

Jahrgang **2024**

Nummer **22**

ausgegeben am **16.05.2024**

Verkündungsblatt Hochschule Bielefeld Amtliche Bekanntmachungen

Hinweis für Beschäftigte der Hochschule Bielefeld:

Das gesamte Exemplar finden Sie im Internen Bereich des Webauftritts der Hochschule Bielefeld unter *Amtliche Bekanntmachungen*.

Inhalt

Seite

Studiengangsprüfungsordnung (SPO) für den Bachelor-Verbundstudiengang
„Betriebswirtschaft“ an der Hochschule Bielefeld (University of Applied
Sciences and Arts) 06. Mai 2024

1127 – 1200

Verteiler:

Präsidentin, Vizepräsident*in I - IV, Vizepräsidentin WP
Dekan*in der Fachbereiche 1, 2, 3, 4, 5, 6
Büroleiterinnen 1, 2, 3, 4, 5, 6
Hochschulbibliothek
Datenverarbeitungszentrale
Arbeitsstelle für Hochschuldidaktik
Dezernate I, II, III, IV, V, VI
Hochschulkommunikation
Ressort Wissenschaftliche Weiterbildung
Personalrat
Personalrat (wiss.)
Gleichstellungsbeauftragte
Schwerbehindertenvertretung
Datenschutzbeauftragte
Archiv

AStA (SP und Fachschaftsräte)
Universität Bielefeld
Universität Bielefeld / ZSB – Zentrale Studienberatung



**STUDIENGANGSPRÜFUNGS-
ORDNUNG (SPO)**
für den Bachelor-Verbundstudiengang
Betriebswirtschaft
an der Hochschule Bielefeld

**Studiengangsprüfungsordnung (SPO)
für den Bachelor-Verbundstudiengang
„Betriebswirtschaft“
an der Hochschule Bielefeld
(University of Applied Sciences and Arts)
06. Mai 2024**

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) zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 05. Dezember 2023 (GV. NRW.S. 1278) in Verbindung mit der Rahmenprüfungsordnung (BA-RPO) für die Bachelorstudiengänge an der Hochschule Bielefeld vom 11.12.2015 (Verkündungsblatt der Hochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen - 2016, Nr. 1, S. 5-25) in der Fassung der Änderung vom 30.03.2022 (Verkündungsblatt der Hochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen – 2022, Nr. 14, S. 163 – 166) hat der Fachbereich Wirtschaft der Hochschule Bielefeld die folgende Studiengangsprüfungsordnung (SPO) erlassen:

Inhaltsübersicht

I. Allgemeines

- § 1 Geltungsbereich der Studiengangsprüfungsordnung
- § 2 Ausrichtung, Qualifikationsziele, Akademischer Grad
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Studienbeginn, Regelstudienzeit, Studienumfang, Aufbau des Studiengangs
- § 5 Art und Organisation des Lehrangebots
- § 6 Studiengangsleitung, Prüfungen, Prüfungsorgane, Studienbeirat
- § 7 Anerkennung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

II. Inhalt und Arten von Modulprüfungen

- § 8 Ziel, Umfang und Form der Modulprüfungen
- § 9 Hausarbeiten
- § 10 Referate
- § 11 Präsentationen
- § 12 Projektarbeiten
- § 13 Portfolioprüfungen und Kombinationsprüfungen

III. Prüfungsabläufe

- § 14 Durchführung von Modulprüfungen
- § 15 Wiederholung von Prüfungsleistungen
- § 16 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

IV. Bachelorarbeit und Kolloquium

- § 17 Bachelorarbeit
- § 18 Zulassung zur Bachelorarbeit
- § 19 Ausgabe und Bearbeitung der Bachelorarbeit
- § 20 Kolloquium

V. Ergebnis der Prüfung

- § 21 Bachelorprüfung
- § 22 Zeugnis, Gesamtnote, Bachelorurkunde, Diploma Supplement

VI. Schlussbestimmungen

- § 23 Einsicht in die Prüfungsakte
- § 24 In-Kraft-Treten, Veröffentlichung

Anlagen

Studienverlaufsplan des Verbundstudiengangs „Betriebswirtschaft (B.A.)“
Modulhandbuch des Verbundstudiengangs „Betriebswirtschaft (B.A.)“

I. Allgemeines

§ 1

Geltungsbereich der Studiengangsprüfungsordnung

Diese Studiengangsprüfungsordnung (SPO) gilt für den Bachelor-Verbundstudiengang „Betriebswirtschaft“ an der Hochschule Bielefeld. Sie konkretisiert und gestaltet die Rahmenprüfungsordnung (BA-RPO) für die Bachelorstudiengänge der Hochschule Bielefeld aus.

§ 2

Ausrichtung, Qualifikationsziele, Akademischer Grad

- (1) Der Bachelor-Verbundstudiengang „Betriebswirtschaft“ richtet sich in seiner modellhaften Kombination von Selbststudienabschnitten und Präsenzphasen insbesondere an die Gruppe der Berufstätigen. Über die Einbindung von Fernstudienelementen soll bei Beibehaltung des Praxisbezugs im Fachhochschulstudium die Möglichkeit des berufsbegleitenden Studiums geschaffen werden.
- (2) 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.
- (3) Aufgrund der bestandenen Bachelorprüfung wird der akademische Grad „Bachelor of Arts (B.A.)“ verliehen.

§ 3

Zugangsvoraussetzungen

- (1) Die Qualifikation für das Studium wird durch ein Zeugnis der Fachhochschulreife, 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 Hochschule Bielefeld in der jeweils geltenden Fassung zugelassen werden.
- (3) Trotz Vorliegens der 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, Studienumfang, Aufbau des Studiengangs

- (1) Das Studium im Bachelor-Verbundstudiengang „Betriebswirtschaft“ kann jeweils im Wintersemester (Studienort Bielefeld) bzw. Sommersemester (Studienort Gütersloh) aufgenommen werden.
- (2) Die generelle Regelstudienzeit beträgt unter Berücksichtigung der speziellen Ausrichtung des Verbundstudiums auf die Gruppe der Berufstätigen unter Einschluss der Prüfungszeit acht Semester.
- (3) Der Studienumfang beträgt in diesem Studiengang 180 Leistungspunkte (Credit Points). Für den Erwerb eines Credit Points wird ein Arbeitsaufwand von durchschnittlich 25 Stunden zugrunde gelegt.
- (4) Es sind insgesamt 28 Fachmodule zu absolvieren. Hiervon entfallen 147 Credit Points auf den Pflichtbereich (1 Modul im Umfang von 9 Credit Points und 23 Module im Umfang von je 6 Credit Points) und 18 Credit Points auf den Wahlpflichtbereich (3 Modul im Umfang von 6 Credit Points), sowie 12 Credit Points auf die Bachelorarbeit und 3 Credit Points auf das anschließende Kolloquium.
- (5) Um den Studierenden den Zugang zum Lehrangebot zu erleichtern, werden zu Beginn des ersten Semesters in der Regel Einführungsveranstaltungen durchgeführt.

§ 5

Art und Organisation des Lehrangebots

- (1) Das Lehrangebot umfasst Pflichtfächer und Wahlpflichtfächer. Wahlpflichtfächer sind Fächer (Schwerpunktfächer) aus Wahlbereichen, die als Modulprüfungsfächer gewählt werden können. Die angebotenen Fächer sind aus dem Studienplan gem. Anlage ersichtlich. Die inhaltliche Beschreibung aller Fächer enthält das Modulhandbuch für den Bachelor-Verbundstudiengang „Betriebswirtschaft“.
- (2) Die Studieninhalte werden zu ca. 70% über Selbststudienmaterialien (Studienbriefe, multimediale Lernangebote) vermittelt. Ca. 30% werden über Präsenzveranstaltungen vermittelt.
- (3) Studienbriefe sollen die Aneignung des Lernstoffs im Selbststudium erleichtern. Sie beinhalten daher neben dem Vorlesungsstoff des vermittelten Lehrgebietes ergänzende Übungsaufgaben, Selbstkontrollaufgaben und Literaturhinweise, die sowohl der Vertiefung des Stoffes als auch der Kontrolle des Studienerfolgs dienen.
- (4) In Präsenzveranstaltungen und multimedialen Lernangeboten werden die durch die Studienbriefe vermittelten Kenntnisse durch weitere Übungen, Praktika und Seminare vertieft.

§ 6

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. Als zuständiges Prüfungsorgan gemäß § 64 HG wird dafür durch die Hochschule Bielefeld der Fachausschuss für den Verbundstudiengang „Betriebswirtschaft“ (B.A.), gemäß § 4 der Vereinbarung zur Nutzung des Instituts für Verbundstudien der Fachhochschulen Nordrhein-Westfalens - IfV NRW (Nutzungsvereinbarung IfV NRW) vom 25. September 2012, zuletzt geändert am 20. Juni 2013, eingesetzt.
- (3) 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.

§ 7

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

§ 8

Ziel, Umfang und Form der Modulprüfungen

- (1) Eine Modulprüfung kann ergänzend zu den in § 14 BA-RPO genannten Formen aus folgenden Leistungen bestehen: einem Referat, einer Präsentation, einer Projektarbeit oder einer Portfolioprüfung.
- (2) 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.
- (3) Teilprüfungen i. S. d. § 14 Abs. 5 BA-RPO, die nicht bestanden wurden, müssen spätestens zwei Semester nach Antritt der Teilprüfung bestanden sein, ansonsten verfallen diese.
- (4) Die studienbegleitenden Modulprüfungen sollen durch die Studierenden zu dem im Studienplan gem. Anlage vorgesehenen Zeitpunkt abgelegt werden

§ 9

Hausarbeiten

- (1) Hausarbeiten sind schriftliche Ausarbeitungen, die in der Regel 15 Seiten nicht überschreiten und die im Rahmen einer Lehrveranstaltung begleitend zu dieser erstellt werden. Hausarbeiten sind 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 sechs Wochen nach Abgabe mitzuteilen. Die Bekanntmachung im Online-Portal der Hochschule Bielefeld ist ausreichend.

§ 10

Referate

- (1) Referate sind mündliche Vorträge von ca. 15 Minuten, die in einer Lehrveranstaltung gehalten werden.
- (2) Sie sind von einem Prüfenden zu bewerten.
- (3) Den Studierenden ist die Bewertung des Referats spätestens zwei Wochen nach dem mündlichen Vortrag mitzuteilen. Die Bekanntmachung im Online-Portal der Hochschule Bielefeld ist ausreichend.

§ 11 Präsentationen (Kombinationsprüfung)

- (1) 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 zu prüfenden Studierenden deutlich unterscheidbar und bewertbar ist.
- (3) Präsentationen sind von einem Prüfenden zu bewerten.
- (4) Den Studierenden ist die Bewertung der Präsentation spätestens zwei Wochen nach dem mündlichen Vortrag mitzuteilen. Die Bekanntmachung im Online-Portal der Hochschule Bielefeld ist ausreichend.

§ 12 Projektarbeiten (Kombinationsprüfung)

- (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 von im Regelfall max. 15 Seiten je Gruppenmitglied und eine mündliche Vorstellung von ca. 30 Minuten Dauer 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 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 Hochschule Bielefeld ist ausreichend.

§ 13 Portfolioprüfungen und Kombinationsprüfungen

- (1) Eine Portfolioprüfung ist die Kombination verschiedener Prüfungsformen (Kombinationsprüfung) gem. § 22 BA-RPO.
- (2) 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.

III. Prüfungsabläufe

§ 14 Durchführung von Modulprüfungen

- (1) Die Klausuren und mündlichen Prüfungen finden grundsätzlich außerhalb der Lehrveranstaltungen statt. Referate und Präsentationen finden in der Regel 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.

- (3) Soweit aufgrund der jeweiligen Modulbeschreibung für eine Modulprüfung verschiedene Leistungen gem. § 14 Abs. 4 BA-RPO 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 BA-RPO 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, soweit eine entsprechende Modulbeschreibung diese Prüfungsform vorsieht.

§ 15

Wiederholung von Prüfungsleistungen

Im gesamten Studium können maximal drei bestandene Prüfungsleistungen mit Ausnahme der Bachelorarbeit und des Kolloquiums 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.

§ 16

Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

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

IV. Bachelorarbeit und Kolloquium

§ 17

Bachelorarbeit

- (1) Die Bachelorarbeit hat zu zeigen, dass der Prüfling befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus seinem Fachgebiet 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 BA-RPO 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. In diesem Fall muss die oder der zweite Prüfende eine Professorin oder ein Professor der an dem Verbundstudiengang beteiligten Hochschule Bielefeld sein.
- (3) Auf Antrag sorgt die Dekanin/der Dekan dafür, dass die Studierenden rechtzeitig ein Thema für die Bachelorarbeit erhalten.

§ 18 Zulassung zur Bachelorarbeit

- (1) Die Meldung zur Bachelorarbeit (Antrag auf Zulassung) soll zum Ende des siebten Semesters erfolgen.
- (2) Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer mindestens 144 Credit Points aus studienbegleitenden Modulprüfungen gem. Studienverlaufsplan in der Anlage erworben hat.
- (3) Der Antrag auf Zulassung kann schriftlich bis zur Bekanntgabe der Entscheidung über den Antrag ohne Anrechnung auf die Zahl der möglichen Prüfungsversuche zurückgenommen werden.

§ 19 Ausgabe und Bearbeitung der Bachelorarbeit

- (1) Der Prüfende gibt die Bachelorarbeit aus und legt damit die Bearbeitungszeit fest.
- (2) Die Bearbeitungszeit (Zeitraum von der Ausgabe bis zur Abgabe der Bachelorarbeit) beträgt drei Monate. Im Ausnahmefall kann das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses auf einen vor Ablauf der Frist gestellten Antrag die Bearbeitungszeit um bis zu vier Wochen verlängern. Die Person, welche die Bachelorarbeit betreut, soll dem Antrag zustimmen.

§ 20 Kolloquium

- (1) Zum Kolloquium kann die Kandidatin oder der Kandidat nur zugelassen werden, wenn
 1. alle studienbegleitenden Modulprüfungen bestanden und damit 165 Credit Points erworben worden sind und
 2. die Bachelorarbeit als mindestens ausreichend bewertet worden ist und damit 12 Credit Points erworben worden sind.
- (2) Der Antrag auf Zulassung zum Kolloquium ist schriftlich an den Prüfungsausschuss bzw. die Prüfungsbeauftragte oder den Prüfungsbeauftragten zu richten. Dem Antrag sind die Nachweise über die in Absatz 1 aufgeführten Zulassungsvoraussetzungen beizufügen, sofern sie dem Prüfungsausschuss nicht bereits vorliegen. Ferner ist eine Erklärung über bisherige Versuche zur Ablegung entsprechender Prüfungen sowie darüber, ob einer Zulassung von Zuhörerinnen oder Zuhörern widersprochen wird, beizufügen. Die Kandidatin oder der Kandidat kann die Zulassung zum Kolloquium auch bereits bei der Meldung zur Bachelorarbeit (§ 18 Abs. 1 SPO) beantragen. In diesem Fall erfolgt die Zulassung zum Kolloquium, sobald dem Prüfungsausschuss alle erforderlichen Nachweise und Unterlagen vorliegen. Für die Zulassung zum Kolloquium und ihre Versagung gilt im Übrigen § 27 BA-RPO entsprechend.
- (3) Das Kolloquium wird als mündliche Prüfung (§ 19 BA-RPO) mit einer Zeitdauer von mindestens 30 Minuten, maximal 45 Minuten durchgeführt und von den Prüfenden der Bachelorarbeit gemeinsam abgenommen und bewertet. Im Fall des § 29 Abs. 2 BA-RPO wird das Kolloquium von den Prüfenden abgenommen, aus deren Einzelbewertungen die Note der Bachelorarbeit gebildet worden ist. Für die Durchführung des Kolloquiums finden im Übrigen die für mündliche Modulprüfungen geltenden Vorschriften entsprechende Anwendung.

V. Ergebnis der Prüfung

§ 21 Bachelorprüfung

Das Studium wird mit der Bachelorprüfung abgeschlossen. Die Bachelorprüfung gliedert sich in studienbegleitende Modulprüfungen sowie die Bachelorarbeit und das Kolloquium.

§ 22

Zeugnis, Gesamtnote, Bachelorurkunde, Diploma Supplement

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.

VI. Schlussbestimmungen

§ 23

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.

§ 24

In-Kraft-Treten, Veröffentlichung

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

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaft der Hochschule Bielefeld vom 13.12.2023.

Es wird darauf hingewiesen, dass gemäß § 12 Abs. 5 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG NRW) eine Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften des Ordnungs- oder des sonstigen autonomen Rechts der Hochschule nach Ablauf eines Jahres seit dieser Bekanntmachung nicht mehr geltend gemacht werden kann, es sei denn

1. die Ordnung ist nicht ordnungsgemäß bekannt gemacht worden,
2. das Präsidium hat den Beschluss des die Ordnung beschließenden Gremiums vorher beanstandet,
3. der Form- oder Verfahrensmangel ist gegenüber der Hochschule vorher gerügt und dabei die verletzte Rechtsvorschrift und die Tatsache bezeichnet worden, die den Mangel ergibt, oder
4. bei der öffentlichen Bekanntmachung der Ordnung ist auf die Rechtsfolge des Rügeausschlusses nicht hingewiesen worden.

Bielefeld, den 06.Mai 2024

Die Präsidentin
der Hochschule Bielefeld

gez. I. Schramm-Wölk

Prof. Dr. Ingeborg Schramm-Wölk

Studienverlaufsplan

B.A. Betriebswirtschaft (Verbund)

Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6	Semester 7	Semester 8
Grundlagen der BWL 6 CP	Markt und Wettbewerb 6 CP	Grundlagen Marketing 6 CP	Human Resources Management 6 CP	Strategisches Management 6 CP	Schwerpunkt- modul 6 CP	Schwerpunkt- modul 6 CP	Bachelor-Thesis und Kolloquium 12 CP + 3 CP
Externes Rech- nungswesen 6 CP	Internes Rech- nungswesen 6 CP	Investition und Finanzierung 6 CP	Steuerlehre 6 CP	Beschaffung 6 CP	Schwerpunkt- modul 6 CP	Finanz- management 6 CP	
Mathematik für Ökonomen 6 CP	Statistik für Ökonomen 6 CP	Wirtschaftsenglisch 6 CP	Managerial Skills 6 CP	Grundlagen Controlling 6 CP	Seminar BWL 6 CP	Internationales Projekt 9 CP	
Wirtschafts- privatrecht 6 CP	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit 6 CP	Produktion und Logistik 6 CP	Wirtschafts- informatik 6 CP	Digital Business Management 6 CP	Unternehmens- simulation (Planspiel) 6 CP		
24 CP	24 CP	24 CP	24 CP	24 CP	24 CP	21 CP	15 CP

Schwerpunkte – Wahlpflichtmodule

Controlling, Finanzen, Rechnungswesen	Marketing	Personal und Organisation
<ul style="list-style-type: none"> - Advanced Controlling - Business Analytics - Jahresabschlusspolitik und -analyse 	<ul style="list-style-type: none"> - Käuferverhalten und Marketingforschung - Marken- und Kommunikationsmanagement /Channel-Management und Pricing - Digitales Marketing / Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> - Personalmanagement: Strategische Handlungsfelder - Arbeitsrecht - Personalmanagement: EMPLOYEE JOURNEY

INHALTSVERZEICHNIS

Grundlagen der BWL.....	10
Externes Rechnungswesen	12
Mathematik für Ökonomen	14
Wirtschaftsprivatrecht.....	16
Markt und Wettbewerb.....	17
Internes Rechnungswesen.....	19
Statistik für Ökonomen.....	20
Grundlagen Marketing.....	24
Investition und Finanzierung	25
Wirtschaftsenglisch.....	27
Produktion und Logistik	28
Human Resources Management.....	30
Steuerlehre	31
Managerial Skills	33
Wirtschaftsinformatik.....	35
Strategisches Management	37
Beschaffung.....	39
Grundlagen Controlling.....	41
Digital Business management.....	43
SP-CFR: Advanced Controlling.....	45
SP CFR: Business Analytics	47
SP-MA: Käuferverhalten und Marketingforschung.....	49
SP-MA: Marken- und kommunikationsmanagement / Channel-Management und Pricing.....	51
SP-PO: Personalmanagement: Strategische Handlungsfelder.....	53
SP-PO: Arbeitsrecht.....	55
Seminar BWL.....	57
Unternehmenssimulation (Planspiel)	59
SP-CFR: Jahresabschlusspolitik und -analyse	61
SP-MA: Digitales Marketing / Strategisches Marketing und nachhaltigkeit.....	62
SP-PO: Personalmanagement: Employee Journey.....	64
Finanzmanagement.....	66
Internationales Projekt	68
Bachelor-Arbeit inkl. Kolloquium	70

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

GRUNDLAGEN DER BWL								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
1.1	150 h	6	1. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		65 h	30	deutsch	
	Übung	2 SWS	0 h		65 h			
	Präsenzübung	0 SWS	0 h		0 h			
	Sonstiges ¹	0 SWS	20 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten: - 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 und übergreifende Verständnis von Betrieben und Unternehmen einzusetzen und auf konkrete Fallbeispiele anzuwenden - Sie sind in der Lage erste wissenschaftliche Texte eigenständig zu erarbeiten und zu verstehen - Sie sind in der Lage autonom Wissen aufzunehmen und zu verarbeiten. Im Rahmen des digitalen Lerntools werden die autonome Wissensaufnahme, die Lesekompetenz sowie die digitale Kompetenz gefördert							
3	Inhalte Übergreifend erfolgt eine Einführung in sämtliche Bereiche der BWL u.a.: a) Einführung in die BWL und die zugrundeliegenden Rechtsformen (z.B. ökon. Prinzip, Ziele der BWL, Nachhaltigkeit, Rechtsformvergleiche) b) Übergreifende betriebswirtschaftliche Themen der BWL (z.B. Strategisches Management, Organisation, Informationstechnologie, Innovationsmanagement) c) Leistungswirtschaftliche Themen der BWL (z.B. Personal, Logistik, Beschaffung, Fertigung, Service Management, Vertrieb/Marketing) d) Finanzwirtschaftliche Themen der BWL (z.B. Finanzierung, Investition, Kosten- und Leistungsrechnung, Bilanzierung und Jahresabschluss, Lagebericht und Nachhaltigkeitsberichterstattung, Steuern) e) Einführung in das Berufsfeld							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Andreas Stute							

¹ Unter der Kategorie Sonstiges sind im gesamten Dokument u.a. zu verstehen Sprechstunden, Schreibwerkstatt, wiss. Arbeiten.

9	Sonstige Informationen
(1)	Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
(2)	Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

EXTERNER RECHNUNGSWESEN								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
1.2	150 h	6	2. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten: - Sie können die Grundsätze und Zusammenhänge der betriebswirtschaftlichen doppelten Buchführung verstehen und bewerten. - Studierende beherrschen die Buchführungstechnik unter Berücksichtigung der geltenden Rechtsvorschriften und können die Grundlagen der Bilanzierung anwenden. - Sie sind in der Lage, Buchungssätze für verschiedenste reale Sachverhalte zu entwickeln und somit eine Buchführung für die wichtigsten Funktionsbereiche in Unternehmen durchzuführen. - Studierende können Jahresabschlüsse rechtsformabhängig nach Handelsrecht erstellen. - Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse in Ansätzen zu analysieren, zu interpretieren und zu bewerten. - Sie kennen wesentliche Unterschiede zum Steuerrecht oder in Ansätzen zu den IFRS (International Financial Reporting Standards)							
3	Inhalte Das Modul umfasst folgende Inhalte und Themenschwerpunkte: (1) Einführung in das betriebswirtschaftliche Rechnungswesen - <i>Aufgaben und Gliederung des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens</i> - <i>Grundbegriffe des Rechnungswesens</i> - <i>Gesetzliche Regelungen und Organisation</i> (2) Einführung in die Buchungstechnik - <i>Zentrale Elemente des externen Rechnungswesens</i> - <i>Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle</i> (3) Buchungen in wichtigen Sachbereichen des Unternehmens - <i>Beschaffung (Waren und Investitionsgüter)</i> - <i>Produktion</i> - <i>Absatz</i> - <i>Personal</i> - <i>Finanzierung</i> (4) Jahresabschlusserstellung - <i>Einzelfragen der Bewertung nach Handelsrecht</i> - <i>Rechnungsabgrenzung und Rückstellungsbildung</i> - <i>Rechtsformabhängige Aufstellung des Jahresabschlusses sowie Gewinnverwendung</i>							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

4	Teilnahmevoraussetzungen Keine
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Andreas Stute
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

MATHEMATIK FÜR ÖKONOMEN								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
1.3	150 h	6	3. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
	Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen							
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Aufgrund der Heterogenität der Vorbildungsniveaus besteht das erste Ziel des Moduls darin, Studierende auf ein einheitliches, der Wirtschaftsmathematik und -statistik in den Fachmodulen dienliches, Niveau zu bekommen. Nach Abschluss können Studierende Aufgaben im Bereiche der Mengenlehre und Funktionslehre selbständig lösen und den Transfer in die betriebswirtschaftlichen Anwendungsgebiete leisten. Studierende können zudem Lineare Gleichungssysteme lösen und praktische Optimierungsprobleme in mathematische Modelle transferieren sowie diese lösen und aus den Ergebnissen Schlussfolgerungen für die Praxis ableiten. Im Bereich der Finanzmathematik erlernen die Studierenden die Methodenkompetenz für zahlreiche finanzwirtschaftliche Module und Veranstaltungen aus dem Bereich des Rechnungswesens. Studierende können finanzmathematische Zusammenhänge analysieren und entsprechende Berechnungen durchführen sowie Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen ziehen. Gleiches gilt für das Themengebiet Differentialrechnung.							
3	Inhalte Folgende Themen bilden die Inhalte des Moduls: (1) Grundlagen der Wirtschaftsmathematik - Mengen- und Aussagenlogik - Funktionsbegriff - besondere mathematische Funktionen (wie z.B. Summenzeichen, Potenz-, Wurzel-, Exponential- und Logfunktion) (2) Lineare Algebra - Vektoren und Matrizen - Lineare Gleichungssysteme und ökonomische Anwendung - Lineare Optimierung (3) Finanzmathematik - Zinsrechnung - Das Äquivalenzprinzip - Rentenrechnung - Tilgungsrechnung (4) Differentialrechnung - Differentialrechnung mit einer und zwei Variablen - Extremwertberechnung unter Nebenbedingung (Lagrange-Funktion) - Einführung in die Integralrechnung							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Riza Öztürk
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lerneinheiten und digitaler Semesterapparat)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

WIRTSCHAFTSPRIVATRECHT								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
1.4	150h	6	1. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die rechtlichen Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, vor allem des Vertragsrechts, - können diese kritisch bewerten und sind in der Lage <ul style="list-style-type: none"> - 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"> • Zustandekommen von Verträgen • Stellvertretung einschließlich Prokura und Handlungsvollmacht • Allgemeine Geschäftsbedingungen • Leistungsstörungen • Verjährung von Ansprüchen • Vertragstypen des BGB, insbes. Kaufrecht • Gesetzliche Ansprüche, insbes. unerlaubte Handlungen • Überblick über die Gesellschaftsformen 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Axel Benning							
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

MARKT UND WETTBEWERB								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
2.1	150h	6	2. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre	Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Vorlesung	2 SWS	0 h	85 h	30	deutsch		
	Übung	1 SWS	0 h	45 h				
	Präsenzübung	1 SWS	16 h	0 h				
	Sonstiges	0 SWS	4 h	0 h				
	Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen							
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 grundlegende mikro- und makroökonomische Analyseinstrumente skizzieren. - Sie können Angebots- und Nachfragekurven aus einzelwirtschaftlichen Kalkülen ableiten. - Sie sind befähigt, die Grundzusammenhänge einer Marktwirtschaft zu verstehen und mikroökonomische Optimierungskalküle auf unterschiedliche Marktstrukturen anzuwenden. - Sie sind in der Lage, Effekte staatlicher Konjunkturpolitik zu beurteilen. - Sie sind befähigt, makroökonomische Effekte von geldpolitischen Maßnahmen bedeutender Zentralbanken zu analysieren. - Sie können eigenständig mikro- und makroökonomische Aspekte bzw. Fragestellungen erschließen und analysieren. - Sie sind in der Lage, ihre eigene Auffassung zur Erklärung und Lösung mikro- und makroökonomischer Problemstellungen zu kommunizieren. 							
3	Inhalte Folgende Inhalte sind Bestandteil des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> - Mikro-/makroökonomisches Denken und Modelle - Volkswirtschaftliche Grundbegriffe - Grundprinzipien der Nachfrage und des Angebots - Märkte/ Preisbildung/ Effizienz von Märkten/ Wettbewerbsformen - Konjunktur- und Beschäftigungspolitik - Geldtheorie und Geldpolitik - Stabilitäts- und Wachstumspolitik - Außenwirtschaft und Zahlungsbilanz 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine.							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder mündliche Prüfung							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Anita Eusterbrock
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

INTERNES RECHNUNGSWESEN								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
2.2	150h	6	2. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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 Das Modul Internes Rechnungswesen gibt eine Einführung in die Grundlagen und Berechnungsweisen der internen Planung und Steuerung. Dies umfasst folgende Themengebiete: <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 im externen Rechnungswesen.							
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Anita Eusterbrock							
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

STATISTIK FÜR ÖKONOMEN								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
2.3	150h	6	2. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre	Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Vorlesung	2 SWS	0 h	85 h	30	deutsch		
	Übung	1 SWS	0 h	45 h				
	Präsenzübung	1 SWS	16 h	0 h				
	Sonstiges	0 SWS	4 h	0 h				
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Das Modul Statistik für Ökonomen fokussiert auf die Bereiche Statistik und Wahrscheinlichkeitsrechnung. Die Studierenden lernen sowohl die eindimensionale als auch die zweidimensionale Datenanalyse und können diese auf unterschiedliche Probleme aus der Praxis anwenden und deren Auswirkung untersuchen sowie die Ergebnisse bewerten. Hierbei ist als besondere Methodenkompetenz die korrekte Anwendung von Maßzahlen, Verteilungen und deren grafische Darstellung bis hin zur Linearen Regression zu nennen. Bezogen auf die Wahrscheinlichkeitsrechnung werden die Grundzüge der Wahrscheinlichkeitsrechnung sowie Wahrscheinlichkeitsverteilungen vermittelt. Die Studierenden können einer praxisrelevanten Datenmenge die passende Verteilung zuordnen und diese berechnen. Im Bereich der Statistischen Tests lernen die Studierenden Methoden des Schätzens sowie Stichproben und Konfidenzintervalle kennen. Sie sind in der Lage in diesen Themengebieten selbständig zu experimentieren und aus den Ergebnissen Schlussfolgerungen zu ziehen.							
3	Inhalte Folgende Themen bilden die Inhalte des Moduls: (1) Eindimensionale Datenanalyse - Grundlagen der Statistik (Häufigkeitsfunktionen, Mittelwerte, Median und Quantile) - Grafische Darstellung einer Verteilung - Stichprobenvarianz, Standardabweichung und Variationskoeffizient - Indexzahlen und der DAX (2) Mehrdimensionale Datenanalyse und Verteilungen - Zweidimensionale Datenanalyse von kategorialen Merkmalen - Zweidimensionale Verteilung von metrischen Merkmalen - Einfache lineare Regression (3) Wahrscheinlichkeitsrechnung - Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung - Verteilungen (Grundlagen, Binomialverteilung, Poissonverteilung, Normalverteilung) (4) Statistische Tests - Schätzen (Erwartungswert, Varianz, etc.) - Stichproben und deren Verteilung - Konfidenzintervalle für normalverteilte Stichproben - Parametrische Tests für normalverteilte Stichproben							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Riza Öztürk
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

WIRTSCHAFTSETHIK UND NACHHALTIGKEIT								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
2.4	150 h	6	2. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre	Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Vorlesung	2 SWS	0 h	85 h	30	deutsch		
	Übung	1 SWS	0 h	45 h				
	Präsenzübung	1 SWS	16 h	0 h				
	Sonstiges	0 SWS	4 h	0 h				
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenz- und Onlineveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, die vielfältigen Dimensionen von Nachhaltigkeit mit Bezug auf betriebswirtschaftliche Handlungsfelder zu erfassen und zu interpretieren - kennen die zentralen theoretischen Perspektiven, Theorien und Modelle der Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit sowie die zentralen Begriffe, Ziele und Kontroversen - sind in der Lage, diese Modelle und Theorien reflektiert auf das Themenfeld der Nachhaltigkeit im ökonomischen Kontext anzuwenden - können ökonomische Handlungsoptionen und Entscheidungssituationen reflektieren und differenziert bewerten - erkennen und verstehen die Heterogenität von Gruppen im Kontext von Gender und Diversity und sind in der Lage, darauf angemessen zu reagieren. - sind in der Lage, aktuelle betriebswirtschaftliche Problemstellungen in einen theoretischen Rahmen der Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik einzuordnen und innerhalb dieses Rahmens konsistent zu argumentieren - können ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationstechniken vorstellen und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ 							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

3	<p>Inhalte</p> <p>Die Inhalte dieses Moduls setzen sich aus den Bereichen Wirtschaftsethik, Unternehmensverantwortung, Gender und Diversity sowie Nachhaltigkeit zusammen.</p> <p>Das Modul beschäftigt sich damit, wie ethische Prinzipien sowie das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung auf wirtschaftliches Handeln angewendet werden können. Das Handeln von Unternehmen und deren Entscheidungsträger*innen wird damit in einen Kontext von ökonomischer, sozialer, ökologischer und ethischer Verantwortung eingebunden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung - Einführung in die 17 SDGs - Grundlagen der Wirtschaftsethik - Diversity und Diversitymanagement - Konzept der Intersektionalität in der Gender- und Diversityforschung - Macht und Machtverhältnisse - Nachhaltigkeit und CSR sowie verschiedene Nachhaltigkeitskonzepte - Diskussion der Möglichkeiten und Grenzen dieser Ansätze auf die moderne Wirtschaft, sowohl auf gesamtgesellschaftlicher als auch auf Unternehmensebene - Parameter des Nachhaltigkeitsmanagements und Nachhaltigkeitsberichterstattung
4	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Portfolioprüfung (Prüfungsformen werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben)</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
7	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Anita Eusterbrock/Prof. Dr. Natalie Bartholomäus</p>
9	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)</p> <p>(2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, Literaturlisten im ILIAS-Raum)</p>

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

GRUNDLAGEN MARKETING								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.1	150h	6	3. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	2 SWS		0 h		85 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1 SWS		16 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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 <i>oder</i> mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Denise Demisch							
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

INVESTITION UND FINANZIERUNG								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.2	150h	6	3. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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 (1) Investition <ul style="list-style-type: none"> Grundlegungen zu und Typen von Investitionsentscheidungen, Aufgaben, Grundsätze und Verfahren der Investitionsplanung und -rechnung, Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung (insbes. Kapitalwert-, Interne-Zinsfuß-Annuitätenmethode und dynamische Amortisationsrechnung), Statische Verfahren der Investitionsrechnung (insbes. Kosten-, Gewinn-, Rentabilitäts- und Amortisationsvergleichsrechnung), Ermittlung der optimalen Nutzungsdauer und Lösung des Ersatzproblems. (2) Finanzierung <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen betriebswirtschaftlicher Finanzierungsentscheidungen, Aufgaben, Grundsätze und Verfahren der Finanzplanung, Unterschiedliche Formen der klassischen Unterteilung der Finanzierungsarten (Innen- und Außenfinanzierung, Eigen- und Fremdfinanzierung), Mischformen der Finanzierung und innovative Finanzinstrumente, Ermittlung und Ansätze der Optimierung der Finanzierungs- bzw. der Kapitalstruktur. 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine formellen Voraussetzungen; vertiefte Kenntnisse der Finanzmathematik, insbes. der Zinsrechnung werden empfohlen.							
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Tim Kampe
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

WIRTSCHAFTSENGLISCH								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.3	150h	6	3. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	1,5 SWS	0 h		77 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1,5 SWS	24 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Upon completing the module, students can <ul style="list-style-type: none"> • generally communicate in a business environment, • present business ideas, results, performance and reports in speech and writing, • understand, communicate, evaluate, and negotiate <ul style="list-style-type: none"> - customer needs and marketing approaches - personnel and organisation issues - innovative startup ideas and needs of startups 							
	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Careers, job applications, profiles, track records • Customers needs, markets and marketing • Entrepreneurship, innovation, startups, incorporation • Green Business and sustainability • Standard business communication with clients, suppliers and, partner 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Englisch Niveau B1 wird empfohlen							
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Bernd Kleinheyer							
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

PRODUKTION UND LOGISTIK								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.4	150h	6	3. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	2 SWS		0 h		85 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1 SWS		16 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen</p> <p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <p>Die Studierenden des Moduls verstehen die betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Zusammenhänge der industriellen Produktion und Logistik. Sie können unterschiedliche Produktionsfunktionen sowie in Anwendung kommende Potenzial- und Verbrauchsfaktoren analysieren und auf konkrete Sachverhalte der Praxis übertragen. Zudem sind Studierende in der Lage, engpassorientierte Produktionsprogramme eigenständig zu berechnen und die Ergebnisse in eine operative Produktionsplanung und -steuerung zu übertragen. Weiterhin lernen Studierende grundlegende Produktionssysteme kennen und sind in der Lage, deren Anwendbarkeit für bestimmte Branchen und Unternehmen zu bewerten. Basierend auf der Produktionsplanung können Studierende passende Sourcing-Konzepte untersuchen und entscheiden, welche wissenschaftliche Methode für die Beschaffungsplanung und Bedarfsberechnung sinnvoll ist (sowie diese auch eigenständig anwenden).</p> <p>Im Bereich der Logistik sind Studierende nach Abschluss des Moduls in der Lage, alle gängigen logistischen Objekte (sowohl Intralogistik als auch Transportlogistik und Supply Chain Management) zu verstehen und komplexe logistische Systeme zu analysieren.</p>							
3	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls Produktion und Logistik werden die Studierenden mit den grundlegenden Zusammenhängen und Themenstellungen der industriellen Produktion und Logistik auch im Rahmen der Industrie 4.0 vertraut gemacht. Dazu gehören u. a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planung der Logistik und Produktionsprozesse - Systematisierung von Produktionsfaktoren - Produktions- und Kostentheorie - Produktentwicklung - Planung und Steuerung der Produktion - Logistikplanung - Logistiksysteme (Intralogistik, Transportlogistik und Lagersysteme) - Beschaffungsplanung und Sourcing-Konzepte - Bedarfsermittlung (Programm- und Prognoseorientiert) - Lieferantenauswahl - Distributionslogistik 							
4	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Thomas Plümer
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
4.1	150h	6	4. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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 kennen grundlegende Begriffe und Konzepte der Themenbereiche Personalmanagement, Personalführung und der Organisationsgestaltung • Sie verstehen die Interdependenzen der Themenfelder und deren Bedeutung für die Gestaltung des unternehmensbezogenen Sozialsystems. • Sie sind in der Lage, unternehmensbezogene Problemstellungen vor dem Hintergrund der integrierten Sozialsystemgestaltung mit wissenschaftlichen Hilfsmitteln zu analysieren. 							
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Personalmanagement, Personalführung und Organisationsgestaltung als Aufgaben der Unternehmensführung und Bestandteile des unternehmerischen Sozialsystems. • Unternehmerisches Personalmanagements: grundlegende Begriffe, Handlungsfelder des Personalmanagements im Überblick, ausgewählte Aktivitäten im Employee Life Cycle • Personalführung: grundlegende Begriffe, ausgewählte Führungsstile und Führungstheorien, Herausforderungen und Instrumente der Mitarbeiter- und Team-Führung • Organisationsgestaltung: Grundbegriffe, Elemente der Aufbauorganisation, Elemente der Prozessorganisation • Exemplarische integrative strategische Aufgabenfelder: Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Demografischer Wandel • Exemplarische integrative Handlungsfelder: Personalentwicklung, Change Management 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sascha Armutat							
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

STEUERLEHRE								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
4.2	150h	6	4. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	2 SWS		0 h		85 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1 SWS		16 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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	<p>Bereich Ertragsteuern:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick Steuersystem und wesentliche Steuerarten - Grundzüge des Steuerverfahrensrechts - Grundlagen der Einkommensteuer z.B. persönliche und sachliche Steuerpflicht (Beurteilung der Steuerpflicht auch bei im Ausland ansässigen Personen), 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 <p>Bereich Bilanzsteuerrecht:</p> <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							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Manuel Teschke
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

MANAGERIAL SKILLS								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
4.3	150h	6	4. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	1,5 SWS		0 h		77 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1,5 SWS		24 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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, verlässliche Informationen zu einem wirtschaftsrelevanten Thema zu recherchieren, aufzubereiten und an relevante Stakeholder zu vermitteln. - Sie können Ansätze der agilen Ideenfindung einordnen und diese im Rahmen des Innovationsmanagementprozesses einzusetzen. - Sie können grundlegende Kommunikationsmodelle und -techniken der face-to-face-Kommunikation erörtern und sind in der Lage, diese anzuwenden. - Sie können grundlegende Veränderungen in der digitalen Kommunikation erörtern und wesentliche Parameter zur Gestaltung eines erfolgreichen Remote Workings beschreiben. - Sie verstehen Bedeutung und Gestaltung von Netzwerken in Unternehmen und können Konflikte in der zwischenmenschlichen Interaktion beschreiben und bewältigen. - Sie können Anforderungen einer digitalen, agilen Arbeitswelt einordnen und in diesem Zusammenhang eigene Einstellungen, Motive sowie Verhaltensmuster beschreiben. 							
3	Inhalte Folgende inhaltlichen Elemente sind Bestandteil dieses Moduls: <ul style="list-style-type: none"> - Zielgruppenspezifische Kommunikation von Zielen und Inhalten - Einsatzmöglichkeiten und Gefahren moderner Medien in Unternehmen - Grundlagen der Kommunikation und des Netzwerkes - Ansätze zur Analyse und Bewältigung von Konflikten - Einstellungen und Motive - New Work und VUKA-Welt 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							
5	Prüfungsgestaltung Portfolioprüfung (Prüfungsformen werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben)							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Manuel Teschke
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

WIRTSCHAFTSINFORMATIK								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
4.4	150h	6	4. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	1,5 SWS		0 h		77 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1,5 SWS		24 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind Studierende in der Lage:							
	<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 Grundlagen des betrieblichen Einsatzes sowie die wichtigsten Typen von Informationssystemen zu erläutern. • Potentiale sowie Herausforderungen des Einsatzes von Informationssystemen zu beurteilen. • betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen unter Einsatz von Tabellenkalkulation zu lösen. • technischen Grundlagen von Rechnersystemen und deren Vernetzung zu erläutern und • die wesentlichen organisatorischen und technischen Aspekte der IT-Sicherheit zu benennen. 							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

3	Inhalte
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informations- und Kommunikationssysteme, Aufgaben der Wirtschaftsinformatik 2. Informationsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Daten / Informationen / Wissen, • Ebenenmodell des Informationsmanagements, • Aufgaben des Informationsmanagements • Betriebliche Anwendungssysteme 3. Datenorganisation und Datenmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Funktionen einer Datenbank • Datenmodellierung, • Relationales Datenmodell und SQL 4. Modellierung und Optimierung von Geschäftsprozessen <ul style="list-style-type: none"> • Wesen von Geschäftsprozessen • Geschäftsprozesse und IT • GP-Modelle • Grundlegende Konzepte der GP-Optimierung 5. IT-Infrastruktur und Sicherheit in der Informationstechnik <ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse Hardware, Betriebssysteme und Netzwerke • Wirtschaftliche und organisatorische Aspekte • Grundlegende Sicherheitsmaßnahmen • Ausgewählte Angriffsszenarien • Datenverschlüsselung im Internet • Digitale Signatur
4	Teilnahmevoraussetzungen
	Keine
5	Prüfungsgestaltung
	Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points
	Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r
	Prof. Dr. Peter Hartel
9	Sonstige Informationen
	<ol style="list-style-type: none"> (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

STRATEGISCHES MANAGEMENT								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
5.1	150h	6	5. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage <ul style="list-style-type: none"> detaillierte Begrifflichkeiten und Ansätze im Kontext des Strategischen Managements zu benennen und zu erläutern, Auswirkungen strategischer Entscheidungen auf die unterschiedlichen Anspruchsgruppen des Unternehmens einzuschätzen sowie die ethischen und gesellschaftlichen Auswirkungen schlussfolgern zu können, relevante interne und externe Rahmenbedingungen des Strategischen Managements von Unternehmen zu analysieren und zu beurteilen, konkrete Unternehmens-, Geschäftsbereichs- oder Funktionalstrategien aufzuzeigen, situativ einzuschätzen und ableiten zu können, die Herausforderungen und die Notwendigkeit der Innovationsfähigkeit von Unternehmen zu verstehen sowie grundlegende Instrumente und Methoden des Innovationsmanagements situativ anwenden zu können. 							
3	Inhalte Im Rahmen des Moduls werden die folgenden Themenbereiche behandelt: <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Strategischen Managements, insbes. Begrifflichkeiten und Denkschulen, institutionelle vs. funktionale Perspektive, Unternehmensvision, -mission und ziele, Management als professionalisierte Form der Führung, Kontext des Strategischen Managements, insbes. Umfeld des Unternehmens, Anspruchsgruppen (Shareholder vs. Stakeholder), Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltigkeit, Aspekte der Unternehmensethik und der Corporate Governance, Strategische Analyse als Ausgangspunkt des Managements, insbes. Umfeldanalyse (u.a. Five Forces, PESTEL), Unternehmensanalyse (u.a. Wertkettenanalyse, Kernkompetenzen) und integrative Analyse (insbes. SWOT), Strategiegestaltung und -implementierung auf Unternehmens-, Geschäftsbereichs- und funktionaler Ebene, insbes. Portfoliostrategien (Wachstum vs. Stabilisierung vs. Desinvestition), Ansoff-Matrix (Marktdurchdringung, Marktentwicklung / Internationalisierung, Produktentwicklung und Diversifikation), Strategischer Würfel und generische Wettbewerbsstrategien, Grundlagen der Innovation, des Innovationsmanagements und des (Corporate) Entrepreneurships, insbes. Begrifflichkeiten, Lebenszyklusmodelle und S-Kurvenkonzept, Innovationsarten und -prozesse, Generierung und Auswahl von (Geschäfts-) Ideen, Umsetzung in Geschäftsmodellen, Business Model Canvas, Lean Startup und Open Innovation. 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Tim Kampe
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

BESCHAFFUNG								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
5.2	150h	6	5. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr. 30	Sprache deutsch
	Vorlesung	2 SWS		0 h		85 h		
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1 SWS		16 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Beschaffung, insb. Internationale Beschaffung oder das sog. Global Sourcing gehören zu Unternehmensfunktionen, die in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen haben. Gerade in der globalen Beschaffung sehen die Unternehmen eine Möglichkeit, Teilprodukte kostengünstiger einzukaufen. Daher ist eine Ausrichtung auf den internationalen Beschaffungsmarkt verständlich und auch nötig, um weiterhin wettbewerbsfähig zu sein. Den Studierenden werden grundlegende Kenntnisse im Bereich der Beschaffung und der dazugehörigen logistischen Fragestellungen vermittelt. Sie verstehen die Grundprobleme der Beschaffung sowohl in der konkreten Beschaffungsabwicklung als auch in der strategischen Vorbereitung. Sie bewerten unterschiedliche strategische Optionen bei der Gestaltung der Beschaffung und können die relevanten betriebswirtschaftlichen Instrumente zur Analyse und Optimierung der Beschaffungsprozesse anwenden. Nach Bestehen des Moduls sind Studierende in der Lage eine fundierte Lieferantenbewertung und -auswahl durchzuführen und ausgehend von den zu beschaffenden Gütern die bestmögliche Beschaffungsstrategie auszuwählen. Abgerundet wird das Modul durch die Beschaffungsmarktforschung, welche die Studierenden ebenfalls als Methodenkompetenz anwenden können.							
3	Inhalte Das Modul Beschaffung behandelt den Beschaffungsprozess von der Beschaffungsmarktforschung bis zur operativen Bestandsplanung. Somit lernen die Studierenden einen durchgehenden Prozess kennen und können die Abhängigkeiten und Synergien der aufeinanderfolgenden Schritte erkennen. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Themen <ul style="list-style-type: none"> - Beschaffungsmarktforschung (Objekte und Prozesse) - Beschaffungsplanung (Prinzipien, Wege, Termine und Mengen) - Beschaffungsdurchführung (Lieferantenauswahl, Angebotseinholung und -prüfung, Angebotsauswahl und Bestellung) - Beschaffungscontrolling (Kosten- und Ablaufkontrolle) - Materiallagerung (Lagerarten und Materialverteilung) - Bedarfsermittlung (programmorientierte-, verbrauchsorientierte und heuristische-Bedarfsermittlung) - Bestandsplanung (Bestandsarten, -strategien, -führung und -überwachung) 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Gerald Oeser
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

GRUNDLAGEN CONTROLLING								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
5.3	150h	6	5. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	2 SWS		0 h		85 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1 SWS		16 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden folgende Kompetenzen erworben haben: <ul style="list-style-type: none"> - Die Fähigkeit, die Rolle des Controllings in der Unternehmensführung zu analysieren und zu bewerten. - Die Fähigkeit, verschiedene Controlling-Instrumente zu identifizieren und ihre Anwendung in verschiedenen Geschäftskontexten zu analysieren. - Die Fähigkeit, strategische und operative Controlling-Prozesse zu verstehen und zu erklären. - Die Fähigkeit, Entscheidungen auf der Grundlage von Controlling-Daten zu treffen und zu unterstützen. - Die Fähigkeit, die Auswirkungen von Controlling-Entscheidungen auf die Leistung und Strategie des Unternehmens zu verstehen und zu bewerten. - Die Fähigkeit, das Gelernte auf reale Geschäftssituationen anzuwenden und kritisch über die Rolle und Funktion des Controllings in verschiedenen Unternehmenskontexten nachzudenken. 							
3	Inhalte Das Modul Controlling adressiert grundlegende Themen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Controlling und Controller: Rolle und Funktionen im Unternehmen. 2. Instrumente des Rechnungswesens: Einsatz und Bedeutung im Controlling. 3. Strategisches Controlling: z.B. Investitions-Controlling, wertorientiertes Controlling, Kostenmanagement und Performance Management Systeme. 4. Operatives Controlling: z.B. Budgetierung/Planung und Prognose, Berichtswesen, kurzfristige Entscheidungsrechnung, Systeme der Plankostenrechnung und Kennzahlensysteme, Datenanalyse und Predictive Analytics 5. Bereichscontrolling: Ausgewählte Aspekte und ihre Bedeutung im Gesamtkontext des Controllings. 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Felix Zeidler
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

DIGITAL BUSINESS MANAGEMENT								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
5.4	150h	6	5. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	2 SWS		0 h		85 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1 SWS		16 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind Studierende in der Lage:								
<ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen aktueller organisatorischer, technischer und datenbezogener Treiber der Digitalisierung zu erklären und deren Auswirkungen auf Geschäftslösungen zu beurteilen • Ausgewählte Techniken zum Management der digitalen Transformation in konkreten Problemsituationen bzw. Aufgabenstellungen anzuwenden • Anhand realer und fiktiver Anwendungsfälle aufgebautes Erfahrungswissen in neue Aufgabenbereiche zu übertragen und anzuwenden 								
3	Inhalte							
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Digitalisierung aus der Perspektive der Wirtschaftsinformatik • Managementsysteme für die Gestaltung der digitalen Transformation in Unternehmen • Grundlagen, Funktionsweise und Anwendungen aktueller organisatorischer, technischer, und datenbezogener Treiber der Digitalisierung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Plattformökonomie ○ Cloud Computing ○ Conversational User Interfaces ○ Künstliche Intelligenz ○ Blockchain • Aktuelle Gestaltungsbausteine und -techniken zum Management der digitalen Transformation aus Sicht von Unternehmen in verschiedenen Bereichen <ul style="list-style-type: none"> ○ Geschäftsmodellentwicklung ○ Net-Economy ○ Aktuelle Entwicklungen im Prozessmanagement ○ Agile Softwareentwicklung ○ Anforderungsmanagement ○ Business Analytics ○ Datenmanagement ○ IT-Management 								
4	Teilnahmevoraussetzungen							
Keine								
5	Prüfungsgestaltung							
Hausarbeit								

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Peter Hartel
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SP-CFR: ADVANCED CONTROLLING								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
6.1	150h	6	6. Sem.	jährlich	SS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre	Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Vorlesung	2 SWS	0 h	85 h	30	deutsch		
	Übung	1 SWS	0 h	45 h				
	Präsenzübung	1 SWS	16 h	0 h				
	Sonstiges	0 SWS	4 h	0 h				
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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"> • Die Fähigkeit, erweiterte Methoden des wertorientierten Controllings in praktischen Geschäftssituationen einzuordnen und anzuwenden; insbs. im Zusammenhang mit der Bewertung von Projekten und Unternehmen. • Die Fähigkeit, Datenanalyse- und Predictive Analytics-Methoden im Controlling anzuwenden und deren Auswirkungen auf Geschäftsentscheidungen zu bewerten. • Die Fähigkeit, das Wissen aus dem Modul "Grundlagen Controlling" zu vertiefen und in komplexeren Geschäftssituationen anzuwenden. 							
3	Inhalte Das Wahlpflichtmodul Rechnungswesen/Controlling baut insbesondere auf dem Modul „Grundlagen Controlling“ auf. Im Mittelpunkt steht die Erweiterung der fundierten Kenntnisse aller finanzwirtschaftlichen und insb. Controlling-spezifischer Prozesse im Unternehmen. Inhalte sind u. a. <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung Wertorientiertes Controlling: Erweiterte Methoden und Anwendungen. • Datenanalyse und Predictive Analytics: Methoden und Werkzeuge zur Datenanalyse und Vorhersage, Anwendung im Controlling. • Vertiefung weiterer Themen aus Grundlagen Controlling: Vertiefte Behandlung ausgewählter Themen aus dem Modul "Grundlagen Controlling". 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Felix Zeidler
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SP CFR: BUSINESS ANALYTICS								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
6.2	150h	6	6. Sem.	jährlich	SS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	2 SWS		0 h		85 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1 SWS		16 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> - den Datenanalyseprozess zu verstehen und anzuwenden, um betriebswirtschaftliche Probleme zu lösen und unternehmerische Entscheidungsfindung datengetrieben zu unterstützen - verschiedene Tools und Techniken (z.B. Python oder Tableau) zu verwenden, um Daten zu extrahieren, zu bereinigen und zu analysieren - verschiedene Tools und Techniken anzuwenden, um Muster und Trends in großen Datenmengen zu erkennen - Daten visuell darzustellen und zu interpretieren, um klare und präzise Erkenntnisse zu gewinnen. - Prognosen und Vorhersagen für zukünftige Geschäftsentwicklungen auf Basis von Daten zu erstellen. - Erkenntnisse und Vorhersagen in präsentationsfähiger Form zu dokumentieren und zu kommunizieren. 							
3	Inhalte Einführung <ul style="list-style-type: none"> - Was ist Business Analytics und warum ist es wichtig? - Zusammenspiel Business Analytics und Controlling/Finanzen - Grundlagen Datenanalyse / der Datenanalyseprozess und seine Phasen Deskriptive Analyse <ul style="list-style-type: none"> - Ziele und Anwendungsgebiete der deskriptiven Analyse - Methoden und Techniken zur deskriptiven Analyse von Daten - Tools zur deskriptiven Analyse Diagnostische Analyse <ul style="list-style-type: none"> - Ziele und Anwendungsgebiete der diagnostischen Analyse - Methoden und Techniken, um Ursachen und (Wechsel-)Wirkungen von Daten zu verstehen - Tools zur diagnostischen Analyse Prädiktive Analyse („predictive analytics“) <ul style="list-style-type: none"> - Ziele und Anwendungsgebiete der prädiktiven Analyse - Methoden und Techniken, um Prognosen und Vorhersagen für zukünftige Geschäftsentwicklungen zu erstellen - Tools zur prädiktiven Analyse <p>Das Modul "Business Analytics" richtet sich explizit an Studierende der Betriebswirtschaftslehre im Schwerpunkt Controlling und setzt keine Vorkenntnisse in der Programmierung oder in der Bedienung etwaiger anderer Tools (z.B. Tableau) voraus. Der Kurs enthält angeleitete Übungen und Fallstudien, die es den Studierenden ermöglichen, ihr erworbenes Wissen aktiv anzuwenden.</p>							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

4	<p>Teilnahmevoraussetzungen Modul „Grundlagen Controlling“ und Module „Statistik“ und „Mathe“ sind empfehlenswert. Erfahrungen im Bereich Programmierung oder mit „Business Analytics“-Tools sind nicht notwendig.</p>
5	<p>Prüfungsgestaltung Referat</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
7	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Felix Zeidler</p>
9	<p>Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SP-MA: KÄUFERVERHALTEN UND MARKETINGFORSCHUNG								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
6.1	150h	6	6. Sem.	jährlich	SS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	2 SWS		0 h		85 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1 SWS		16 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:								
Käuferverhalten								
<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 interpersonellen 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. 								
Marketingforschung								
<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. 								

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

3	<p>Inhalte</p> <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	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
7	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Denise Demisch</p>
9	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)</p> <p>(2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SP-MA: MARKEN- UND KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT / CHANNEL-MANAGEMENT UND PRICING								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
6.2	150 h	6	6. Sem.	jährlich	SS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre	Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Vorlesung	2 SWS	0 h	85 h	30	deutsch		
	Übung	1 SWS	0 h	45 h				
	Präsenzübung	1 SWS	16 h	0 h				
	Sonstiges	0 SWS	4 h	0 h				
	Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen							
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. 							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

3	<p>Inhalte</p> <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	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
7	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Denise Demisch</p>
9	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)</p> <p>(2) Lehrmaterialien (Lernbriefe oder geeignete Lehrbücher)</p>

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SP-PO: PERSONALMANAGEMENT: STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
6.1	150h	6	6. Sem.	jährlich	SS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre	Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache		
	Vorlesung	2 SWS	0 h	85 h	30	deutsch		
	Übung	1 SWS	0 h	45 h				
	Präsenzübung	1 SWS	16 h	0 h				
	Sonstiges	0 SWS	4 h	0 h				
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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 des Personalmanagements im Kontext aktueller Entwicklungen und in ihren Wechselwirkungen untereinander und zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionen verstehen und darstellen. • Sie sind in der Lage, unternehmensbezogene Problemstellungen aus der Perspektive des Personalmanagements mit wissenschaftlichen Hilfsmitteln zu analysieren, problemgerechte Lösungsansätze zu identifizieren und geeignete Instrumente auszuwählen. • Sie können geeignete Maßnahmen des Personalmanagements in den Themenfeldern des strategischen Personalmanagements, der Personalplanung, des Employer Brandings und der Personalrekrutierung aus strategischer und operativer Sicht vor dem Hintergrund theoretischer Konzepte bewerten und weiterentwickeln. 							
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das unternehmerische Personalmanagement: Leitidee Human Resource Management, grundlegende Begriffe, historische, betriebswirtschaftliche und wissenschaftliche Einordnung • Handlungsfelder des Personalmanagements im Überblick • Eckpunkte des Strategischen Personalmanagements im Kontext des unternehmerischen Zielsystems • Organisationsmodelle für das Personalmanagement und Einbindung in die Aufbauorganisation • Personalplanung: Grundbegriffe, belegschaftskennzahlen, Altersstrukturanalysen, Eckpunkte der strategischen Personalplanung • Employer Branding: Arbeitgebermarken, Employee Experience und Maßnahmen der Markenkommunikation • Recruiting: Rekrutierungsstrategien, Rekrutierungsquellen, Rekrutierungscontrolling 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sascha Armutat
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SP-PO: ARBEITSRECHT								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
6.2	150h	6	6. Sem.	jährlich	SS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Modules erwerben die Studierenden das für die Personalarbeit in einem Unternehmen erforderliche Grundlagenwissen des deutschen Individualarbeitsrechts, einschließlich der damit korrelierenden Kenntnisse im kollektiven Arbeitsrecht. Sie 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 <ul style="list-style-type: none"> • 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 werden Grundkenntnisse im Wirtschaftsprivatrecht							
5	Prüfungsgestaltung Klausur oder mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Christiane Nitschke
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe oder geeignete Lehrbücher)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SEMINAR BWL								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
6.3	150h	6	6. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	0 SWS		0 h		0 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	2 SWS		16 h		45 h		
	Sonstiges	1 SWS		4 h		40 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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 konkrete praxisorientierte Fragestellungen 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 einem ausgewählten Bereich der betriebswirtschaftlichen Forschung in Form einer kurzen wissenschaftlichen Arbeit in der Lage. - Sie können Arbeitsergebnisse unter Berücksichtigung erforderlicher Präsentationstechniken vor einer größeren Gruppe präsentieren und mit dieser in Dialog treten. 							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

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"> - Strategisches Controlling - Risikomanagement - Interdisziplinäre Aspekte (z. B. wirtschaftspsychologische Ansätze) - Spezifische Finanzprodukte und Kapitalmarktanalysen - Digitalisierung bzw. Digital Strategy - Change Management - Corporate Social Responsibility - Innovations- und Qualitätsmanagement - Unternehmensgründung/ Entrepreneurship - <p>(Diese Liste dient nur als beispielhafter Anhaltspunkt und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit.)</p>
4	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Sicheres Beherrschen der Techniken des wiss. Arbeitens, der Besuch des Workshops wird empfohlen.</p>
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Präsentation</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
7	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Manuel Teschke und Prof. Dr. Anita Eusterbrock</p>
9	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)</p> <p>(2) Lehrmaterialien (Literaturlisten zum jeweiligen Seminarthema siehe ILIAS)</p>

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

UNTERNEHMENSSIMULATION (PLANSPIEL)								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
6.4	150h	6	6. Sem.	halbjährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	0 SWS	0 h		0 h	30	deutsch	
	Übung	3 SWS	0 h		120 h			
	Präsenzübung	1 SWS	20 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	10 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> - die Teilfunktionen eines größeren Unternehmens auf Basis umfassender Datensätze zu analysieren und zu gestalten, - Soll-Ist-Analysen auf Basis des Berichtswesens durchzuführen, - Abhängigkeiten und Wechselwirkungen im Unternehmen zu durchschauen, - die damit einhergehende Komplexität zu bewältigen, - betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Methoden zu aktivieren und auf Praxissituationen anzuwenden, - eine Unternehmensstrategie zu entwerfen und zu begründen, - Entscheidungen unter Unsicherheit zu treffen, - im Team zielorientiert zusammenzuarbeiten, - Geschäftsberichte zu lesen und zu verstehen sowie - Arbeitsergebnisse zu präsentieren. 							
3	Inhalte Verschiedene Inhalte je nach Entscheidungssituation aus dem Bereich Unternehmensführung, insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> - Wertorientierte Unternehmensführung - Unternehmensleitbild - Strategisches Marketing - Corporate Identity - Geschäftsfeldentwicklung - Personalplanung und -qualifikation, Produktivität und Fluktuation - Produktmanagement - Beschaffungsmanagement (Make-or-Buy Decision; Global Sourcing) - Ökologische Produktion, Rationalisierung - Investitions- und Auslastungsplanung - Finanz- und Rechnungswesen, insb. Kostenrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz, GuV, Cash-Flow Statement und Kennzahlensysteme 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

5	Prüfungsgestaltung Portfolioprüfung (Prüfungsformen werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben)
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jürgen Schneider
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SP-CFR: JAHRESABSCHLUSSPOLITIK UND -ANALYSE								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
7.1	150h	6	7. Sem.	jährlich	WS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium		gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h		30	deutsch
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
Nach erfolgreicher Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> ▪ wichtige Begriffe der Jahresabschlusspolitik und -analyse zu benennen und zu erläutern, ▪ bilanzpolitische Gestaltungsmöglichkeiten von Unternehmen zu identifizieren und hinsichtlich ihrer Bedeutung für den Jahresabschluss zu bewerten, ▪ Konzepte und Verfahren der Jahresabschlussanalyse zu benennen, ▪ zielorientiert - auf die spezifischen Informationsbedürfnisse bezogen - Analysemethoden auszuwählen, anzuwenden und die Ergebnisse zu interpretieren, ▪ Jahresabschlüsse aus der Praxis hinsichtlich ihrer Aussagefähigkeit zu beurteilen und daraus Handlungsempfehlungen für das Management abzuleiten. 								
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wesen und Grundlagen des Jahresabschlusses ▪ Motive und Ziele der Jahresabschlusspolitik ▪ Instrumente und Grenzen der Jahresabschlusspolitik ▪ Aufbereitung des Jahresabschlusses ▪ Kennzahlengestützte Jahresabschlussanalyse (finanzwirtschaftliche, erfolgswirtschaftliche) ▪ Strategische Jahresabschlussanalyse 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Vorhandensein von Basiswissen der Bilanzierung sowie Umgang mit den jeweils gültigen Rechtsnormen des Handelsrechts (HGB) sind empfehlenswert							
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)							
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Ulrike Settnik							
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SP-MA: DIGITALES MARKETING / STRATEGISCHES MARKETING UND NACHHALTIGKEIT								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
7.1	150h	6	7. Sem.	jährlich	WS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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. 								
<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. • Auf der Basis der Business Model Canvas können Sie ein nachhaltiges Marketing- und Geschäftskonzept entwickeln. 								

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

3	<p>Inhalte</p> <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 <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	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
7	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Denise Demisch</p>
9	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)</p> <p>(2) Lehrmaterialien (Lernbriefe oder geeignete Lehrbücher)</p>

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

SP-PO: PERSONALMANAGEMENT: EMPLOYEE JOURNEY								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufig-keit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
7.1	150h	6	7. Sem.	jährlich	WS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	2 SWS	0 h		85 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	16 h		0 h			
	Sonstiges	0 SWS	4 h		0 h			
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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 des Personalmanagements im Kontext aktueller Entwicklungen und in ihren Wechselwirkungen untereinander und zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionen verstehen und darstellen. • Sie sind in der Lage, unternehmensbezogene Problemstellungen aus der Perspektive des Personalmanagements mit wissenschaftlichen Hilfsmitteln zu analysieren, problemgerechte Lösungsansätze zu identifizieren und geeignete Instrumente auszuwählen. • Sie können geeignete Maßnahmen des Personalmanagements in den Themenfeldern der Employee Journey von der Personalauswahl bis zur Personalfreisetzung aus strategischer und operativer Sicht vor dem Hintergrund theoretischer Konzepte bewerten und weiterentwickeln. 							
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Inhalte, Aufgaben und Konzepte der Personalauswahl: Bedeutung und Wertbeitrag, Personalauswahlverfahren, Bewerbungsmanagement, rechtlicher Regelungsrahmen • Inhalte, Aufgaben und Konzepte des Onboarding: Evidenzbasierte Maßnahmen, Aufbau von Einarbeitungsprogrammen • Arbeitszeitmanagement: Einflussfaktoren, Gestaltungsparameter, Arbeitszeitmodelle, rechtlicher Regelungsrahmen • Vergütungsmanagement: Einflussfaktoren, Gestaltungsparameter, Vergütungsmodelle, rechtlicher Regelungsrahmen • Performancemanagement: Performancemanagementsysteme, Personalbeurteilung • Personalentwicklung: Kompetenzentwicklung, Karrieremodelle, Talentmanagement • Personalfreisetzung: Formen, flexibles Belegschaftsmanagement, Alumni-Konzepte • Aktuelle Herausforderungen für das Personalmanagement: Digitalisierung und Nachhaltigkeit 							
4	Teilnahmevoraussetzungen Keine							
5	Prüfungsgestaltung Referat							
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sascha Armutat
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

FINANZMANAGEMENT								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
7.2	150h	6	7. Sem.	jährlich	WS-BI/GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang		Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache
	Vorlesung	2 SWS		0 h		85 h	30	deutsch
	Übung	1 SWS		0 h		45 h		
	Präsenzübung	1 SWS		16 h		0 h		
	Sonstiges	0 SWS		4 h		0 h		
Lehrformen: Lerneinheiten zum Selbststudium, Präsenzveranstaltungen in Form von Übungen								
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"> ▪ 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 unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsstrategien 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. ▪ Bank- und finanzwirtschaftliche Problembereiche aus der Sichtweise der Kreditinstitute und der Finanzmärkte beurteilen. 							
3	Inhalte Das Modul Finanzmanagement adressiert folgende Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen + Organisation des Finanzmanagements ▪ Kennzahlen des Finanzmanagements ▪ Unternehmensbewertung ▪ Finanzplanung <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Cash Flows</i> ○ <i>Kapitalflussrechnung</i> ○ <i>Kurz-, mittel- und langfristige Finanzpläne</i> ○ <i>Digitale Prognosen</i> ▪ Internationale Finanzprozesse <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Internationaler Zahlungsverkehr</i> ○ <i>Netting, Cash Pooling, Payment Factory, Inhouse Bank</i> ○ <i>Zins- und Währungsmanagement</i> ○ <i>Finanzprozessdigitalisierung</i> ▪ Anlage- + Finanzierungsstrategien 							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Grundlagen Kapitalmärkte</i> ○ <i>Vertiefung Anleihen, Aktien, Asset Backed Securites</i> ○ <i>Nachhaltige Strategien</i> ▪ Working Capital Management ▪ Kapitalkosten und Kapitalstruktur
4	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse der Inhalte des Moduls „Investition und Finanzierung“, darüber hinaus werden mathematische und statistische Grundlagen empfohlen.
5	Prüfungsgestaltung Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Andreas Uphaus
9	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

INTERNATIONALES PROJEKT								
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
7.3	225 h	9	7. Sem.	halbjährlich	WS-BI SS-GT	1 Sem.	Pflicht	B.A.
1	Lehrveranstaltungs- art	Umfang	Tatsächliche Kontaktzeit / Präsenzlehre		Selbststudium	gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Vorlesung	1 SWS	0 h		45 h	30	deutsch	
	Übung	1 SWS	0 h		45 h			
	Präsenzübung	1 SWS	20 h		0 h			
	Sonstiges	3 SWS	25 h		90 h			
Lehrformen: Lerneinheiten und ausgewählte Literatur zum Selbststudium, projektbezogene Kleingruppenarbeit unter Anleitung, Moderation und Evaluation der Projektergebnisse in der Gruppe								
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 beherrschen Kenntnisse in der Projekt-, Auftrags- und Ablauforganisation, d.h. Planung, Steuerung und Überwachung des Projektes und Organisation des Projektmanagements und können diese in einer Projektarbeit umsetzen. - Sie sind in der Lage, ausgewählte Managementwerkzeuge in Projekten einzusetzen. - Sie können mit einem Projektmanagementsystem im Rahmen von selbst gewählten Projektfallstudien aus dem Unternehmensumfeld der Studierenden arbeiten. - Sie sind befähigt, sich als ProjektmitarbeiterIn in Projektteams mit bis zu 6 Teilnehmern situationsgerecht verhalten zu können. - Sie sind in der Lage, globale Standards der internationalen Projektplanung (wie die Organisation virtueller Projektteams und die effiziente Projektplanung und -kontrolle bei verteilten Projekten) anzuwenden. - Sie können selbstständig im Bereich des internationalen Projektmanagements handeln und in diesem Zusammenhang ein eigenständiges, praxisbezogene sowie auch wissenschaftlich fundiertes Projekt durchführen und die wesentlichen Inhalte und Ergebnisse auch präsentieren (wahlweise in englischer oder in deutscher Sprache). 							

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

3	Inhalte
	<p>Grundlagen des Projektmanagements:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stufen der Projektabwicklung - Phasen der Problemlösung - Organisation von Projekten - Planung und Steuerung von Projekten - Führung von Projektgruppen - Softwareeinsatz zur Projektabwicklung - Techniken des Projektmanagements - Erstellung eines Pflichtenheftes <p>Neben den Inhalten zum Projektmanagement werden auch rechtliche, organisatorische und kulturelle Unterschiede im internationalen Bereich beleuchtet, u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kulturebenen und Kulturdimensionen, - Strategien für den Markteintritt, - Phasen der Internationalisierung sowie - Kommunikative länderspezifische Besonderheiten.
4	Teilnahmevoraussetzungen
	Themenvorschlag des jeweiligen Projektunternehmens muss <u>bis zum Semesterbeginn</u> vorliegen.
5	Prüfungsgestaltung
	Präsentation
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points
	Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r
	Prof. Dr. Anita Eusterbrock
9	Sonstige Informationen
	<p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)</p> <p>(2) Lehrmaterialien (siehe aktuelle Literaturliste zum Projektmanagement und zu ausgewählten Themen der jeweiligen Projekte)</p>

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

BACHELOR-ARBEIT INKL. KOLLOQUIUM									
Nr.	Workload	Credit Points	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau	
8.1	375h	15 (12+3)	8. Sem.	jährlich	WS-GT SS-BI	1 Sem.	Pflicht	B.A.	
1	Lehrveranstaltungs- art	Stellenwert der Note					Sprache		
	Abschlussarbeit	12 / 180 (gewichtete Credit Points)					deutsch		
	Kolloquium	3 / 180 (gewichtete Credit Points)							
	Lehrformen: Es erfolgt eine kontinuierliche Betreuung durch den/die Prüfer/in und einem/einer Zweitgutachter/in.								
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Die Bachelor-Arbeit soll zeigen, dass die Kandidatin oder der Kandidat befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus dem Bereich der Betriebswirtschaft selbstständig mit den in der Anwendung erprobten wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden zu bearbeiten: <ul style="list-style-type: none"> - Studierende können komplexe, betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen analysieren. - Studierende können eine betriebswirtschaftliche Problemstellung selbstständig erarbeiten. - Studierende sind in der Lage, die erlernten Methoden und fachlichen Inhalten zur Lösung der vorliegenden Aufgabe einzusetzen und bei Bedarf zu transferieren. - Studierende haben die Kompetenz, die erzielten Ergebnisse prägnant schriftlich darzustellen. Das Kolloquium ergänzt die Bachelor-Arbeit und ist selbstständig zu bewerten: <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, erarbeitete Ergebnisse, ihre fachübergreifenden Zusammenhänge und ihre Bedeutung für die Praxis mündlich darzustellen. 								
3	Inhalte Die Bachelor-Arbeit ist entweder eine eigenständige Untersuchung oder betrachtet ein bekanntes Thema aus der Betriebswirtschaft unter neuen Aspekten. In der Arbeit soll die/der Studierende unter Beweis stellen, dass sie/er das im Studium vermittelte Wissen in verwertbare Ergebnisse umsetzen und betriebswirtschaftlich arbeiten kann. Dies kann eine rein theoretische Arbeit sein, ist aber üblicherweise eine anwendungsorientierte Arbeit, in der theoretisches Wissen in praktische Lösungen umgesetzt werden soll.								
4	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 144 Credit Points aus den studienbegleitenden Modulprüfungen Inhaltlich: Keine								

**MODULHANDBUCH FÜR DEN VERBUNDSTUDIENGANG BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFT (B.A.)
DES FACHBEREICHS WIRTSCHAFT**

5	Prüfungsgestaltung Bachelorarbeit UND Kolloquium
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung. Für die erfolgreiche Bearbeitung werden 12 Credit Points für die Bachelor-Thesis und 3 Credit Points für das anschließende Kolloquium vergeben.
7	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Bachelor Betriebswirtschaft (B. A.)
8	Modulbeauftragte/r Studiengangsleitung
9	Sonstige Informationen