungspreise, Ermittlung des Betriebs-stättenerfolgs) 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagenwissen der Besteuerung von Unternehmen, welches beispielsweise im Modul 5 StU 21 „Steuerlehre“ vermittelt wird, wird empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Cornelia Kraft							
9	Sonstige Informationen Gastvorträge zu aktuellen Fragestellungen							

Grundlagen der Prüfungstheorie und der angewandten Unternehmensprüfung								ModulID 5 StU 49
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Gruppenar-beit, Fallbearbeitung		35	deutsch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie sind in der Lage, die regulatorischen Rahmenbedingungen und die wesentlichen Akteure der Jahresabschlusserstellung und -prüfung sowie deren Zusammenspiel zu erläutern. - Sie können die beruflichen Entwicklungsschritte bis zum Wirtschaftsprüfer darstellen. - Sie können die Tätigkeiten und Einsatzgebiete eines Wirtschaftsprüfers erläutern. - Sie sind fähig, die Notwendigkeit einer Prüfung von Jahresabschlüssen zur Förderung der Gesamtwohlfahrt zu beschreiben. - Sie können die beruflichen Grundsätze der Abschlussprüfung darlegen und deren Einhaltung fallbezogen würdigen. - Sie können grundlegende Begriffe der Prüfungstheorie erläutern und qualitative Größen der Prüfungstheorie berechnen. - Sie sind fähig, die theoretische Vorgehensweise bezüglich der Durchführung einer Unternehmensprüfung zu beschreiben. - Sie können selbstständig praktische Problemstellungen einzelner Prüfungsbereiche des grundsätzlichen handelsrechtlichen Abschlusses erkennen und selbstständig durch Anwendung ihrer Kenntnisse lösen. 							
3	Inhalte u.a.							
	<ul style="list-style-type: none"> - Institutionen im Rahmen der Rechnungslegung und Prüfung - Ausbildung zum Wirtschaftsprüfer und Aufgabenbereiche (Jahresabschlussprüfung, Prüfung des Konzernabschlusses, Sonderprüfungen) - Ziele und Zwecke der Abschlussprüfung - Ablauf des Prüfungsprozesses (z.B. Bestellung, Prüfungsplanung/Risikoeinschätzung, System-/Einzelfallprüfung, Dokumentation/Berichterstattung) - Bestandteile des Jahresabschlusses (Bilanz, GuV, Anhang sowie der Lagebericht) - Bilanzierung und Prüfung der Aktiva (Kasse/Bank, Sachanlagevermögen, Vorratsvermögen, Forderungen) - Bilanzierung und Prüfung der Passiva: u.a. Verbindlichkeiten, Eigenkapital, einzelne Rückstellungen - Grundlagen der Konzernrechnungslegung und -prüfung - Grundlagen der Unternehmensbewertung 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							

8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Andreas Stute
9	Sonstige Informationen - ggf. Gastvorträge zu aktuellen Fragestellungen

Seminar Steuerlehre und Unternehmensprüfung								ModulID 5 StU 50
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Seminar		2 SWS/30 h	120 h	Vortrag, Gruppenar-beit, Fallbearbeitung		15	deutsch
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie können eigenständig umfassende und für die Studierenden grundsätzlich neue steuerliche oder rechnungslegungs- bzw. prüfungsbezogene Fragestellungen analysieren und strukturiert sowie wissenschaftlich lösen. - Sie können problemrelevante Literatur finden, auswerten und im Hinblick auf die Problemstellung würdigen. - Sie können erarbeitetes Wissen nach wissenschaftlichen Methoden in Form einer schriftlichen Hausarbeit darstellen. - Sie können ihre Ergebnisse verbal und unter EDV-Unterstützung präsentieren und vertreten (teils in Gruppen). 							
3	Inhalte							
	<p>Die Inhalte des Seminars richten sich grds. nach den in der jeweiligen Disziplin (Steuerrecht, Rechnungslegung, Unternehmensprüfung) aktuell diskutierten Fragestellungen. Beispielsweise können folgende Themen behandelt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Steuerbilanzpolitik, z.B. Ziele, Instrumente, Wirkungsanalyse - Unternehmensumstrukturierungen - Steuerliche Optimierung der Unternehmensgründung, z.B. Rechtsformwahl - Steuerliche Gestaltungen bei Personengesellschaften, z.B. neue Gesellschafter, Auflösung/Realteilung, Unternehmensnachfolge - Steueroptimale Unternehmensfinanzierung - Vergleiche einzelner Sachverhalte hinsichtlich ihrer handelsrechtlichen, steuerrechtlichen Würdigung bzw. der Würdigung nach internationaler Rechnungslegung IFRS - Prüfungstheoretische Fragestellungen zum Prüfungsprozess wie z.B. die Prüfung des internen Kontrollsystems oder des Risikofrüherkennungssystems - Konzernrechnungslegung und –prüfung - Unternehmensbewertung - Sonderprüfungen: Gründungsprüfungen, Prüfung der Abwicklung/Liquidation, einzelne Fragestellungen aus dem Bereich der Rechnungslegung und Prüfung nach Handelsrecht/Steuerrecht/IFRS 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Keine. Es wird empfohlen, das Seminar als letztes der Wahlpflichtmodule für die große Vertiefung zu belegen.							

5	Prüfungsgestaltung Hausarbeit und Referat
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Andreas Stute
9	Sonstige Informationen - ggf. Gastvorträge zu aktuellen Fragestellungen

International Management Accounting								ModulID 5 IBM 01
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag		35	englisch
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:							
	<ul style="list-style-type: none"> • Sie können die Grundlagen des internationalen Managements und wichtiger institutioneller Rahmenbedingungen internationaler Geschäftstätigkeit darstellen. • Sie sind in der Lage, Internationalisierungsstrategien und Organisationsformen internationaler Unternehmen zu erläutern. • Sie können Konzepte und Aufgaben des Controllings sowie das Rollenbild des Controllers in verschiedenen Ländern beschreiben. • Sie sind fähig, Einflussfaktoren auf die Entwicklung und Implementierung des Controllings, Divergenz- sowie Konvergenzprozesse und ihre Wirkung im Kontext des Controllings zu erörtern. • Sie können den Einfluss der Landeskultur auf das Controlling auf Basis gängiger Theorien interpretieren. • Sie können verschiedene quantitative und qualitative Instrumente des Controllings auf den Kontext internationaler Geschäftstätigkeit anwenden. • Sie können konkrete Probleme in internationalen Unternehmen identifizieren, thematisch einordnen und mit Hilfe geeigneter Controllinginstrumente analysieren und bearbeiten. • Sie können die Schnittstellenfunktion des Controllings und die Zusammenarbeit zwischen Controlling und anderen Unternehmensbereichen im Kontext internationaler Geschäftstätigkeit verstehen und erläutern. • Sie sind in der Lage, Materialien und Informationen aus der aktuellen Fachliteratur zu beschaffen, zu analysieren und kritisch zu interpretieren. 							

3	Inhalte Grundlagen der internationalen Geschäftstätigkeit - Internationalisierungsstrategien - Internationale Organisationsstrukturen - International Vergleichendes Controlling - Rolle des Controllers und Aufgaben des Controllings in verschiedenen Ländern - Kulturelle Einflüsse auf das Controlling - Anwendung verschiedener strategischer Controllinginstrumente auf den internationalen Kontext - Controlling von Wechselkursrisiken - Ausgewählte Probleme des Controllings in Hochinflationländern - Ausgewählte Aspekte des Controllings in verschiedenen Funktionsbereichen - Ausgewählte Aspekte internationaler Transferpreise - Internationales Informationsmanagement
4	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagenkenntnisse der Kosten- und Leistungsrechnung, wie sie im Modul 5 CFR 22 „Internes Rechnungswesen“ vermittelt werden, werden empfohlen.
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder Hausarbeit oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Michael Brandau
9	Sonstige Informationen Das Modul kann zur Erlangung des Zertifikats „International Business Manager“ verwendet werden.

International Marketing								ModulID 5 IBM 02
Nr.	Workload	Credit Points	Studiensemester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen (Lernformen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag		35	englisch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen At the end of module the students are able to differentiate between the different aspects of the international marketing. They are capable to apply the 4 P's in the international environment and to analyze and evaluate the different needs of the markets to achieve the marketing goals. Finally they are able to create marketing strategies for internationally operating companies.							

3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • International Marketing as a coordinative task • Forms of market internationalization (market selection and evaluation) • Market entry strategies (waterfall and shower strategy) • Specialties of the int. marketing mix (4 P's) • Degree of standardization and differentiation in marketing • Coordination cultural distances of the markets • The use of customer satisfaction analysis as the basic for a strategy building process • The use of CRM in international marketing in regard to the coordination process
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Gisbert Lensing
9	Sonstige Informationen Das Modul kann zur Erlangung des Zertifikats „International Business Manager“ verwendet werden.

International Human Resource Management								ModulID 5 IBM 03
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Fallbeispiele, Übungsaufgaben, Gruppenarbeit		35	englisch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> • Sie können die Besonderheiten des Internationalen Human Resource Managements (IHRM) in Abgrenzung zum rein national ausgerichteten Human Resource Management (HRM) erläutern. • Sie sind in der Lage, die zentralen Fragestellungen des HRM in einem internationalen Kontext darzustellen. • Sie können die Auswirkungen der Internationalität von Betrieben und Unternehmen auf die verschiedenen Handlungsfelder des HRM verstehen und beschreiben. • Sie sind in der Lage, grundlegende Problemstellungen des IHRM zu analysieren und zielorientierte strategische und operative Maßnahmen abzuleiten. • Sie können das Erlernete auf konkrete Fallbeispiele aus der betrieblichen Praxis anwenden. 							

3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Grundlagen des IHRM • Internationale Personalauswahl und -rekrutierung • Grenzüberschreitender Personaleinsatz • Personalentwicklung und Leistungsbewertung in internationalen Unternehmen • Interkulturelle Kompetenzentwicklung • Internationale Entgeltfindung • Organisation internationaler Zusammenarbeit
4	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagenwissen zum Personalmanagement und zur Betriebsorganisation, wie es beispielsweise in dem Modul „Grundlagen der BWL“ (5 MG 02) vermittelt wird, wird empfohlen. Weiterführende Kenntnisse zum Personalmanagement, wie sie etwa in den Modulen 5 P/O 01 „Personalführung“ sowie 5 P/O 32 bzw. 5 P/O 35 „Personalwirtschaft 1 und 2“ vermittelt werden, sind ebenfalls empfehlenswert.
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Natalie Bartholomäus
9	Sonstige Informationen Das Modul kann zur Erlangung des Zertifikats „International Business Manager“ verwendet werden.

International Logistics								ModulID 5 IBM 04
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-se-mester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbst-stu-dium	Lehrformen (Lernformen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Planspiel Projektarbeit Gruppenarbeit		35	englisch
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	<p>Bei erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge von Produktions- und Logistiknetzwerken im globalen Umfeld darzustellen, • Fragestellungen aus dem Bereich des Produktions- und Logistikmanagements selbständig unter realitätsnahen Bedingungen (Zeitdruck, Unsicherheit und wechselnden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen) zu bearbeiten, • aufgrund von Unternehmens- und Umweltanalysen Handlungsalternativen unter Berücksichtigung der Interdependenzen zwischen den Funktions- und Gestaltungsbereichen eines international agierenden Unternehmens herauszuarbeiten, zu beurteilen und zu präsentieren, • die in Produktion, Logistik und allgemeiner Betriebswirtschaft üblichen Methoden und Arbeitstechniken gezielt auszuwählen und fallbezogen einzusetzen, • strategische Ziele zu formulieren und diese im Rahmen wiederholter operativer Entscheidungen zu berücksichtigen bzw. zu korrigieren, • Wechselwirkungen zwischen unternehmensinternen und unternehmensexternen Einflüssen zu erkennen und im Planungs- und Entscheidungsprozess zu berücksichtigen, • sich in einem Team unter Berücksichtigung des Projektmanagements zu organisieren sowie Planungs- und Entscheidungsergebnisse zu protokollieren, • fachgerecht Projektergebnisse gegenüber anderen Teammitgliedern und Außenstehenden zu präsentieren und zu verteidigen. 							
3	Inhalte							
	<p>Operative Planungen, Entscheidungen & Kontrolle in Beschaffung, Produktion und Distribution:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rohstoffbeschaffung (Lieferant, Menge, JIT Just in Time, Lager, Eingangskontrolle) • Transport (Lager, Großhändler, Endkunden) • Personalentscheidungen (Einstellungen, Entlassungen, Training) • Preise (Großkunden, Endkundendifferenzierung) • Spediteur vs. Transportunternehmen (Angebotsvergleich, Lieferprioritäten) • Vertrieb (Preis, Kundenservice) <p>Strategische Planungen, Entscheidungen & Kontrolle in Beschaffung, Produktion und Distribution:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundsätzliche Ausrichtung (MoB Make or buy, E-Commerce, interne Prozessoptimierungen, Lieferanten, Bestellmengen, Lieferzyklus) • Einrichtung von Regionallagern (Aufbau, Kauf, Kooperation) • Strategische Allianz (Kooperation mit Lieferanten von Handelswaren) • Logistikdienstleister (kurzfristige oder langfristige Bindung) 							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Grundlagenkenntnisse aus dem Bereich Produktion und Logistik werden empfohlen.							

5	Prüfungsgestaltung Kombinationsprüfung aus Projektarbeit und Referat und Präsentation im Falle eines Planspiels oder Klausur im Falle einer Vorlesung oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Gerald Oeser
9	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen werden während der Veranstaltung zur Verfügung gestellt. Das Modul kann zur Erlangung des Zertifikats „International Business Manager“ verwendet werden.

International Taxation								ModulID 5 IBM 05
Nr.	Workload	Credit Points	Studiensemester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen (Lernformen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90h	Vortrag, Gruppenarbeit, Fallbearbeitung		35	englisch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:							
	<ul style="list-style-type: none"> - Sie können grundlegende Begriffe im Zusammenhang mit der Besteuerung von natürlichen Personen, Kapitalgesellschaften und Personengesellschaften erläutern. - Sie sind in der Lage, die Vorgehensweise bezüglich der Ermittlung der Steuerbelastung von Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer zu beschreiben. - Sie können die mit verschiedenen Rechtsformen verbundenen steuerlichen Rechtsfolgen erläutern. - Sie können ihr Wissen bei steuerlichen Fallgestaltungen anwenden, indem sie Probleme erkennen und den entsprechenden Sachverhalten die zutreffenden Rechtsfolgen zuordnen können. - Sie können die Problematik der Doppelbesteuerung und Maßnahmen in Bezug auf deren Abmilderung erläutern. - Sie können steuerliche Regelungen bewerten. 							

3	Inhalte u.a. <ul style="list-style-type: none"> - Ertragsteuern der Unternehmen: Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer - Besteuerung nationaler Unternehmen bezüglich unterschiedlicher Rechtsformen - Steuerliche Gestaltungen (z.B. Organschaft, Übertragung von Unternehmensvermögen, Umstrukturierungen) - Grundlagen der internationalen Unternehmensbesteuerung, wie Doppel- und Minderbesteuerung, unilaterale Maßnahmen gegen Doppel- und Minderbesteuerung, Doppelbesteuerungsabkommen und Europarecht - Besteuerung ausländischer Investoren in Deutschland (Inbound Investments) - Besteuerung der Auslandstätigkeit von inländischen Investoren (Outbound Investments) - Internationale Erfolgsabgrenzung (z.B. Verrechnungspreise, Ermittlung des Betriebsstättenerfolgs)
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Manuel Teschke
9	Sonstige Informationen Gastvorträge zu aktuellen Fragestellungen. Das Modul kann zur Erlangung des Zertifikats „International Business Manager“ verwendet werden.

Französisch für Anfänger								ModulID 5 SP 38
Nr.	Workload	Credit Points	Studiensemester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen (Lernformen)		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Sem. Unterricht		4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Gruppenarbeit, Rollenspiele		35	deutsch, franz.
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	Mit erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Kursteilnehmer in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • mündlich und schriftlich vielfältige Alltagssituationen in einem französischsprachigen Land zu bewältigen, • Kulturelle Besonderheiten wahrzunehmen und einzuschätzen. 							

3	Inhalte Erarbeitung von Alltagssituationen wie: <ul style="list-style-type: none"> • Sich begrüßen, vorstellen, verabschieden • Den Heimatort vorzustellen, nach dem Weg zu fragen, Verkehrsmittel zu benutzen • In einem Restaurant bestellen, Essgewohnheiten zu beschreiben • Öffnungszeiten zu verstehen, mit Uhrzeiten und anderen Zeitangaben umgehen können • Kleidungsstücke benennen, beschreiben und vergleichen • Alltagsroutinen zu beschreiben • Über die eigene Familie zu sprechen • Sich verabreden, Einladungen annehmen und höflich ablehnen • Über Vergangenes sprechen, Reiseerlebnisse schildern
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsrecht (LL.B.)
8	Modulbeauftragte/r Alain Houdus
9	Sonstige Informationen -

Spanisch für Anfänger								ModulID 5 SP 39
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahl- pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst- studium	Lehrformen (Lernfor- men)		gepl. Grup- pengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	Vortrag, Gruppenarbeit, Rollen- spiele		35	deutsch, spanisch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Kursteilnehmer in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • mündlich und schriftlich vielfältige Alltagssituationen in einem spanischsprachigen Land zu bewältigen, • kulturelle Besonderheiten wahrzunehmen und einzuschätzen, • sich bis dato nicht bekannte grammatische Phänomene selbst zu erklären. 							
3	Inhalte Erarbeitung von Alltagssituationen wie: <ul style="list-style-type: none"> • Sich begrüßen, vorstellen, verabschieden • Den Heimatort vorzustellen, nach dem Weg zu fragen, Verkehrsmittel zu benutzen • In einem Restaurant bestellen, Essgewohnheiten zu beschreiben • Öffnungszeiten zu verstehen, mit Uhrzeiten und anderen Zeitangaben umgehen können • Kleidungsstücke benennen, beschreiben und vergleichen • Alltagsroutinen zu beschreiben • Über die eigene Familie zu sprechen • Sich verabreden, Einladungen annehmen und höflich ablehnen • Über Vergangenes sprechen, Reiseerlebnisse schildern 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsrecht (LL.B.)							
8	Modulbeauftragte/r Kerstin Sommer							
9	Sonstige Informationen -							

Presentations and Meetings								ModulID 5 SP 40
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	4 SWS/60 h	90 h	input/interaction and seminar with lecturer teamwork, role plays, presentations		35	englisch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen After completing the module, students will have acquired: <ul style="list-style-type: none"> • Presentations: Students know and are able to apply various presentation techniques, get acquainted with different presentation tools, acquire basic rhetorical skills and knowledge, become aware of cultural aspects of body language and are able to implement and actively use their knowledge in presentations for international audiences. • Meetings: Students will become familiar with different aspects of teamwork with special focus on international teams, gain cultural awareness, learn about negotiation concepts and experience negotiation situations in various economic settings and can describe and apply these skills. They can chair and run international teams and meetings effectively. 							
3	Inhalte presentations: <ul style="list-style-type: none"> • basic communication models • cultural awareness • body language • rhetoric • dos and don'ts • practice and feedback meetings: <ul style="list-style-type: none"> • theoretical concepts of international terms • Harvard Negotiating Concept • negotiations • practice and feedback 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Englisch Niveau B2 empfohlen							
5	Prüfungsgestaltung Kombinationsprüfung aus Projektarbeit und Präsentation und mündliche Prüfung							
6	VoraussetzungfürdieVergabevonCredit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	VerwendungdesModuls (infolgendenStudiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsrecht (LL.B.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r Kerstin Jerominek							
9	SonstigeInformationen -							

Cross Culture								Module ID 5 MG 04
No.	Workload	Credit points	Study semester	Frequency	Sem.	Duration	Type	Q-level
	150 h	6	4.o.5.	Bi-Annual	Sommer/Winter	1 sem.	elective module	B.A.
1	Course type		Contact hours	Self-study	Forms of teaching (learning methods)		Planned group size	Language
	seminar lecture		4 SWS	90 h	Lecture, case studies, exercises		35	English
2	Learning outcomes/competences							
	<p>On successful completion of the module, students have the following knowledge and skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> • They are able to explain the basic terms and objectives of cross culture models • They are able to define central aspects of international negotiations • They are able to explain the requirements of organizational culture • They are able to analyse different cultures with the objective to behave in this culture properly • They are able to apply what they have learned to specific practical examples. 							
3	Contents							
	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to the professional field including several definitions of cross culture • Overview of the most known cross culture models, like Kluckhohn and Strodtbeck, Geert Hofstede, Edgar Schein, Fons Trompenaars, Richard D. Lewis, Shalom Schwartz, David Livermore • Stereotypes in cross culture like Deal-Focus vs. Relationship-Focus, Informal vs. Formal, Rigid-Time vs. Fluid-Time, Expressive vs. Reserved cultures • Organizational Culture • Key elements of nonverbal international negotiating behavior • Key elements of verbal international negotiating behavior • Intercultural negotiation behavior • Internet, digitalisation and culture • Influence and cultural effects of Globalisation • The movement of Labour and the trend to Mega Cities • How does cultural aspects influence the marketing? 							
4	Participation requirements							
	Fluent in English							

5	Form of assessment Written examination, presentation or oral examination
6	Condition for the award of credit points Completion of the module
7	Application of the module (in the following study programmes): Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Module coordinator Prof. Dr. Gisbert Göring-Lensing-Hebben

Corporate Entrepreneurship								Modul ID 5 MG 32
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150 h	6	4.o.5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Seminar	2 SWS/30 h	120 h	Vortrag, Gruppenar-beit, Projektarbeit		15	deutsch/ englisch	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie sind in der Lage, die Lean Startup Methode zu erläutern. • Sie können die Lean Startup Methode anwenden, um ein neues Geschäftsfeld zu erschließen. • Sie können einschätzen, was es bedeutet, ein Unternehmen zu gründen oder in einem bestehenden Unternehmen eigene Projekt anzustoßen. • Sie sind in der Lage reale Unternehmensprozesse zu beschreiben, im Team Lösungsansätze zu Fragestellungen zu entwickeln, eigenen Ideen einzubringen und Lösungen vor Unternehmensvertretern und -vertreterinnen zu präsentieren. 							
3	Inhalte							
	<p>Wie können bestehende Unternehmen unternehmerisch handeln? Wie kann es ihnen gelingen, neue Wachstumsfelder zu besetzen? Wie können Erfolgskonzepte von Start-up-Unternehmen in großen Unternehmen angewendet werden?</p> <p>In dem Modul „Corporate Entrepreneurship“ erfahren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Zusammenarbeit mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus bestehenden Unternehmen Antworten auf diese Fragen, in dem sie eine eigene Projektidee im Kontext eines Unternehmens erarbeiten.</p> <p>Zunächst wird die jeweilige Branche der kooperierenden Unternehmen vorgestellt und in die Methode des Lean Startups eingeführt. Im Anschluss daran erarbeiten die Teams eine Projektidee und die entsprechende Lösung, um diese am Ende zu präsentieren.</p>							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							
5	Prüfungsgestaltung							
	Projektarbeit oder Hausarbeit							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Prof. Dr. Tim Kampe							
9	Sonstige Informationen							
	-							

Business Plan								ModulID 5 MG 33
Nr.	Work-load	Credit Points	Studiensemester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150h	6	4. o. 5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahlpflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen		Gepl. Gruppengr.	Sprache
	Seminar		2 SWS/30h	120h	Vortrag, Gruppenarbeit, Projektarbeit		15	deutsch/englisch
2	Lernergebnisse/Kompetenzen							
	<p>Übergeordnetes Ziel ist die Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten in Bezug auf das Erkennen von Geschäftsmöglichkeiten sowie die selbstständige Entwicklung und Umsetzung eigener Geschäftsideen.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> relevante Inhalte und Methoden eines Business Plans verstehen und anwenden, Chancen, Risiken, Marktpotential und Wettbewerbssituationen analysieren, neue Geschäftsmodelle, Marken und Markteintrittsstrategien erschaffen, mit Unsicherheit und Informationsüberfluss umgehen und unternehmerische Entscheidungen evaluieren, sowie unternehmerische Konzepte im Rahmen von Gruppenaufgaben gemeinsam erarbeiten und adäquat präsentieren. 							
3	Inhalte							
	<p>Die Projektarbeit entspricht der Anfertigung eines Business Plans zu einer fiktiven oder realen Gründungsidee. Das Vorgehen umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identifikation einer Geschäftsidee Erarbeitung eines Geschäftsmodells Anwendung Design Thinking & ggf. Prototyping Erstellung des Business Plans anhand der Anforderungen des EXIST Gründerstipendiums (inkl. Analyse der Wettbewerbssituation und Finanzplanung) <p>Das Modul wird eingeleitet durch eine Blockveranstaltung, die die theoretischen Grundlagen vermittelt. Die Prüfungsleistung besteht aus einem Business Plan und einer oder mehrerer Präsentationen (mündlicher Vorstellungen), in denen die Gründungsidee und der finale Business Plan vorzustellen sind.</p> <p>Der Business Plan orientiert sich an den Anforderungen des EXIST Gründerstipendiums. Die fiktiven oder realen Business Ideen werden während des Semesters in Kleingruppen (2-4 Personen) erarbeitet und präsentiert.</p>							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	keine							

5	Prüfungsgestaltung Projektarbeit
6	Voraussetzungen für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Tim Kampe
9	Sonstige Informationen -

Entrepreneurship								ModulID 5 MG 34
Nr.	Work-load	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	150h	6	4. o. 5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahl-pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart		Kontaktzeit	Selbststudium	Lehrformen		Gepl. Gruppengr.	Sprache
	Seminaristischer Unterricht		4 SWS/60h	90h	Vortrag, Fallbeispiele, Gruppenarbeit		35	deutsch/englisch
2	Lernergebnisse/Kompetenzen Übergeordnetes Ziel ist die Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten in Bezug auf die Tätigkeit als Unternehmensgründer*in. Die Unternehmensgründung wird in diesem Grundlagenkurs als attraktive Berufswahl positioniert und fördert die Sensibilisierung für das Themengebiet. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • unternehmerische Zusammenhänge verstehen, insbesondere die unternehmerische Tätigkeit als berufliche Perspektive einschätzen, • spezifische Entrepreneurship Methoden und Tools wie Business Model Canvas anwenden und insbesondere Märkte und Wettbewerbssituationen analysieren, • unternehmerische Entscheidungen evaluieren und (Markt-) Informationen gewinnen und einschätzen, sowie • eine individuelle Einstellung hinsichtlich einer unternehmerischen Tätigkeit entwickeln und insbesondere die Erfolgswahrscheinlichkeit der eigenen Gründungsidee adäquat erfassen. 							
3	Inhalte Wie entwickelt man eine Geschäftsidee? Was macht erfolgreiche Unternehmensgründungen aus? In dem Modul „Entrepreneurship“ beleuchten die Teilnehmer*innen die folgenden Fragestellungen rund um das Thema Unternehmensgründung: <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmertum als Berufswahl, • Erkennen von Geschäftsmöglichkeiten, • Geschäftsidee- und Geschäftsmodellentwicklung, • Aufbau und Inhalt von Businessplänen, • Wettbewerbsanalyse, • Gründungsteamzusammensetzung sowie • Gründungsfinanzierung. Zunächst wird Grundlagenwissen vermittelt und um Fallbeispiele, die sich die Studierenden gegenseitig vorstellen, ergänzt. Das erlangte Wissen wird in einer Abschlussklausur geprüft.							
4	Teilnahmevoraussetzungen keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO							
6	Voraussetzungen für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Tim Kampe							
9	Sonstige Informationen -							

Gesellschafts- und steuerrechtliche Handlungsfelder für Entrepreneure								ModulID 5 StU 51
Nr.	Workload	Credit Points	Studiense- mester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q- Niveau
	150 h	6	4. o. 5.	halbjährlich	WS/SoSe	1 Sem.	Wahl- pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart Seminaristischer Unterricht		Kontaktzeit 4 SWS/60 h	Selbststu- dium 90h	Lehrformen Vortrag, Fallbei- spiele, Gruppenarbeit		Gepf. Grup- pengr. 35	Sprache deutsch/ englisch
2	Lernergebnisse/Kompetenzen Übergeordnetes Ziel ist die Vermittlung von rechtlichen und steuerlichen Kenntnissen und Fähigkeiten mit Fokus auf den Besonderheiten von Unternehmen in der Gründungs- und Wachstumsphase. Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: – Sie kennen die Gründungsvoraussetzungen unterschiedlicher Rechtsformen und können deren gesellschaftsrechtliche Vor- und Nachteile beurteilen – Sie können die mit verschiedenen Rechtsformen verbundenen steuerlichen Rechtsfolgen bei der Gründung und der laufenden Unternehmensführung erläutern und beurteilen – Sie können ihr Wissen auf rechtliche und steuerliche Fallgestaltungen anwenden, indem sie Problemlösungen erarbeiten und deren Rechtsfolgen analysieren können							
3	Inhalte • Handels- und Gesellschaftsrecht/ rechtliche Rahmenbedingungen: - Relevante Rechtsformen für Unternehmensgründer - Gründungs- und Rechtsformvoraussetzungen (in ausgewählten Beispielen) - Beteiligungsformen für Entrepreneure (Innengesellschaften, Außengesellschaften, Management Buy out) - gesellschaftsrechtliche Gestaltungsmerkmale der Unternehmensformen (Organe der Gesellschaft, Gesellschafter und Geschäftsführer, Prokura und Handlungsvollmacht) - Gestaltungsformen der Kapitalaufbringung, Unternehmensfinanzierung - Gestaltung von Arbeitsverträgen - Ausgewählte rechtliche Fragestellungen: z.B. „Unternehmensstrafrecht“ (OWiG, Gesetz zur Stärkung der Integrität der Wirtschaft), Geschäftsführerhaftung, Grundlagen des Insolvenzrechts • Steuerrecht: - Steuerliche Pflichten und deren Beachtung (Grundlagen der AO) - Ertragsteuerliche Folgen der Rechtsformen und Besteuerung der Unternehmensgewinne - Deklarationspflichten und Haftung bei Anmeldesteuern (Umsatzsteuer, Lohnsteuer) - Ausgewählte steuerliche Fragestellungen: z.B. Unternehmensvermögens vs. Privatvermögen, steuerliche Konsequenzen der Unternehmensfinanzierung, Betriebsaufspaltung, Verlustausgleich und Verlustverrechnung, steuerliche Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen							
4	Teilnahmevoraussetzungen							

	keine
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder ggf. mündliche Prüfung, siehe § 11 Absatz 3 Satz 3 SPO
6	Voraussetzungen für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung
7	Verwendung des Moduls Betriebswirtschaftslehre (B.A.) Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Kraft
9	Sonstige Informationen -

Praxisphase								Modul ID 5 BWL 48
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	450 h	18	5.o.6.	ganzjährig	WS/SoSe	3 Monate (37,5 Std./ Woche)	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst- studium	Lehrformen (Lern- formen)	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Praktikum	-	450 h					
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss des Praktikums sind die Studierenden befähigt, die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren. Insbesondere Studierende, die ein Auslandspraktikum absolvieren, verfügen über zusätzliche interkulturelle Erfahrungen einer fremden Arbeitswelt mit informellen und formellen Hierarchieebenen und Sprachwelten. Im Sinne des zivilgesellschaftlichen Engagements verfügen diese Studierenden über ein Verständnis von interkultureller Kommunikation, Verhandlung und Konfliktlösung.							
3	Inhalte Unter dem Begriff Praktikum soll eine methodisch fundierte und angeleitete Tätigkeit in konkreten Berufsvollzügen außerhalb des Lehr- und Forschungsbetriebs verstanden werden. Die Studierenden werden mit den Anforderungen der Praxis konfrontiert, welche ihnen instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln ermöglichen. Das Praktikum beinhaltet vier zentrale Elemente: a) Vorbereitungsgespräch mit der betreuenden Dozentin bzw. dem betreuenden Dozenten zur Wahl einer Praktikumsstelle und Vereinbarung der Bedingungen des Praktikums b) Begleitung des Praktikums durch die betreuende Dozentin bzw. den betreuenden Dozenten c) Erstellung eines max. 5-seitigen Abschlussberichtes d) Abschlussgespräch mit der betreuenden Dozentin bzw. dem betreuenden Dozenten							
4	Teilnahmevoraussetzungen Gemäß § 13 Abs. 3 SPO wird zur Praxisphase zugelassen, wer mindestens die Modulprüfungen der ersten drei Semester bestanden hat. Die Praxisphase kann frühestens im 5. Semester absolviert werden.							
5	Prüfungsgestaltung Zeugnis der Ausbildungsstätte sowie positive Beurteilung des Praxisberichtes (§ 13 Abs. 4 SPO). Das Modul ist unbenotet.							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r -							

9	Sonstige Informationen
	-

Bachelorarbeit								Modul ID 5 BWL 49
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	300 h	12	6.	ganzjährig	WS/SoSe	10 Wo- chen	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Gruppengr.	Sprache	
		-	300 h					
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	Die Studierenden sind nach Abschluss der Bachelorarbeit in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus ihrem Fachgebiet in der Regel in Zusammenhang mit der Praxisphase sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen Methoden selbständig zu bearbeiten.							
3	Inhalte							
	Die Bachelorarbeit besteht in der Regel aus der Konzipierung, Durchführung und Evaluation eines Projektes in Einrichtungen, die mit den Zielen und Inhalten des Studienganges in einem fachlichen Zusammenhang stehen. Sie kann auch durch eine empirische Untersuchung oder durch konzeptionelle Aufgaben oder durch eine Auswertung vorliegender Quellen bestimmt werden. Eine Kombination dieser Leistungen ist möglich. Der Umfang der Bachelorarbeit soll 40 Textseiten nicht überschreiten.							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
	Gemäß § 16 Abs. 1 SPO wird zur Bachelorarbeit zugelassen, wer alle Modulprüfungen bestanden und die Praxisphase/ das Praxissemester erfolgreich absolviert hat.							
5	Prüfungsgestaltung							
	Schriftliche Arbeit (siehe §§ 15 – 17 SPO)							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
	Bestehen der Modulprüfung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):							
	Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	-							
9	Sonstige Informationen							
	-							

Anlage 3: Englische Übersetzungen der Module der kleinen Vertiefung „International Business Management“

International Management Accounting								module ID 5 IBM 01
no.	workload	credit points	when taught	frequency	semester	duration	type	q-level
	150h	6	4.o.5.	each semester	WS/SuSe	1 semester	elective module	B.A.
1	type of course		contact time	self-study	forms of teaching (learning methods)		planned group size	language
	seminar lecture		4 SWS/60 h	90 h	lecture		35	English
2	learning outcomes/skills							
	<p>By completing the module students have the following knowledges and skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> - They can describe the basics of international management and essential institutional conditions regarding to international business activities. - They are able to explain strategies of internationalisation and forms of organisation of international companies. - They can describe concepts and key tasks of the management accounting as well as the role of the controller in different countries. - They are able to consider influencing factors of trend and implementation of management accounting, processes of divergence as well as convergence and their effects on management accounting. - They are able to explain the influences of national culture on management accounting due to common theories. - They can apply different quantitative and qualitative management accounting instruments relating to international business activities. - They can identify concrete problems in international companies, classify, analyse and solve them with the help of adequate management accounting instruments. - They can understand and explain the interface function of management accounting and the cooperation between management accounting and other corporate functions in the context of international business activities. - They have the ability to organise reading material and information from up-to-date specialist literature, to analyse and critically interpret it. 							
3	Content of the module							
	<p>Basics of international business activities</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategies of internationalisation - organisational structures - international comparative management accounting - role of the controller and the functions of management accounting in different countries - cultural influences on management accounting - appliance of different strategical management accounting tools related to international context - management of exchange rate risks - selected problems of management accounting in hyperinflationary countries - selected aspects of management accounting within different areas of operation - selected aspects of international transfer prices - international information management 							
4	requirements							
	Basic knowledge in cost accounting as taught in the module 5 CFR 22 „Internal Accounting (Internes Rechnungswesen)“ is recommended.							
5	examinations							
	Written examination or assignment or if applicable oral examination, see § 11(3) sentence 3 SPO							
6	conditions for the award of credit points							
	Completion of the module							

7	use of module (in following courses of study): Business Administration (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
8	module coordinator Prof. Dr. Michael Brandau
9	other information The module can be used to obtain the certificate „International Business Manager“ (30 ECTS).

International Marketing								module ID 5 IBM 02	
no.	workload	credit points	when taught	frequency	semester	duration	type	q-level	
	150h	6	4.o.5.	each semester	WS/SuSe	1 semester	elective module	B.A.	
1	type of course		contact time		self-study	forms of teaching (learning methods)		planned group size	language
	seminar lecture		4 SWS/60 h		90 h	lecture		35	English
2	learning outcomes/skills At the end of module the students are able to differentiate between the different aspects of the international marketing. They are capable to apply the 4 P's in the international environment and to analyse and evaluate the different needs of the markets to achieve the marketing goals. Finally they are able to create marketing strategies for internationally operating companies.								
3	content of the module <ul style="list-style-type: none"> international Marketing as a coordinative task forms of market internationalisation (market selection and evaluation) market entry strategies (waterfall and shower strategy) specialties of the int. marketing mix (4 P's) degree of standardisation and differentiation in marketing coordination cultural distances of the markets the use of customer satisfaction analysis as the basic for a strategy building process the use of CRM in international marketing in regard to the coordination process 								
4	requirements None								
5	examinations Written examination or if applicable oral examination, see § 11(3) sentence 3 SPO								
6	conditions for the award of credits Completion of the module								
7	use of module (in following courses of study): Business Administration (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)								
8	module coordinator Prof. Dr. Gisbert Lensing								
9	other information The module can be used to obtain the certificate „International Business Manager“ (30 ECTS).								

International Human Resource Management								module ID 5 IBM 03
no.	workload	credit points	when taught	frequency	semester	duration	type	q-level
	150h	6	4.o.5.	each semester	WS/SuSe	1 semester	elective module	B.A.
1	type of course		contact time	self-study	forms of teaching (learning methods)		planned group size	language
	seminar lecture		4 SWS/60 h	90 h	lecture, case processing, exercises, group work		35	English
2	learning outcomes/skills By completing the module students dispose of the following skills: <ul style="list-style-type: none"> - They are able to explain the characteristics of the international human resource management (IHRM) in contrast to the pure national oriented human resource management (HRM). - They are able to describe the central issues of the HRM in an international context. - They have the ability to understand and describe the effects of the internationality of companies on the various areas of activity of the HRM. - They are capable of analysing fundamental problems of the HRM and deriving strategic and operational measures. - They are able to apply what they have learned to practical case studies. 							
3	content of the module <ul style="list-style-type: none"> - introduction and basics of IHRM - international recruitment and selection - personnel placement across the borders - personnel development and evaluation of efficiency in international companies - development of intercultural competence - international charge determination - organisation of international cooperation 							
4	requirements Basic knowledge in human resource management and business organisation as taught in the module „Basics of business studies (Grundlagen der BWL)“ (5 MG 02) is recommended. Advanced knowledge in human resource management as taught in the modules 5 P/O 01 „Personnel Management (Personalführung)“ as well as 5 P/O 32 and 5 P/O 35 „Human Resources Management 1 and 2 (Personalwirtschaft 1 und 2)“ is also recommended.							
5	examinations Written examination or if applicable oral examination, see § 11(3) sentence 3 SPO							
6	conditions for the award of credit points Completion of the module							
7	use of module (in following courses of study): Business Administration (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	module coordinator Prof. Dr. Natalie Bartholomaeus							
9	other information The module can be used to obtain the certificate „International Business Manager“ (30 ECTS).							

International Logistics								module ID 5 IBM 04
no.	workload	credit points	when taught	frequency	semester	duration	type	q-level
	150h	6	4.o.5.	each semester	WS/SuSe	1 semester	elective module	B.A.
1	type of course		contact time	self-study	forms of teaching (learning methods)		planned group size	language
	seminar lecture		4 SWS/60 h	90 h	business game, project work, group work		20	English
2	learning outcomes/skills							
	<p>By completing the module students are able</p> <ul style="list-style-type: none"> - to describe the fundamentals of the production and logistics networks in a global environment, - to handle problems in the field of production and logistics management under realistic conditions (time pressure, uncertainty and changing economic conditions) independently, - to identify, assess and present action alternatives due to company and environmental analyses under consideration of interdependence between functions and areas of influence of an international operating company, - to select usual techniques and work methods which are used in the production, logistics and business administration and apply them relating to the case, - to frame strategic objectives and consider or adjust them in the case of repeated operational decisions, - to recognize interdependencies between internal and external corporate influences and take account of them during the process of planning and decision making, - to organise work in teams under consideration of the project management and to record results of the process of planning and decision making - to present and stand up for the projects results in front of other team members and outsiders. 							
3	content of the module							
	<p>Operational planning, decisions and monitoring relating to procurement, manufacturing and distribution:</p> <ul style="list-style-type: none"> - raw materials procurement (supplier, quantity, just in time (JIT), warehouse, entry inspection) - transportation (warehouse, wholesalers, customers) - human resource decisions (recruitment, rationalisation measures, coaching) - price differentiation (wholesalers, end-customer) - freight forwarder vs. transport companies (bid comparison, delivery priority) - sales (price, customer service) <p>Strategic planning, decisions and monitoring relating to procurement, manufacturing and distribution:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fundamental orientation (make or buy (MoB), e-Commerce, internal process optimisation, suppliers, order quantities, delivery cycle) - establishment of regional warehouses (structure, purchase, cooperation) - strategic alliance (cooperation with suppliers of trading goods) - logistics service provider (short or long-term cooperation) 							
4	requirements							
	Basic knowledge in the field of production and logistics is recommended.							
5	examinations							
	Combination of project work and paper and presentations in case of a business game or written examination or if applicable oral examination, see § 11(3) sentence 3 SPO							
6	conditions for the award of credit points							
	Completion of the module							
7	use of module (in following courses of study):							
	Business Administration (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							

8	module coordinator Prof. Dr. Gerald Oeser
9	other information Recommendations for literature will be placed during the course. The module can be used to obtain the certificate „International Business Manager“ (30 ECTS).

International Taxation								ModulID 5 IBM 05
no.	workload	credit points	when taught	frequency	semester	duration	type	q-level
	150h	6	4.o.5.	each semester	WS/SuSe	1 semester	elective module	B.A.
1	type of course		contact time	self-study	forms of teaching (learning methods)		planned group size	language
	seminar lecture		4 SWS/60 h	90 h	lecture, group work, case processing		35	English
2	learning outcomes/skills By completing the module students dispose of the following skills: <ul style="list-style-type: none"> - They can explain basic terms in the context of taxation of individuals, corporations and business partnerships. - They are capable of describing the procedure of the determination of the income tax, corporation tax and trade tax. - They are able to explain several types of legal forms connected to the legal consequences. - They are able to apply their knowledge in tax cases recognizing the fiscal problems and assigning the correct legal consequences. - They can explain the problems of the double taxation and the steps in relation to their reduction. - They can assess tax regulations. 							
3	content of the module <ul style="list-style-type: none"> - company profit taxes: income tax, corporate tax, trade tax - taxation of national companies regarding various forms of organisations - fiscal configuration (for example tax group, transfer of company assets, restructuring) - basics of the international corporate taxation like double taxation, less taxation, double taxation agreements and European law - taxation of foreign investors in Germany (inbound investments) - taxation of international activities of domestic investors (outbound investments) - determination of profits (transfer prices, determining of the business success) 							
4	requirements None							
5	examinations Written examination or if applicable and oral examination, see § 11(3) sentence 3 SPO							
6	conditions for the award of credit points Completion of the module							
7	using the Module (in following courses of study): Business Administration (B.A.), Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre (B.A.)							
8	module coordinator Prof. Dr. Manuel Teschke							

9

other information

Guest lectures on current issues

The module can be used to obtain the certificate „International Business Manager“ (30 ECTS).

Anlage 4: Doppelabschluss mit der Universität Türkisch-Deutsche (TDU)

§ 1 Grundlage

- (1) Grundlage der Anlage ist die studiengangsspezifische Vereinbarung im internationalen Kooperationsstudiengang Betriebswirtschaftslehre (BWL) zur Verleihung eines Doppelabschlusses zwischen der Universität Türkisch-Deutsche (TDU) und der Fachhochschule Bielefeld vom 28.02.2019.

§ 2 Zulassung

- (1) Die Studierenden des Bachelorstudiengangs Betriebswirtschaftslehre müssen die in § 3 Absatz 2 dieser Anlage genannten Kurs erfolgreich absolviert haben.
- (2) Die Bewerbung erfolgt mit einem Motivationsschreiben bei der Studiengangsleitung BWL.
- (3) Die Auswahl der BWL Studierenden für das Doppelabschlussprogramm erfolgt nach dem 3. Semester durch die Studiengangsleitung. Es wird ein Auswahlgespräch geführt.
- (4) Die Auswahl erfolgt anhand der Noten, des Motivationsschreibens und der Darstellung im Auswahlgespräch.
- (5) Es stehen 10 Studienplätze an der Fachhochschule Bielefeld für das Doppelabschlussprogramm zur Verfügung.
- (6) Die türkischen Studierenden werden von der TDU ausgewählt.

§ 3 Studienverlauf der deutschen Studierenden

- (1) Die deutschen Studierenden studieren den Studienverlauf des Studiengangs der Betriebswirtschaftslehre.
- (2) Zusätzlich zu den vorgeschriebenen Modulen ist frühestens im 3. Semester ein Kurs (2 SWS) zur interkulturellen Kompetenz zu absolvieren.
- (3) Das Auslandsjahr an der TDU (ausgehend von einer Regelstudienzeit mit Gesamtumfang von 240 ECTS und entsprechend acht Semestern) kann frühestens mit Beginn des 4. Semesters (für zwei Semester mit 60 ECTS) angetreten werden. Zur Erlangung eines Doppelabschlusses müssen 240 ECTS erreicht werden. Die Studierenden besuchen das Studienprogramm der Betriebswirtschaftslehre (TDU).
- (4) Die ausgewählten Module an der TDU dürfen sich nicht mit den Studieninhalten der FH Bielefeld überschneiden. Dabei sind zusätzlich zu den insgesamt 180 ECTS an der Fachhochschule Bielefeld zu erreichenden Credit Points insgesamt 60 ECTS aus den in Absatz 5 aufgeführten Modulen zu erreichen. Die Module „Türkisch 1“, TUR001 (2 ECTS), „Türkisch 2“, TUR002 (2 ECTS), „Atatürks Gesetze und Revolutionsgeschichte 1“, AIT001 (2 ECTS) sowie „Atatürks Gesetze und Revolutionsgeschichte“, AIT002 (2 ECTS) gelten als Pflichtmodule.

(5) Liste der Modulauswahl von insgesamt 60 ECTS:

- Controlling, BWL314 (6 ECTS)	- Internationale Rechnungslegungsstandards, BWL024 (6 ECTS)
- Wirtschaftsethik, BWL417 (3 ECTS)	- Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, BWL025 (6 ECTS)
- Marktforschung, BWL413 (6 ECTS)	- Geld und Banken, BWL028 (6 ECTS)
- Operations Research, BWL415 (6 ECTS)	- Behavioral Finance, BWL029 (6 ECTS)
- E-Business, BWL216 (3 ECTS)	- Organisatorisches Verhalten, BWL030 (6 ECTS)
- Operations Management, BWL214 (5 ECTS)	- Entrepreneurship, BWL002 (6 ECTS)
- Computerunterstützte Statistik, BWL017 (6 ECTS)	- Projektmanagement, BWL031 (6 ECTS)
- Multivariate Statistik, BWL018 (6 ECTS)	- Interkulturelle Kompetenzentwicklung, BWL032 (6 ECTS)
- Datenanalyse, BWL019 (6 ECTS)	- Internationale BWL, BWL034 (6 ECTS)
- Zeitreihenanalyse, BWL020 (6 ECTS)	
- Ökonometrie, BWL021 (6 ECTS)	
- Spieltheorie, BWL022 (6 ECTS)	
- Digitales Marketing, BWL007 (6 ECTS)	
- Dienstleistungsmarketing, BWL010 (6 ECTS)	
- Markenmanagement, BWL009 (6 ECTS)	

(6) Im 4. Semester kann zusätzlich das Praktikum absolviert werden und wird auf das Modul Praxismodul 5 BWL 48 angerechnet.

§ 4 Studienverlauf der türkischen Studierenden der TDU in Bielefeld

- (1) Die türkischen Studierenden kommen im fünften und sechsten Semester nach Bielefeld.
- (2) Der Studienverlauf der türkischen Studierenden besteht aus insgesamt zehn Modulen des Bachelorstudiengangs Betriebswirtschaftslehre mit je 6 ECTS in einem Umfang von insgesamt 60 ECTS. Dabei müssen sie die in Absatz 5 bestimmten Pflichtmodule (linke Spalte) belegen. Die restlichen fünf Module sind aus den in Absatz 4 aufgelisteten Modulen (rechte Spalte) auszuwählen.
- (3) Die türkischen Studierenden müssen zusätzlich zu den Pflichtmodulen im Umfang von 60 ECTS im Sinne des Absatzes 2 und 5 bis zum Abschluss ihres Studiengangs gegenüber der TDU nachweisen, dass sie das Modul „Technik des wissenschaftlichen Arbeitens“ (Modul ID: VBWL3.3) absolviert haben. Dazu bietet die FH den Studierenden das Modul in Form eines Wahlmoduls an.

- (4) Das Modul Interkulturelle Kompetenz (Modul ID: 5 BWL Par 01) sollte von den türkischen Studierenden belegt werden (2 SWS oder in Form einer Blockveranstaltung). Die Studierenden erhalten hierfür eine Teilnahmebescheinigung.
- (5) Liste der Modulauswahl von insgesamt 60 ECTS:

Pflichtmodule	Wahlpflichtmodule
<ul style="list-style-type: none"> - Management 5MG03, (6 ECTS) - Arbeitsrecht 5P/O33 (6 ECTS) - Wirtschaftsenglisch 5SP01 (6 ECTS) - Wirtschaftsprivatrecht 5RE23, (6 ECTS) - Grundlagen Controlling 5CFR43, (6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Logistik, 5P/L38 (6 ECTS) - Logistiksysteme, 5P/L31 (6 ECTS) - Käuferverhalten und Marketingforschung, 5MKT31 (6 ECTS) - Distributions- und Kommunikationspolitik, 5MKT33 (6 ECTS) - Personalführung, 5P/001 (6 ECTS) - Finanzmanagement, 5CFR44 (6 ECTS) - Jahresabschlusspolitik und -analyse, 5CFR45 (6 ECTS) - Seminar Controlling/ Finanzen/ Rechnungswesen, 5CFR46 (6 ECTS) - Grdl. D. Prüfungstheorie u. angewandten Unt.prüfung, 5StU49 (6 ECTS) - Mobile/Digitales Marketing, 5MKT43 (6 ECTS) - Seminar Marketing, 5MKT41 (6 ECTS) - Grundlagen von ERP Systemen, 5WI02 (6 ECTS) - Produkt- und Preispolitik, 5MKT32 (6 ECTS)

§ 5 Notenumrechnung

- (1) Für die Umrechnung türkischer Noten in das deutsche Notensystem der SPO gilt folgender Schlüssel:

Buchstabennote der TDU	AA	AB	BA	BB	BC	CB	CC	DC	DD	DF	FD
Zahlenmäßige Note der TDU	4,00	3,70	3,30	3,00	2,70	2,30	2,00	1,70	1,30	1,00	0,50
Deutsche Note (FH)	1,0	1,3	1,7	2,0	2,3	2,7	3,0	3,3	3,7	4,0	5,0

§ 6 Ausgabe der Bachelor-Abschlussurkunden

- (1) Mit erfolgreichem Abschluss des Studiums wird zusätzlich zur Bachelorurkunde der Fachhochschule Bielefeld eine Abschlussurkunde der TDU ausgestellt (Doppelabschluss).

Interkulturelle Kompetenz 3 Istanbul TDU								ModulID 5 BWL Par 01
Nr.	Work-load	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
	75 h	3	5.	jährlich	SoSe	1 Sem.	Wahl-pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungsart	Kontaktzeit	Selbst-studium	Lehrformen (Lern-formen)		gepl. Grup-pengr.	Sprache	
	Sem. Unterricht	2 SWS/12 h	18 h	Vortrag, Gruppenar-beit, Rollenspiele		16	deutsch	
2	Lernergebnisse(learning outcomes)/Kompetenzen							
	Mit erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Kursteilnehmer in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • Zusammen mit türkischen Studierenden, die kulturellen Besonderheiten beider Länder anhand von Texten, Karikaturen, Filmen etc. herauszuarbeiten und auf Türkisch bzw. Deutsch zu diskutieren und präsentieren • die Wichtigkeit der deutsch-türkischen Beziehungen für Europa einzuschätzen, in deutsch-türkischen Gruppen zu diskutieren und auf Türkisch bzw. Deutsch zu präsen-tieren • die Unterschiede in der Politik und Wirtschaft Deutschlands und Türkei anhand von Zei-tungsartikeln, Videobeiträgen, Filmen und Besuchen deutschen bzw. türkischen Firmen in deutsch-türkischen Arbeitsgruppen schriftlich und mündlich auf Türkisch bzw. Deutsch herauszustellen und vorzustellen. 							
3	Inhalte							
	Folgende Inhalte werden in diesem Modul gemeinsam mit den türkischen Studierenden disku-tiert: Kulturelle, Historische, Gesellschaftliche, Politische, Ökonomische							
4	Teilnahmevoraussetzungen							
5	Prüfungsgestaltung							
	Teilnahmebescheinigung, Voraussetzung für die Option eines Doppelabschlusses							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points							
7	Verwendung des Moduls(in folgenden Studiengängen):							
	BWL (B.A.)							
8	Modulbeauftragte/r							
	Studiengangsleitung BWL							

3.3 Technik des wissenschaftlichen Arbeitens								VBWL3.3
Nr.	Work-load	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.3	125h	5	3. Sem	jährlich	BO: SS BI: WS	1 Sem.	Pflicht	BA
1	Lehrveranstaltungsart			Stellenwert der Note			geplante Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Präsenzübungen			5 / 180 (gewichtete Credit Points)			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Kontaktzeit / Selbststudium)							
	<p><u>Selbststudium:</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 60 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliches Übungsmaterial)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der in dem Buch angegebenen Sekundärliteratur</p> <p>b. Ausgabe eines Themas für eine wissenschaftliche Arbeit (Hausarbeit) zu einem Fachgebiet im Umfeld der Wissenschaftstheorie (Umfang ca. 15 Seiten)</p> <p>c. Bearbeitung der Hausarbeit nach den Kriterien der anzuwendenden Technik wissenschaftlichen Arbeitens</p> <p><u>Kontaktzeit:</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 16 Stunden</p> <p>a. Übungen zur selbstständigen Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit und Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>b. Besprechung der Hausarbeiten in zwei Phasen (1. Gruppenbesprechung zu allgemeinen Aspekten [Aufbau, Vorgehensweise, Zeitplan, Schreibstile, Verzeichnisse, etc.]; 2. Einzelbesprechung als individuelles Feedback zur Gestaltung der Arbeit)</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 4 Stunden</p> <p>a. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p>							

3	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen</p> <p>Das Modul soll durch seinen gezielten Übungscharakter dazu beitragen, die Fähigkeiten zur eigenständigen Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten sowie zur souveränen Anwendung der Literaturrecherche zu trainieren. Zu diesem Zweck werden Methodenkompetenzen (Identifizieren wissenschaftlicher Problemstellungen, Strukturieren komplexer Sachverhalte, Entwickeln und Begründen von Problemlösungen), Selbstkompetenzen (Zeitmanagement, problemfokussiertes Arbeiten) sowie Sozialkompetenzen (Teamarbeit) vermittelt.</p> <p><i>Fachkompetenz:</i> Die Studierenden kennen die grundlegenden Merkmale wissenschaftlicher Arbeiten sowie wesentliche wissenschaftstheoretische Grundpositionen und können diese in eigenen Arbeiten anwenden.</p> <p><i>Methodenkompetenz:</i> Die Studierenden können eine wissenschaftlich zu bearbeitende Problemstellung formulieren und eine Literaturrecherche durchführen sowie eine strukturierte schriftliche Ausarbeitung anfertigen. Die Studierenden verstehen die Vorgehensweise und Erhebungstechniken (wie Befragung, Experiment, Inhaltsanalyse) der qualitativen und quantitativen empirischen Sozialforschung und können diese selbstständig im Rahmen der Bachelorarbeit anwenden.</p> <p>Individualkompetenz: Die Studierenden erhalten ein individuelles Feedback und sind in der Lage ein persönliches Zeitmanagement für die bevorstehende Bachelorarbeit aufzustellen. Zudem können die Studierenden durch Gruppenarbeiten, Diskussionen und Referate gruppenspezifische Prozesse erkennen und das eigene Verhalten sowie das der Teammitglieder reflektieren.</p>
4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden umfassend in wissenschaftlichen Arbeitsweisen geschult. Dazu gehören u. a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaftstheoretische Grundpositionen und Grundbegriffe - Betriebswirtschaft als Wissenschaft - Methoden der empirischen Forschung: Phasen des Forschungsprozesses - Konzeptspezifikation, Operationalisierung und Messung - Forschungsdesign - Auswahlverfahren - Datenerhebungstechniken: Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment - Interpretations- und Auswertungsverfahren mittels quantitativer und qualitativer Methoden - Zitierweisen und Schrifttumsverzeichnisse - Formale Standards für wissenschaftliche Arbeiten - Zeitmanagement für die Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten - Themenfindung und Gliederung von wissenschaftlichen Arbeiten
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Hausarbeit</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>

7	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p><u>Formal:</u> Keine</p> <p><u>Inhaltlich:</u> Keine</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1)</p>