

**Modulhandbuch**  
**Bachelorstudiengang**  
**“Betriebswirtschaftslehre“**  
**(Fernstudium 180 ECTS – PO Okt20)**

**PFH – Private Hochschule Göttingen**



Stand: 4.2019

Änderungen vorbehalten

## **Inhaltsverzeichnis**

Modul 1: Einführung in das BWL-Studium .....	3
Modul 2: Fundamentals I .....	5
Modul 3: Unternehmensführung .....	8
Modul 4: Klassische primäre Funktionen .....	10
Modul 5: Fundamentals II .....	13
Modul 6: Rechnungswesen .....	16
Modul 7: Fundamentals III .....	18
Modul 8: Funktionenlehre .....	20
Modul 9: Wirtschaftsrecht .....	24
Modul 10: Branchenspezifische BWL .....	27
Modul 11: Managementlehre .....	30
Modul 12: Bilanzen .....	34
Modul 13: Hausarbeit .....	37
Modul 14: Unternehmen als soziale Systeme .....	38
Modul 15: Instrumente der Unternehmensführung .....	41
Modul 16: Projekt- / Prozessmanagement .....	43
Modul 17: Branchenorientierter Schwerpunkt .....	45
Modul 18: Funktionsorientierter Schwerpunkt .....	55
Modul 19: Business Development Management .....	68
Modul 20 (BA 8) / 21 (BA 6): Branchenorientierter Schwerpunkt .....	72
Modul 21 (BA 8) / 22 (BA 6): Funktionsorientierter Schwerpunkt .....	81
Modul 22 (BA 8) / 20 (BA 6): Essentials .....	88
Modul 23: Bachelor Thesis .....	91

## **Abkürzungsverzeichnis**

BA 6	=	6-semesterige Studiengangsvariante
BA 8	=	8-semesterige Studiengangsvariante
EA	=	Einsendeaufgabe
H	=	Hausarbeit
K	=	Klausur (z. B. K 120 = 120-minütige Klausur)
M	=	Mündliche Prüfung
T	=	Thesis

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 1: Einführung in das BWL-Studium</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1	1 Sem.	Pflichtmodul	4	120 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	EA	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Mörstedt

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Das Modul Einführung in die Wirtschaftswissenschaften bereitet die Studierenden auf das kommende Studium und dessen Besonderheiten vor. Die Studierenden lernen ihren Prüfungsablauf und ihre Ansprechpartner zu Fragen Studiums kennen und erhalten ausführliche Informationen zum internen Bereich.</p> <p>Des Weiteren dient dieses Modul der handlungsorientierten Einführung der Studierenden in den Themenbereich der Wirtschaftswissenschaften. Die Studierenden kennen wesentliche Gebiete der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre und beherrschen effiziente Lerntechniken. Sie reflektieren ihre Studienentscheidung, machen sich Gedanken über die von ihnen angestrebten Ziele und überlegen sich Lernpfade zum erfolgreichen Abschluss ihres Studiums.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>1.1 Einführung in das Studium und die BWL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Studienablauf</li> <li>2.1 Allgemeines</li> <li>2.2 Prüfungsablauf</li> <li>2.3 Curriculum Bachelor of Arts</li> <li>2.4 Lehrbriefe</li> <li>2.5 Klausuren</li> <li>2.6 Einsendeaufgaben</li> <li>3 Wissenschaftliche Arbeiten</li> <li>3.1 Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten</li> <li>3.2 Bachelor-Thesis</li> <li>4 Organisatorisches</li> <li>4.1 Arbeiten mit myPFH</li> <li>4.2 Veranstaltungen</li> <li>4.3 Weitere unterstützende Lehr- und Lernformate</li> </ul> <p><b>1.2 Grundzüge der BWL und der VWL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Wesentliche Inhalte der Wirtschaftswissenschaften</li> <li>2.1 Entwicklung und Einordnung der Wirtschaftswissenschaften</li> <li>2.2 Grundlagen des Wirtschaftens</li> </ul>

**1.3 Selbstorganisiertes und individuelles Lernen**

- 1 Einführung
- 2 Die Grundlagen des Er-Lebens und Er-Lernens: Dem Gehirn gerecht werden
  - 2.1 Der Aufbau des Gehirns: Ein Überblick
  - 2.2 Die Formatio reticularis: Steuerung der Aufmerksamkeit
  - 2.3 Hypothalamus und Hypophyse: Die Stress-Reaktion
  - 2.4 Limbisches System und Hippocampus
  - 2.5 Der Neokortex: Das Wissens-Netz
- 3 Lernen selbst organisieren, Lernen gehirngerecht gestalten
  - 3.1 Rahmenbedingungen des Lernens selbst organisieren
  - 3.2 Das Lernen gehirngerecht gestalten
- 4 Lernen individuell organisieren: Brennpunkte des Lernens bewältigen

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
1.1 Einführung in das Studium und die BWL	1
1.2 Grundzüge der BWL und der VWL	2
1.3 Selbstorganisiertes und individuelles Lernen	1

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 2: Fundamentals I</b>				
Semester	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1 Sem.	Pflichtmodul	6	180 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform/ Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	2.1: EA 2.2: K 60	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Ahrens

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Das Modul vermittelt theoretische und angewandte Kenntnisse hinsichtlich zentraler analytischer Methoden, welche in den Wirtschaftswissenschaften Anwendung finden. Insbesondere in der Lehrveranstaltung Mikroökonomik mit ihrem expliziten Bezug auf unternehmerisch oder wirtschaftspolitisch relevante Fragestellungen steht die Stärkung des anwendungsbezogenen analytischen Denkens im Mittelpunkt. Neuere Forschungsergebnisse der Industrie- und Informationsökonomik sowie Grundlagen der Spieltheorie werden mit Blick auf praktische Problemstellungen behandelt.</p> <p>Interaktive Mathematikvorlesungen und Übungseinheiten ergänzen die mikroökonomischen Inhalte. Sie vermitteln das grundlegende mathematische Handwerkszeug (v. a. in den Bereichen Algebra und Analysis) für die Vorlesung Mikroökonomik, aber auch für andere quantitativ analytisch ausgerichtete Veranstaltungen.</p> <p>Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, formale ökonomische Analysemethoden anzuwenden, das Verhalten ökonomischer Akteure bei unterschiedlichen Rahmenbedingungen zu verstehen und zu erkennen, wie die vermittelten methodischen Ansätze zu einer zielgerichteten Lösung von praktischen Managementmethoden beitragen können. Das Modul Fundamentals I bildet somit die Basis für alle formal-analytisch konzipierten BWL-Module und für alle volkswirtschaftlich ausgerichteten Module.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>2.1 Mikroökonomik</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Die unsichtbare Hand des Marktes                         <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Angebot und Nachfrage</li> <li>2.2 Marktgleichgewicht</li> <li>2.3 Elastizitäten</li> </ul> </li> <li>3 Theorie der Unternehmen                         <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Technologie</li> <li>3.2 Kosten</li> <li>3.3 Angebot</li> </ul> </li> <li>4 Theorie der Konsumenten                         <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Nutzen</li> <li>4.2 Budgetbeschränkung</li> </ul> </li> </ul>

- 4.3 Nachfrage
- 5 Marktformen
- 5.1 Die Analyse von Wettbewerbsmärkten
- 5.2 Monopol
- 5.3 Oligopol
- 5.4 Weitere Marktformen
- 6 Spieltheorie
- 6.1 Grundlagen
- 6.2 Klassische Spiele
- 6.3 Wiederholte Spiele
- 6.4 Sequenzielle Spiele
- 7 Märkte mit asymmetrischen Informationen
- 7.1 Adverse Selektion
- 7.2 Moral hazard
- 7.3 Anreizkompatible Verträge
- 8 Verwandte Themenfelder
- 8.1 Fortgeschrittene Mikroökonomik
- 8.2 Verhaltensökonomik
- 8.3 Politische Ökonomie
- 8.4 Arbeitsmarktökonomik
- 8.5 Personalökonomik

## 2.2 Mathematik

- 1 Einführung
- 2 Elementares Rechnen
- 2.1 Allgemeine Zahlensymbole
- 2.2 Die Grundrechenarten
- 3 Höhere Rechenarten
- 3.1 Potenzen
- 3.2 Die Wurzelrechnung
- 3.3 Logarithmen
- 4 Summenrechnung
- 4.1 Der Summenoperator
- 4.2 Doppelsummen und Mehrfachsummen
- 5 Gleichungen
- 5.1 Umformen von Gleichungen
- 5.2 Bestimmungsgleichungen
- 5.3 Quadratische Gleichungen
- 6 Die grafische Darstellung mathematischer Zusammenhänge
- 7 Die Gerade
- 7.1 Eigenschaften linearer Gleichungen
- 7.2 Ermittlung der Steigung
- 7.3 Andere Formen der Geradengleichung
- 8 Lineare Gleichungen und Gleichungssysteme
- 8.1 Lineare Gleichungen mit zwei und mehr Variablen
- 8.2 Lineares Gleichungssystem mit zwei Gleichungen und zwei Variablen
- 8.3 Methoden zur Lösung von zwei linearen Gleichungen mit zwei Variablen (Unbekannten)
- 8.4 Der Gaußalgorithmus
- 9 Die Matrizen- und Vektorrechnung
- 9.1 Darstellung linearer Gleichungssysteme in Matrizenform
- 9.2 Matrizenoperationen
- 9.3 Die transponierte Matrix
- 9.4 Die Inverse einer Matrix
- 9.5 Die Determinante
- 9.6 Das Lösen von Gleichungssystemen mit der Cramerschen Regel
- 10 Grafische Darstellung von nichtlinearen Gleichungen
- 10.1 Merkmale nichtlinearer Funktionen
- 10.2 Die Parabel
- 10.3 Das Polynom
- 10.4 Der Kreis
- 10.5 Die Ellipse

11	Die Differentialrechnung
11.1	Vorbemerkungen
11.2	Der Differentialquotient
11.3	Die <b>Differentiation</b> zusammengesetzter Funktionen
11.4	Das vollständige (totale) <b>Differential</b>
11.5	Die Ermittlung von Extremwerten mithilfe der Differentialrechnung
11.6	Zielfunktionsoptimierung unter Einhaltung von Restriktionen
12	Ungleichungen
13	Finanzmathematik

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
2.1 Mikroökonomik	3
2.2 Mathematik	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 3: Unternehmensführung</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
1	1 Sem.	Pflichtmodul	12	360 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	K 120	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Mörstedt

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Die Studierenden erlernen die wesentlichen Schwerpunkte der Unternehmensführung. Zunächst wird die Unternehmensführung als ein mit der Umwelt kontinuierlich in Austausch stehendes System erläutert und im Anschluss daran das Controlling als ein Bereich der Unternehmensführung kurz vorgestellt.</p> <p>Der Lehrbrief Organisation stellt den Studierenden zunächst die wesentlichen Ziele einer Organisation vor. Die Instrumente der Organisation und deren Verknüpfung zu Organisationskonzeptionen werden im Anschluss erläutert. Der Bereich Personalwirtschaft vermittelt den Studierenden das Verständnis für personalpolitische Problemstellungen.</p> <p>Die Studierenden erkennen nach Bearbeitung des Moduls die Zusammenhänge zwischen den Gebieten der Unternehmensführung und können die bearbeiteten Themen praxisorientiert anwenden.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>3.1 Einführung in die Unternehmensführung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Unternehmensführung: Gesamtsteuerung des Unternehmens</li> <li>2.1 Grundlagen der Unternehmensführung</li> <li>2.2 Unternehmensführung als Prozess mit kontinuierlicher Rückkopplung</li> </ul> <p><b>3.2 Einführung in das Controlling</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Controlling als Ansatz zur Lösung von Koordinations- und Anpassungsproblemen von Unternehmen</li> <li>2.1 Wurzeln und Definition des Controllings</li> <li>2.2 Ziele und Aufgaben des Controllings</li> <li>2.3 Konzeptionelle Integration des Controllings in die Unternehmensführung</li> <li>2.4 Controlling-Technologie</li> </ul> <p><b>3.3 Organisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Organisation als Funktion für Effizienz und Effektivität des Unternehmens</li> <li>2.1 Begriff und Merkmale der Organisation</li> <li>2.2 Ziele der Organisation und deren Zusammenhang mit Unternehmenszielen</li> </ul>

<p>2.3 Organisatorische Instrumente als Basis für Effizienz im Unternehmen                  2.4 Effektive Organisationskonzeptionen                  2.5 Zusammenhang zwischen effizientem Einsatz organisatorischer Instrumente und effektiven Organisationskonzeptionen</p> <p><b>3.4 Personalwirtschaft</b>                  1 Einführung                  2 Personalwirtschaft: Steuerung des Humankapitals im Unternehmen                  2.1 Grundlagen der Personalwirtschaft                  2.2 Aufgabenbereiche der Personalwirtschaft</p>
--

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
3.1 Einführung in die Unternehmensführung	3
3.2 Einführung in das Controlling	3
3.3 Organisation	3
3.4 Personalwirtschaft	3

Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)				
Modul 4: Klassische primäre Funktionen				
Semester	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2 (BA 8) 1 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	9	270 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform/ Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	K 90	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Sierke
Kompetenzziele des Moduls				
<p>Die Studierenden lernen die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Funktionen als Basiswissen des Wirtschaftsingenieurs sowohl als Einzelfunktionen als auch deren Zusammenwirken kennen. Dabei steht zunächst der methodische Ansatz der Vorstellung von Instrumenten im Vordergrund. Prozessorientiertes Vorgehen schließt sich dieser Methodik an.</p> <p>In „Beschaffung“ lernen die Studierenden fundamentale materialwirtschaftliche Zusammenhänge kennen, die für weitere logistische Fragestellungen unabdingbar sind.</p> <p>Der Bereich „Produktion“ gibt einen ersten fundierten Überblick über die Produktionswirtschaft mit einem Spektrum von theoretischen Grundzusammenhängen bis hin zu anwendungsbezogenen praxisnahen Fragestellungen der Programmplanung.</p> <p>Im Bereich „Absatz“ werden die Studierenden an klassische Problemlösungen des Vertriebs und der Vermarktung herangeführt und bekommen einen grundlegenden Überblick über die Marktseite und deren Handhabung als Vermarkter. Das Spannungsfeld des klassischen Vertriebs bis hin zum modernen Marketing wird bewusst in den Vordergrund gestellt.</p>				
Lehrinhalte				
<p><b>4.1 Beschaffung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Grundlagen der Beschaffung                         <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Begriffsabgrenzung, Aufgabengebiet und Objekte der Beschaffung</li> <li>2.2 Aufgaben der Materialwirtschaft</li> <li>2.3 Ziele der Beschaffung</li> <li>2.4 Bedeutung der Materialwirtschaft</li> <li>2.5 Organisation der Materialwirtschaft</li> </ul> </li> <li>3 Rationalisierung                         <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 ABC-Analyse</li> <li>3.2 XYZ (RSU) Analyse</li> <li>3.3 Portfolio-Methode in der Beschaffung</li> <li>3.4 Normung</li> <li>3.5 Nummerung</li> <li>3.6 Wertanalyse</li> </ul> </li> <li>4 Ermittlung des Materialbedarfs                         <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Bedarfsarten</li> <li>4.2 Methoden der Bedarfsermittlung</li> </ul> </li> </ul>				

- 4.3 Bedarfsermittlung mit der Gozinto-Methode
- 4.4 Synthetische Methode der Bedarfsermittlung
- 4.5 Stochastische (Verbrauchsorientierte) Bedarfsermittlung
- 5 Materialbestand und Disposition
- 5.1 Grundvarianten der Disposition
- 5.2 Bestandsplanung und Bestandsstrategien
- 5.3 Bestellterminierung
- 5.4 Aufgaben der Bestandsführung
- 6 Materialbeschaffung und Disposition
- 6.1 Einflussfaktoren auf die Ermittlung der Bestellmenge
- 6.2 Optimierungsmodelle
- 6.3 Die Beschaffungsmarktforschung
- 6.4 Die Beschaffungsdurchführung (Einkauf)

#### **4.2 Produktion**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen der Produktionstheorie
- 2.1 Produktionsbegriff
- 2.2 Produktionsfaktoren
- 2.3 Produktionsziele
- 3 Strategische Produktionsplanung - Rahmenbedingungen
- 3.1 Standort
- 3.2 Fertigungstypen
- 3.3 Organisationstypen der Fertigung
- 3.4 Make or Buy (Eigen- vs. Fremdfertigung)
- 4 Produktionsgestaltung
- 4.1 Planung des Produktionsablaufs
- 4.2 Produktionsprogrammplanung
- 4.3 Total Quality Management
- 4.4 Umweltgerechte Produktion
- 5 Humanisierung der Arbeit
- 6 Theoretische Grundlagen

#### **4.3 Absatz**

- 1 Einführung
- 2 Von der Absatzwirtschaft zum Marketing - Grundlagen
- 2.1 Begriffliche Abgrenzungen
- 2.2 Wesensmerkmale des Marketings
- 2.3 Historische Entwicklung von der Absatzwirtschaft zum Marketing
- 2.4 Erscheinungsformen, Varianten des Marketings
- 2.5 Markt
- 2.6 Marketingziele
- 2.7 Marketingaufgaben
- 2.8 Marketingentscheidungsprozess
- 3 Marketingorganisation
- 3.1 Aufgaben und Anforderungen
- 3.2 Organisationsformen
- 4 Marktforschung
- 4.1 Aufgaben und Ziele
- 4.2 Formen der Marktforschung
- 4.3 Methoden der Marktforschung
- 5 Marketingpolitische Instrumente
- 5.1 Überblick der Instrumente
- 5.2 Der Marketing-Mix

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
4.1 Beschaffung	3
4.2 Produktion	3
4.3 Absatz	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 5: Fundamentals II</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
2	1 Sem.	Pflichtmodul	8	240 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	5.1 / 5.2: EA 5.3 / 5.4: K 120	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Schüle

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Den Studierenden werden fundamentale Kenntnisse eines betriebswirtschaftlichen Studienganges zu den Bereichen Wissenschaftliches Arbeiten, Makroökonomik, Statistik sowie Wirtschaftsinformatik vermittelt. Die Zusammenstellung in einem Modul betont das Fachübergreifende, mit denen sich die Studierenden zu befassen haben und befähigt diese zu einer differenzierten Analyse betriebswirtschaftlicher Problemstellungen.</p> <p>Im Bereich Wissenschaftliches Arbeiten werden die Studierenden angeleitet, selbstständig wissenschaftliche Arbeiten zu verfassen. Dies befähigt zum einen zum Erstellen studienbegleitender Fach- und Hausarbeiten sowie der Bachelor Thesis. Zum anderen helfen diese Kenntnisse beim Erstellen anspruchsvoller Arbeitsdokumentationen.</p> <p>Im Bereich Makroökonomik erwerben die Studierenden theoretischen Kenntnis, um die ökonomischen Zusammenhänge an Güter- und Geldmärkten zu verstehen und die wirtschafts- / fiskalpolitische Rahmenbedingungen, Entwicklungen und Maßnahmen begreifen zu können.</p> <p>Im Bereich Statistik erwerben die Studierenden notwendige Kenntnisse, um messbare ökonomische Sachverhalte angemessen empirisch auswerten zu können. Dies stützt die Beurteilungsfähigkeit und Entscheidungskompetenz der Studierenden.</p> <p>Im Bereich Grundlagen der Wirtschaftsinformatik erlernen die Studierenden die grundsätzliche Funktionsweise von Computersystemen (Hard- und Software) und ihre praktische Anwendung für unterschiedliche betriebswirtschaftliche Anwendungsgebiete. Die Studierenden werden befähigt, Informations- und Kommunikationssysteme als wichtige Instrumente im Unternehmen zu betrachten und entsprechend einzusetzen.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>5.1 Wissenschaftliches Arbeiten</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Was heißt „wissenschaftliches Arbeiten“?</li> <li>2.2 Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>2.3 Arten wissenschaftlicher Arbeiten</li> <li>2.4 Phasen wissenschaftlichen Arbeitens</li> </ol> </li> <li>3 Literatursuche, -beurteilung und -verwaltung <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Literaturquellen</li> <li>3.2 Literatursuche</li> </ol> </li> </ol>

- 3.3 Literaturbearbeitung und -verwaltung
- 4 Gliederung wissenschaftlicher Arbeiten
- 4.1 Funktion und Hauptelemente der Gliederung
- 4.2 Formale Aspekte
- 5 Formale Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit
- 5.1 Formatierung
- 5.2 Zitate und Quellennachweise in wissenschaftlichen Arbeiten
- 5.3 Literaturverzeichnis

## **5.2 Makroökonomik**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen
- 2.1 Bereiche der Makroökonomik
- 2.2 Das Denken in Modellen
- 2.3 Messung makroökonomischer Daten
- 3 Das klassische Modell
- 3.1 Die Angebotsseite
- 3.2 Die Nachfrageseite
- 3.3 Die monetäre Seite
- 3.4 Anwendungen
- 4 Das keynesianische AD-AS-Modell
- 4.1 Die Nachfrageseite
- 4.2 Die Angebotsseite
- 4.3 Gleichgewicht
- 4.4 Anwendungen
- 4.5 Kritische Anmerkungen
- 5 Die offene Volkswirtschaft
- 5.1 Zahlungsbilanz
- 5.2 Auswirkungen im klassischen Modell
- 5.3 Auswirkungen im keynesianischen Modell
- 6 Antworten und offene Fragen der Makroökonomik

## **5.3 Statistik**

- 1 Einführung
- 2 Grundbegriffe aus der Statistik
- 2.1 Was ist Statistik?
- 2.2 Die Daten in der Statistik
- 2.3 Zusammenhänge: Stochastisch oder deterministisch?
- 2.4 Grundgesamtheit und Stichprobe
- 2.5 Was bedeutet induktive und deskriptive Statistik?
- 2.6 Klassifizierung von Variablen / Merkmalen
- 3 Deskriptive Statistik: Häufigkeitsverteilungen und ihre Kennzahlen
- 3.1 Diskrete Variablen
- 3.2 Stetige Variablen
- 4 Wichtige Elemente aus der Wahrscheinlichkeitstheorie
- 4.1 Zufallsexperimente, Zufallsvariablen und zufällige Ereignisse
- 4.2 Anteile und Wahrscheinlichkeiten: Der Statistische Wahrscheinlichkeitsbegriff
- 4.3 Axiome der Wahrscheinlichkeitstheorie und einige Folgerungen
- 4.4 Bedingte Wahrscheinlichkeit und stochastische Unabhängigkeit
- 5 Allgemeines über Wahrscheinlichkeitsverteilungen
- 5.1 Diskrete Verteilungen
- 5.2 Stetige Verteilungen
- 6 Spezielle Wahrscheinlichkeitsverteilungen
- 6.1 Diskrete Verteilungen
- 6.2 Stetige Verteilungen
- 7 Fallstudie

**5.4 Grundlagen Wirtschaftsinformatik**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen von Hardware
  - 2.1 Aufbau und Funktionsprinzip von Rechenanlagen
  - 2.2 Peripheriegeräte
  - 2.3 Bussystem und Chipsatz
  - 2.4 Das Betriebssystem
  - 2.5 Leistungsparameter von Rechenanlagen
  - 2.6 Rechnerklassen
- 3 Grundlagen von Netzwerken
  - 3.1 Zweck
  - 3.2 Funktionsprinzip von Netzwerken
  - 3.3 Merkmale von Netzwerken
  - 3.4 Das Internet
- 4 Grundlagen von Software
  - 4.1 Klassifikation von Software
  - 4.2 System(-nahe) Software – Entwicklungsumgebungen
  - 4.3 Betriebliche Anwendungssoftware
  - 4.4 Entwicklungsstufen im Betrieb von Anwendungssoftware
- 5 Entwicklung von Software
  - 5.1 Vorgehensweisen
  - 5.2 Methoden zur fachlichen Beschreibung von Anwendungssystemen
  - 5.3 Anwendungsentwicklung mit Visual Basic für Applications im Excel-Umfeld

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
5.1 Wissenschaftliches Arbeiten	1
5.2 Makroökonomik	3
5.3 Statistik	2
5.4 Grundlagen Wirtschaftsinformatik	2

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 6: Rechnungswesen</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
2	1 Sem.	Pflichtmodul	6	180 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	K 120	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Zilling

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Das Modul vermittelt wesentliche theoretische und angewandte Kenntnisse des Rechnungswesens.</p> <p>Im Bereich „Buchführung und Abschluss“ werden die Studierenden die wesentlichen Methoden und Techniken vermittelt, die zur Übernahme von Verantwortlichkeiten einer Finanzbuchhaltung qualifizieren. Hierzu wird über Übungseinheiten mit Bezug zu Industriebetrieben das erworbene Wissen hinsichtlich der buchhalterischen Dokumentation von Werten, Wertströmen und Steuern angewendet und vertieft.</p> <p>Im Bereich der „Kosten- und Leistungsrechnung“ werden den Studierenden aufbauend auf den Kenntnissen der Finanzbuchhaltung Methoden vermittelt, um innerbetriebliche Leistungsverflechtungen über die Kostenstellenrechnung abbilden, Kalkulation von Kostenträgern in der Einzel-, Serien-, Sorten- und Massenfertigung vornehmen sowie das Betriebsergebnis einer Abrechnungsperiode durch Gegenüberstellung von Leistungen und Kosten ermitteln zu können. Eine wesentliche Zielsetzung besteht im dezidierten Verständnis der kostentechnischen Zusammenhänge, um die Wirtschaftsingenieur-Studierenden in die Lage zu versetzen, Ursachen der Erfolgssituation eines Unternehmens interpretieren zu können.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>6.1 Buchführung und Abschluss</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Finanzbuchhaltung: Werte und Wertströme erfassen und dokumentieren             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Einordnung der Finanzbuchhaltung in das Rechnungswesen</li> <li>2.2 Gesetzliche Grundlagen der Finanzbuchhaltung</li> <li>2.3 Die Visitenkarte des Unternehmens: Bilanz und Gewinn-und-Verlust-Rechnung</li> </ol> </li> <li>3 Finanzbuchhaltung: Werte und Wertströme erfassen und dokumentieren             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Buchungen im Beschaffungsbereich eines Industrieunternehmens</li> <li>3.2 Buchungen im Verkaufsbereich eines Industrieunternehmens</li> <li>3.3 Buchhalterische Behandlung von Steuern im Unternehmen</li> <li>3.4 Buchungen im Sachanlagenbereich</li> </ol> </li> <li>4 Skizzierung wesentlicher Bilanztheorien             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 Bedeutung von Bilanztheorien</li> <li>4.2 Wesentliche Elemente der statischen Bilanztheorie</li> <li>4.3 Überblick über die dynamische Bilanztheorie</li> <li>4.4 Statische und dynamische Bilanztheorie in den geltenden Rechnungslegungsvorschriften</li> </ol> </li> <li>5 Ausgewählte handelsrechtliche Vorschriften zur Rechnungslegung</li> </ol>

- 5.1 Inhalte des Dritten Buches des HGB
- 5.2 Wertmaßstäbe
- 5.3 Grundlegende Regelungen für die Bewertung und den Ansatz von Vermögen und Fremdkapital
- 6 Zeitliche Abgrenzung von Aufwendungen und Erträgen
- 6.1 Aufgaben und Arten der Rechnungsabgrenzungsposten
- 6.2 Sonstige Vermögensgegenstände und sonstige Verbindlichkeiten
- 6.3 Aktive und passive Rechnungsabgrenzungen
- 6.4 Rückstellungen
- 7 Die Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)
- 7.1 Der Aufbau der GuV
- 7.2 Das Ergebnis der GuV
- 8 Internationale Rechnungslegung am Beispiel der IFRS
- 8.1 Die Grundzüge des IFRS
- 8.2 Die Grundprinzipien des IFRS

### 6.2 Kosten- und Leistungsrechnung

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- 2.1 Einordnung der Kosten- und Leistungsrechnung in das betriebliche Rechnungswesen
- 2.2 Grundbegriffe des Rechnungswesens
- 2.3 Pagatorischer und wertmäßiger Kostenbegriff
- 2.4 Kostentheoretische Grundlagen
- 2.5 Prinzipien der Kostenverrechnung
- 2.6 Inhalte und Systematisierungsansätze der Kostenrechnung
- 3 Die Kostenartenrechnung
- 3.1 Grundlagen
- 3.2 Materialkosten
- 3.3 Arbeitskosten
- 3.4 Kalkulatorische Kosten
- 3.5 Zur Buchung kalkulatorischer Kosten
- 3.6 Kosten für Fremdleistungen
- 3.7 Abgaben an die öffentliche Hand
- 4 Kostenstellenrechnung
- 4.1 Aufgaben der Kostenstellenrechnung
- 4.2 Kostenstellenbildung
- 4.3 Der Betriebsabrechnungsbogen
- 4.4 Durchführung der Kostenstellenrechnung
- 5 Kostenträgerrechnung
- 5.1 Grundbegriffe und Aufbau der Kostenträgerrechnung
- 5.2 Kostenträgerstückrechnung
- 5.3 Kostenträgerzeitrechnung

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
6.1 Buchführung und Abschluss	3
6.2 Kosten- und Leistungsrechnung	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 7: Fundamentals III</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
3 (BA 8) 2 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	6	180 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	EA	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Ahrens

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>In diesem Modul werden den Studierenden fundamentale Kenntnisse in den Bereichen Selbstmanagement / Zeitmanagement, Sozialrecht und Wirtschaftspolitik vermittelt.</p> <p>Im Bereich Selbstmanagement / Zeitmanagement erlernen die Studierenden theoretische Grundsätze und praktische Ausprägungen des persönlichkeitsbezogenen Selbst- und Zeitmanagements.</p> <p>Das Modul Sozialrecht im Sinne des öffentlichen (hoheitliches) Rechtes zeigt im Überblick das Über- und Unterordnungsverhältnis zwischen der öffentlichen Verwaltung und dem Bürger als Sozialversichertem, Antragstellen oder Leistungsempfänger auf.</p> <p>Im Bereich Wirtschaftspolitik erlernen die Studierenden die Grundlagen einer wirtschaftlichen Ordnung sowie Basiskonzepte von Konjunktur- und Stabilisierungspolitik.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>7.1 Selbstmanagement / Zeitmanagement</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Die Begriffe Selbst- und Zeitmanagement             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Der Begriff Selbstmanagement</li> <li>2.2 Der Begriff Zeitmanagement</li> </ol> </li> <li>3 Der Faktor Zeit             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Die „Eigenzeit“</li> <li>3.2 Zeit“mangel“ und Stress</li> <li>3.3 Ursachen für Stress</li> <li>3.4 Stressmanagement</li> <li>3.5 Zeitfallen - Die „Störzeitenkurve“ und der „Sägeblatt-Effekt“</li> <li>3.6 Leben im Gleichgewicht – Leben in Balance</li> </ol> </li> <li>4 Die Werteanalyse</li> <li>5 Ziele             <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1 Ziele definieren</li> <li>5.2 Ziele setzen</li> <li>5.3 Ziele konkretisieren</li> <li>5.4 Zielfindung</li> <li>5.5 Die SMART-Methode</li> <li>5.6 Ziele verwirklichen – Der Umsetzungsprozess</li> </ol> </li> <li>6 Prioritäten setzen</li> </ol>

- 7 Planen mit verschiedenen Arbeitstechniken zum Zeitmanagement
- 8 Prioritätenmanagement
  - 8.1 Die ABC-Analyse
  - 8.2 Die Prioritätenliste
  - 8.3 Die Eisenhowermethode
  - 8.4 Das Delegieren
  - 8.5 Die Methode des „Getting Things Done“
  - 8.6 Das Ziel- und Zeitplanbuch
  - 8.7 Elektronisches Zeitmanagement
- 9 Die effektive und optimale Arbeitsorganisation und das Überwinden von Arbeitsblockaden

### 7.2 Sozialrecht

- 1 Einführung
- 2 Sozialrecht
  - 2.1 Grundlagen des Sozialrechts
  - 2.2 Regelungsbereiche des Sozialrechts
  - 2.3 Verfahrensrecht

### 7.3 Wirtschaftspolitik

- 1 Einführung
- 2 Zur Begründung wirtschaftspolitischen Handlungsbedarfs in einer marktwirtschaftlichen Ordnung
  - 2.1 Die Koordination marktwirtschaftlicher Prozesse
  - 2.2 Warum Wirtschaftspolitik? - Marktversagen!
  - 2.3 Marktversagen versus Staatsversagen
- 3 Wirtschaftspolitische Paradigmen
  - 3.1 Neoklassik: Die Marktoptimisten
  - 3.2 Post-Keynesianismus: Die Marktpessimisten
  - 3.3 Wirtschaftspolitische Konzeptionen in einer marktwirtschaftlichen Ordnung
- 4 Ziele, Akteure und Aufgabenbereiche der Wirtschaftspolitik
  - 4.1 Ziele und Akteure der Wirtschaftspolitik
  - 4.2 Probleme im politischen Prozess
  - 4.3 Wirtschaftspolitische Aufgabenbereiche
- 5 Die Ordnung der Wirtschaft
  - 5.1 Grundlagen der Ordnungspolitik
  - 5.2 Wettbewerbs- und Industriepolitik
- 6 Die Stabilität der Wirtschaft
  - 6.1 Die konjunkturelle Entwicklung
  - 6.2 Konjunktur- und Stabilisierungspolitik
- 7 Wachstums- und Strukturpolitik
  - 7.1 Wirtschaftswachstum
  - 7.2 Angebotsorientierte Wirtschaftspolitik: Bekämpfungsmöglichkeiten der strukturellen Arbeitslosigkeit
- 8 Ausblick: Globalisierung - Zur Notwendigkeit eines neuen wirtschaftspolitischen Paradigmas

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
7.1 Selbstmanagement / Zeitmanagement	1
7.2 Sozialrecht	2
7.3 Wirtschaftspolitik	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 8: Funktionenlehre</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
3 (BA 8) 2 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	9	270 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	K 90	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Vollmar

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>In dem Modul Funktionenlehre werden nach dem Modul „Klassisch primäre Funktionen“, in dem die Funktionen Beschaffung, Produktion und Absatz behandelt wurden, nunmehr die übergeordneten bzw. Querschnittsfunktionen des Marketing und Finanzierung/Investition behandelt. Die Studierenden werden einerseits befähigt, ausgehend von dem strategischen Marketing, den klassischen Marketingmix anwenden zu können. Ebenfalls werden die Grundlagen der Marktforschung angerissen, um das Marketinginstrumentarium nach gewonnenen Informationen zielgenau konzipieren zu können. Andererseits werden die Studierenden die Finanzebene kennenlernen, indem Sie sich grundlegend mit den Formen der Mittelherkunft (Finanzierung) und der Mittelverwendung (Investition) auseinandersetzen. Sie werden in die Lage versetzt, klassische und moderne Unternehmensfinanzierungsmöglichkeiten sowie grundlegende Analysen anwenden zu können. Im Bereich der Investition wird das klassische und praxisrelevante Instrumentarium der Investitionsrechnung statischer und dynamischer Ausprägung erlernt und gleichzeitig eine kritische Distanz aufgebaut, da der Aspekt der Sicherheit infrage gestellt wird. So werden die Instrumente der Unsicherheit zum Schluss diskutiert, sodass die Studierenden am Ende eine „Skill-Box“ an Methoden haben und gleichzeitig die Ergebnisse kritisch hinterfragen können.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>8.1 Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Strategisches Marketing                         <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Grundfragen des strategischen Marketings</li> <li>2.2 Einordnung und Prozess des strategischen Marketings</li> <li>2.3 Marketingstrategien</li> </ul> </li> <li>3 Kaufverhalten als Informationsgrundlage                         <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Grundfragen und Ansätze</li> <li>3.2 Kaufentscheidungstypen</li> <li>3.3 Trends und Entwicklungen im Kaufverhalten</li> <li>3.4 Bestimmungsfaktoren des Kaufverhaltens</li> <li>3.5 Kaufverhalten von Organisationen</li> </ul> </li> <li>4 Marktforschung                         <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Aufgaben, Ziele und Formen der Marktforschung</li> <li>4.2 Der Marktforschungsprozess</li> <li>4.3 Methoden der Informationsgewinnung</li> </ul> </li> <li>5 Produktpolitik</li> </ul>

- 5.1 Produktbegriff und Produktebenen
- 5.2 Produktgestaltung
- 5.3 Produktinnovation
- 5.4 Produktvariation
- 5.5 Produktdifferenzierung
- 5.6 Produktelimination
- 5.7 Markenpolitik
- 5.8 Programm- und Sortimentspolitik
- 5.9 Analyse des Produktprogramms
- 5.10 Kundendienst
- 5.11 Garantiepolitik
- 6 Kontrahierungspolitik
- 6.1 Begriff und Entscheidungsbereiche
- 6.2 Bedeutung der Preispolitik
- 6.3 Determinanten der Preisbildung
- 6.4 Preisdifferenzierung
- 6.5 Preisstrategien
- 6.6 Rabattpolitik
- 6.7 Liefer- und Zahlungsbedingungen
- 6.8 Absatzfinanzierungspolitik
- 7 Distributionspolitik
- 7.1 Grundbegriffe, Aufgaben und Ziele der Distributionspolitik
- 7.2 Basisstrategien
- 7.3 Auswahl und Gestaltung der Absatzkanäle
- 7.4 Distributionssysteme
- 7.5 Marketing-Logistik
- 8 Kommunikationspolitik
- 8.1 Werbung
- 8.2 Direktmarketing
- 8.3 Verkaufsförderung
- 8.4 Sponsoring
- 8.5 Öffentlichkeitsarbeit
- 8.6 Product Placement und Eventmarketing

## **8.2 Finanzierung**

- 1 Einführung
- 2 Der Finanzierungs begriff
- 3 Die Finanzierung einer Investition
- 4 Die Finanzierung eines Unternehmens
- 4.1 Einführung
- 4.2 Die Kapitalstruktur eines Unternehmens
- 4.3 Die geeignete Kapitalstruktur: Eine qualitative Analyse
- 4.4 Die geeignete Kapitalstruktur: Eine quantitative Analyse (Leverage Effekt)
- 4.5 Die geeignete Kapitalstruktur: Weitere Kriterien
- 4.6 Zielkonflikte und Zielharmonien
- 4.7 Finanzierungsquellen des Unternehmens: Charakteristika und Unterscheidungsmerkmale
- 4.8 Innen- versus Außenfinanzierung: Pecking-Order-Theorie
- 5 Liquidität und Cashflow
- 5.1 Der Begriff Liquidität
- 5.2 Dimensionen von Liquidität
- 5.3 Die Messung von Liquidität
- 5.4 Der Cashflow
- 5.5 Kennzahlen im Rahmen der Finanzanalyse
- 6 Finanzplanung
- 6.1 Einordnung in den gesamten Planungsprozess eines Unternehmens
- 6.2 Ziele und Aufgaben der Finanzplanung
- 6.3 Instrumente der Finanzplanung
- 6.4 Erstellung einer Finanzplanung
- 7 Ansatzpunkte der Unternehmensfinanzierung: Ein Überblick
- 8 Externes Fremdkapital
- 8.1 Kontokorrentkredit

- 8.2 Bankdarlehen
- 8.3 Avalkredit
- 8.4 Schuldscheindarlehen
- 8.5 Anleihefinanzierung
- 9 Mezzanine Kapital
- 9.1 Nachrangdarlehen/ Gesellschafterdarlehen
- 9.2 Stille Beteiligung/ atypisch stille Beteiligung
- 9.3 Genussrechte
- 9.4 Wandelanleihe
- 9.5 Optionsanleihe
- 10 Externes Eigenkapital
- 10.1 Finanzierungsalternativen in Abhängigkeit der Rechtsform
- 10.2 Investoren
- 10.3 Kapitalmarktfinanzierung über die Ausgabe von Aktien
- 11 Spezielle Finanzierungsinstrumente
- 11.1 Forderungsfinanzierung
- 11.2 Leasing als Spezialfinanzierung für das Anlagevermögen
- 12 Unternehmensrating
- 12.1 Ratingnotation
- 12.2 Ratinganalyse

### **8.3 Investition**

- 1 Einführung
- 2 Investitionen als Gegenstand der Unternehmensführung
- 2.1 Charakterisierung von Investitionen
- 2.2 Investitionsbezogene Aufgaben der Unternehmensführung
- 2.3 Entscheidungsmodelle im Rahmen der investitionsbezogenen Unternehmensführung
- 3 Statische Verfahren der Investitionsrechnung
- 3.1 Einführung
- 3.2 Kostenvergleichsrechnung
- 3.3 Gewinnvergleichsrechnung
- 3.4 Rentabilitätsvergleichsrechnung
- 3.5 Statische Amortisationsrechnung
- 4 Dynamische Verfahren zur Vorteilhaftigkeitsbeurteilung
- 4.1 Einführung
- 4.2 Kapitalwertmethode
- 4.3 Annuitätenmethode
- 4.4 Interner Zinssatz-Methode
- 4.5 Dynamische Amortisationsrechnung
- 4.6 Methode der vollständigen Finanzpläne
- 5 Nutzwertanalyse als Verfahren zur Vorteilhaftigkeitsbeurteilung bei mehreren Zielgrößen
- 5.1 Verfahrensdarstellung
- 5.2 Beispiel
- 5.3 Verfahrensbeurteilung
- 6 Nutzungsdauer- und Ersatzzeitpunktentscheidungen im Kapitalwertmodell
- 6.1 Einführung
- 6.2 Optimale Nutzungsdauer einer Investition ohne Nachfolgeobjekt
- 6.3 Optimale Nutzungsdauer einer Investition bei einer endlichen Anzahl identischer Nachfolgeobjekte
- 6.4 Optimale Nutzungsdauer eines Objektes mit unendlich vielen identischen Nachfolgeobjekten
- 6.5 Optimaler Ersatzzeitpunkt bei einer unendlichen Kette identischer Nachfolgeobjekte
- 7 Simultane Investitions- und Finanzierungsplanung am Beispiel des Modells von DEAN
- 7.1 Einführung
- 7.2 Darstellung des Modells von DEAN
- 7.3 Beispiel zum Modell von DEAN
- 7.4 Modellbeurteilung
- 8 Berücksichtigung der Unsicherheit in der Investitionsrechnung
- 8.1 Einführung
- 8.2 Risikoangepasste Bestimmung oder Bewertung von Daten
- 8.3 Sensitivitätsanalyse

- 8.4 Risikoanalyse
- 8.5 Entscheidungsbaumverfahren

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
8.1 Marketing	3
8.2 Finanzierung	3
8.3 Investition	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 9: Wirtschaftsrecht</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
3	1 Sem.	Pflichtmodul	8	240 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	K 90	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Rohlfig

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Wirtschaftsrecht gehört zum klassisch-juristischen Bereich, auch in der Betriebswirtschaftslehre. Im Bereich Einführung in das Recht erwerben die Studierenden Kenntnisse des rechtlichen Rahmens, in dem jegliches wirtschaftliches Handeln stattfindet. Dies geschieht über eine einführende Darstellung der grundlegenden juristischen Fachbegriffe. Im Bereich Wirtschaftsrecht vermittelt das Modul grundlegende Kenntnisse im Bereich sowohl des Handels-, als auch des Gesellschaftsrechts. Notwendige Kenntnisse im kaufmännischen Handelsverkehr werden ebenso vermittelt, wie Grundlagenkenntnisse über Personenhandels- und Kapitalgesellschaften. In diesen Bereichen wird dem Studierenden vermittelt, welche Bedeutung Kenntnisse im kaufmännischen Ablauf haben. Das Modul befähigt dazu, im gesamten Unternehmen und dessen Umfeld juristische Fragestellungen zumindest im Ansatz zu lösen.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>9.1 Einführung in das Recht</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einleitung</li> <li>2 Grundlagen der Rechtsordnung                         <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Rechtsordnung – Wirtschaftsordnung – Wirtschaftsrecht</li> <li>2.2 Rechtsnormen</li> <li>2.3 Die Hierarchie der Rechtsordnung</li> <li>2.4 Gerichtsbarkeit</li> <li>2.5 Öffentliches und privates Recht</li> <li>2.6 Die juristische Falllösung</li> </ul> </li> <li>3 Grundlagen des Bürgerlichen Rechts                         <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Wichtige Prinzipien</li> <li>3.2 Rechtssubjekte und Rechtsobjekte</li> <li>3.3 Delikts- und Geschäftsfähigkeit</li> <li>3.4 Rechtsgeschäfte</li> <li>3.5 Die Stellvertretung (§§ 164 ff. BGB)</li> <li>3.6 Fristen</li> <li>3.7 Verjährung</li> <li>3.8 Eigentum und Besitz</li> </ul> </li> </ul>

## 9.2 Gesellschaftsrecht

- 1 Einführung
- 2 Gesellschaftsrecht
  - 2.1 Definition und Rechtsquellen des Gesellschaftsrechts
  - 2.2 Gründung der Gesellschaft
  - 2.3 Die Gesellschaftsarten
  - 2.4 Innen- und Außengesellschaften
  - 2.5 Fehlerhafte Gesellschaft
- 3 Die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)
  - 3.1 Rechtsfähigkeit
  - 3.2 Haftung der Gesellschafter
  - 3.3 Geschäftsführung und Vertretung
  - 3.4 Grundsatz der Selbstorganschaft
  - 3.5 Grundlagengeschäfte
  - 3.6 Beitrags-/Treuepflicht
  - 3.7 Gesellschaftsvermögen
  - 3.8 Gesellschafterwechsel
  - 3.9 Beendigung der Gesellschaft
- 4 Die Offene Handelsgesellschaft (OHG)
  - 4.1 Entstehung der OHG
  - 4.2 Geschäftsführung und Vertretung
  - 4.3 Gesellschaftsvermögen
  - 4.4 Haftung
  - 4.5 Gesellschafterwechsel
  - 4.6 Tod eines Gesellschafters
  - 4.7 Beendigung der Gesellschaft
- 5 Kommanditgesellschaft
  - 5.1 Geschäftsführung und Vertretung
  - 5.2 Haftung
  - 5.3 Beendigung der Gesellschaft
- 6 Die stille Gesellschaft
  - 6.1 Geschäftsführung und Vertretung
  - 6.2 Haftung
  - 6.3 Beendigung der Gesellschaft
- 7 Partnerschaftsgesellschaft
- 8 Europäische wirtschaftliche Interessenvereinigung (EWIV)
- 9 Verein
  - 9.1 Organe
  - 9.2 Haftung
- 10 Gesellschaft mit beschränkter Haftung
  - 10.1 Gründung
  - 10.2 Vorgesellschaft
  - 10.3 Organe der GmbH
  - 10.4 Einmann-GmbH
  - 10.5 Satzungsänderungen
  - 10.6 Auflösung, Liquidation, Erlöschen der GmbH
- 11 Unternehmergesellschaft (§ 5a GmbHG)
- 12 GmbH & Co. KG
- 13 Aktiengesellschaft
  - 13.1 Gründung
  - 13.2 Vorgesellschaft
  - 13.3 Organe der AG
  - 13.4 Erwerb und Verlust der Mitgliedschaft
  - 13.5 Aktionärsrechte und -pflichten
- 14 Kommanditgesellschaften auf Aktien (KGaA)
- 15 Europäische Aktiengesellschaft – Societas Europaea (SE)
- 16 Genossenschaft
- 17 Jahresabschluss und Gewinnverwendung

### 9.3 Handelsrecht

- 1 Einführung
- 2 Handelsrechtliche Grundbegriffe
  - 2.1 Definition des Handelsrechts
  - 2.2 Begriff des Gewerbes
  - 2.3 Der Kaufmann
- 3 Firma des Kaufmanns
  - 3.1 Die Firmenwahrheit
  - 3.2 Firmenbeständigkeit
  - 3.3 Firmeneinheit
  - 3.4 Firmenunterscheidbarkeit / Firmenausschließlichkeit
  - 3.5 Firmenöffentlichkeit
  - 3.6 Firmenschutz
- 4 Firmenfortführung
  - 4.1 Voraussetzungen der Firmenfortführung
  - 4.2 Firmenfortführung
  - 4.3 Haftungsfolgen
- 5 Handelsgeschäfte
  - 5.1 Prüfungs- und Rügepflichten (§ 377 HGB)
  - 5.2 Handelsbräuche
  - 5.3 Das kaufmännische Bestätigungsschreiben
  - 5.4 Handelsklauseln
- 6 Rechnungslegung
- 7 Vertretung des Kaufmanns
  - 7.1 Prokura
  - 7.2 Handlungsvollmacht
- 8 Handelsregister
  - 8.1 Aufbau des Handelsregisters
  - 8.2 Publizitätswirkungen des Handelsregisters

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
9.1 Einführung in das Recht	2
9.2 Gesellschaftsrecht	3
9.3 Handelsrecht	3

Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)				
Modul 10: Branchenspezifische BWL				
Semester	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4 (BA 8) 3 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	7	210 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform/ Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	EA	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Heinlein
Kompetenzziele des Moduls				
<p>In diesem Modul wird die Brücke geschlagen von allgemeingültigen BWL-Inhalten, -Erkenntnissen und Zusammenhängen hin zu deren Anwendung und Erscheinungsformen in spezifischen Branchen.</p> <p>Dazu kennen die Studierenden am Ende des Moduls inhaltlich und marktlich unterschiedliche Branchen, deren Strukturen, Situation und Anforderungen, insbesondere hinsichtlich der Anwendung von Wettbewerbsstrategien, Prozessen und Projektmanagement.</p> <p>Digitalisierung als Megatrend in der Wirtschaft konzentriert sich in diesem Zusammenhang darauf, welche technologischen Entwicklungen das Marktumfeld von Unternehmen zukünftig gestalten werden.</p>				
Lehrinhalte				
<p><b>10.1 Branchenspezifische Lösungen</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Strukturanalyse von Branchen             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Branchendefinition</li> <li>2.2 Unternehmenserfolg und Branche</li> <li>2.3 Triebkräfte des Branchenwettbewerbs</li> <li>2.4 Verhandlungsmacht der Lieferanten</li> <li>2.5 Branche und nationale Wettbewerbsvorteile</li> </ol> </li> <li>3 Wettbewerbsstrategien             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Umfassende Kostenführerschaft</li> <li>3.2 Differenzierung</li> <li>3.3 Konzentration auf Schwerpunkte</li> <li>3.4 Zwischen den Stühlen</li> <li>3.5 Brancheninterne Strukturanalyse</li> </ol> </li> <li>4 Typische Branchensituationen             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 Zersplitterte Branchen</li> <li>4.2 Weltweite Branchen</li> <li>4.3 Reifegrad der Branche</li> </ol> </li> </ol> <p><b>10.2 Prozesse / Projekte</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Projekte und Projektmanagement             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Begriffsbestimmungen</li> </ol> </li> </ol>				

- 2.2 Grundprinzipien des Projektmanagements
- 2.3 Projektarten
- 2.4 Historische Entwicklung des Projektmanagements
- 2.5 Das magische Dreieck des Projektmanagements
- 2.6 Inhalte und Wissensgebiete des Projektmanagements
- 3 Prozesse
- 3.1 Prozesse – Definition und Merkmale
- 3.2 Ziele des Geschäftsprozessmanagements
- 3.3 Klassifizierung von Geschäftsprozessen
- 3.4 Geschäftsprozessmanagement in Deutschland – Status quo und Entwicklungen
- 3.5 Prozessorientierte Organisation
- 3.6 Prozesse und Qualitätsmanagement
- 3.7 Gestaltung und Optimierung von Prozessen

### **10.3 Digitalisierung als Megatrend in der Wirtschaft**

- 1 Einführung
- 2 Von der Industriegesellschaft zur Wissensgesellschaft
- 3 Digitalisierung und Entwicklungspotenziale
- 3.1 Strukturwandel der Volkswirtschaft
- 3.2 Die Entwicklungsschritte der industriellen Revolution
- 3.3 Digitale Entwicklungspotenziale für die Bundesrepublik Deutschland
- 3.4 Chancen und Hemmnisse hinsichtlich der digitalen Entwicklung
- 4 Neue Technologien
- 4.1 Internet der Dinge (Internet of Things/IoT)
- 4.2 3D-Druck
- 4.3 Speicher für alle
- 4.4 Big Data
- 4.5 Künstliche Intelligenz (KI) – Artificial Intelligence (AI)
- 4.6 Neue Mobilität
- 4.7 Blockchain
- 4.8 Robotik
- 4.9 Augmented Reality / Virtual Reality
- 4.10 DNA-Sequenzierung
- 5 Innovationsmanagement, Innovationsrisiken – und personelle Adaptionen
- 5.1 Was ist Innovation?
- 5.2 Die Differenz zwischen Funktion und Organisation
- 5.3 Warum ein(e) Chief Innovation Officer (CINO)?
- 5.4 Und was ist ein(e) Chief Digital Officer (CDO)?
- 5.5 Fail-Fast-Kultur
- 6 Change-Management und Case Studies
- 6.1 Change-Management
- 6.2 Case Studies
- 6.2.1 Das Digitale Modehaus
- 6.2.2 Das digitale Staatswesen
- 6.2.3 Wie ein Telefonhersteller den Anschluss nicht erreichte
- 6.3 Das Prinzip der „schöpferischen Zerstörung“

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
10.1 Branchenspezifische Lösungen	3
10.2 Prozesse / Projekte	1
10.3 Digitalisierung als Megatrend in der Wirtschaft	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 11: Managementlehre</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
4 (BA 8) 3 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	8	240 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	11.1: EA 11.2-11.4: K 90	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Mörstedt

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden wichtige Kompetenzen zur Führung von Organisationen und Mitarbeitern.</p> <p>Im Bereich Team- / Konflikttraining steht der Erwerb von Kenntnissen zur Führung von Gruppen und Arbeitsteams im Vordergrund. Besonderes Augenmerk wird dabei auf das Erkennen und Lösen von Konfliktsituationen gelegt. Die Studierenden erwerben Kenntnisse zur Wahrnehmung von Führungsaufgaben in Projekt- und oder Linienfunktionen.</p> <p>Der Bereich Systemorientierte Managementlehre vermittelt den Studierenden Kenntnisse, Unternehmen als soziales System zu verstehen, zeigt daraus ableitbare Handlungsanleitungen auf und zeigt die Unterschiede zwischen strategischem und operativem Management auf.</p> <p>Im Bereich Wissensmanagement lernen die Studierenden, wie mit Methoden und Werkzeugen des Wissensmanagements systematisch der Wissensstand in einem Unternehmen analysiert und konsequent verbessert werden kann. Besonderer Wert wird dabei auf die Interdisziplinarität des Wissensmanagements gelegt. Neben Methoden und Werkzeugen zur Verankerung des Wissensmanagements in einer Unternehmensorganisation, werden auch Erfolgs- und Misserfolgskriterien behandelt. Die Studierenden werden befähigt, Chancen und Risiken von Wissensmanagement bewerten zu können und in den Unternehmen wertvolle Beiträge zur Etablierung bzw. Weiterentwicklung des Wissensmanagements zu leisten.</p> <p>Im Bereich Gründungsmanagement erwerben die Studierenden die notwendigen Kenntnisse, um selbst Unternehmen erfolgreich gründen und entwickeln oder Unternehmensgründungen kompetent begleiten zu können. Das Spektrum der vermittelten Kenntnisse erstreckt sich dabei von der Entwicklung vielversprechender Geschäftsideen, bis zur Gestaltung der Unternehmensorganisation. Des Weiteren werden externe Anlaufstellen fokussiert, an die sich Unternehmensgründer wenden können.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>11.1 Team- und Konflikttraining</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Die Bedeutung von Team- und Coachingprozessen in der Organisationsgestaltung und im Personalmanagement                         <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Begriffsklärungen</li> <li>2.2 Ansätze zur Organisationsgestaltung und -entwicklung</li> </ol> </li> <li>3 Teamprozesse und Auswirkungen auf die Veränderungsfähigkeit von Unternehmen</li> </ol>

- 3.1 Merkmale und Formen der Gruppenarbeit
- 3.2 Der Teamentwicklungsprozess
- 3.3 Kernprozesse in der Teamentwicklung
- 3.4 Ausgewählte negativ wirkende Gruppen- und Teamphänomene
- 3.5 Anforderungen an die Führung von Teamprozessen
- 3.6 Interventionen im Teamprozess
- 3.7 Beispiel: Projekt-Kick-off und Teamprozesse
- 4 Coachingprozesse und individuelle Aspekte der Personalentwicklung
- 4.1 Coaching zwischen Führung und Therapie
- 4.2 Coaching als Instrument der Personalentwicklung
- 4.3 Phasenmodell des Coachingprozesses
- 4.4 Interventionen im Coachingprozess
- 4.5 Beispiel: Coaching als Instrument im Outplacement von Führungskräften
- 4.6 Die Führungskraft als Coach seiner Mitarbeiter
- 4.7 Teamcoaching

### **11.2 Systemorientierte Managementlehre**

- 1 Einführung
- 2 Begriffe und Dimensionen des St. Galler Management-Konzepts
- 2.1 Definition von Geschäftsmodell/Konzept
- 2.2 Grundverständnis von Unternehmen
- 2.3 Aspekte des St. Galler Management-Modells
- 2.4 Verantwortungsbereiche des Managements
- 3 Dimensionen des neuen St. Galler Management-Konzepts
- 3.1 Umweltsphären
- 3.2 Stakeholder
- 3.3 Interaktionsthemen
- 3.4 Ordnungsmomente
- 3.5 Prozesse
- 3.6 Entwicklungsmodi: Organisationaler Wandel
- 4 Ein Unternehmen als System von Prozessen
- 4.1 Normative Orientierungsprozesse
- 4.2 Strategische Entwicklungsprozesse
- 4.3 Operative Führungsprozesse
- 5 Methoden und Werkzeuge zur Gestaltung von Strategieentwicklungsprozessen
- 5.1 Accelerated Solutions Environment (ASE)
- 5.2 SWOT-Analyse
- 5.3 Cultural-Web-Analyse

### **11.3 Digitalisierung des Wissensmanagements**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen des Wissensbegriffs
- 2.1 Was ist Wissen und wie kann es genutzt werden?
- 2.2 Marktwirtschaft: Eine Instanz, die Wissen generiert
- 3 Wissensmanagementsysteme
- 3.1 Ziele und Zweck von Wissensmanagementsystemen
- 3.2 Softwaretechnische Unterstützung des Wissensmanagementsystems
- 4 Wissensmanagementtools – kategorische Unterscheidungen anhand praktischer Nützlichkeit
- 4.1 Groupware
- 4.1.1 Kommunikationssysteme
- 4.1.2 Kooperationssysteme
- 4.1.3 Workflowmanagementsysteme
- 4.2 Social Software
- 4.2.1 Social Commerce
- 4.2.2 Wikis
- 5 Inhaltsorientierte Software
- 5.1 Dokumentenmanagementsysteme
- 5.2 Contentmanagementsysteme
- 5.3 Portalsystem
- 6 Künstliche Intelligenz

- 6.1 Expertensysteme
- 6.2 Agentensysteme
- 6.3 Text-Mining-Systeme
- 6.4 Künstliche neuronale Netze

#### **11.4 Gründungsmanagement**

- 1 Einführung
- 2 Unternehmensgründung: Wesentliche Voraussetzungen und Besonderheiten
  - 2.1 Begriffsherkunft und -abgrenzung: Entrepreneurship und Gründungsmanagement
  - 2.2 Beweggründe für Unternehmensgründungen
  - 2.3 Volkswirtschaftliche Bedeutung von Unternehmensgründungen
  - 2.4 Unternehmensgründertypologie
  - 2.5 Branchen und Unternehmensgrößen
  - 2.6 Unternehmensgründungsansätze
  - 2.7 Unternehmensgründungsarten
- 3 Unternehmerische Geschäftsidee und deren Umsetzung
  - 3.1 Zentrale Frage: Welche Geschäftsidee setze ich um?
  - 3.2 Die Geschäftsidee: ihre Entstehung, Entwicklung und Bewertung der Machbarkeit
  - 3.3 Grundsätzliche Entscheidung zum Unternehmenscharakter: Kleinunternehmer oder Mittelstand
- 4 Absicherung der Gründungsexistenz
  - 4.1 Wahl der geeigneten Rechtsform
  - 4.2 Wahl des geeigneten Standortes/Netzwerke als Substitution
  - 4.3 Rechte und gesetzliche Pflichten innerhalb der Gründungsphase
  - 4.4 Franchising als alternatives Gründungskonzept
- 5 Absicherung der Gründungsexistenz
  - 5.1 Existenzschützende Versicherungen
  - 5.2 Wesentliche Vorsorgeformen
- 6 Das Unternehmen ist gegründet: Aspekte unternehmerischer Entscheidungsprozesse
  - 6.1 Bestimmung der individuellen Unternehmenskultur und -ethik
  - 6.2 Gestaltung der Aufbau- und Ablauforganisation
  - 6.3 Personaleinsatz und deren Führung
  - 6.4 Gestaltung relevanter Marketingmaßnahmen
- 7 Einführungsbegleitung durch Dritte
  - 7.1 Inkubatoren
  - 7.2 Mentoren
  - 7.3 Gründungszentren

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
11.1 Team- und Konflikttraining	1
11.2 Systemorientierte Managementlehre	1
11.3 Digitalisierung des Wissensmanagements	3
11.4 Gründungsmanagement	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 12: Bilanzen</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
4 (BA 8) 3 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	7	210 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Basis für Modul 18.4 und Modul 21.4 / 22.4 sowie für verschiedene Wahlpflicht- bzw. Wahlmodule der Studiengänge MA „Advanced Management“, MA „BWL“ und MBA	K 120	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Dusemond

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>In diesem Modul werden auch unter Verwendung praxisorientierter Beispiele die theoretischen Grundlagen der Bilanzierung nach HGB sowie nach IFRS gelegt.</p> <p>Im ersten Teil des Moduls werden zunächst der Geltungsbereich und die rechtlichen Grundlagen, die abhängig von Rechtsform und Größe eines Unternehmens bei der Abschlusserstellung zu beachten sind, diskutiert. Im Anschluss werden der Zweck und die Funktionen des Jahresabschlusses sowie die wesentlichen Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung (GoB) erläutert und die einzelnen Abschlussbestandteile sowie der Lagebericht dargelegt. Neben den Grundlagen der Jahresabschlusserstellung, wie Inventar und Inventur, Buchführung und Aufbewahrungsfristen, sowie der größen- und rechtsformabhängigen Aufstellungspflicht stehen hier vor allem die einzelnen Abschlussbestandteile bzgl. Inhalt und Ausprägung im Mittelpunkt der Erörterung. Dabei werden die ggf. vorhandenen Besonderheiten nach IFRS im Fließtext oder in einem eigenen Gliederungspunkt gewürdigt. Es folgt die Behandlung der bei der Erstellung eines Jahresabschlusses zu beachtenden Wertkategorien. Im Einzelnen werden hier die Anschaffungskosten, die Herstellungskosten, der beizulegende Zeitwert bzw. Fair Value und Value in Use sowie der Erfüllungsbetrag und der Barwert detailliert und mit Beispielen unterlegt als Grundgerüst für das weitere Verständnis separat abgearbeitet, wobei die wesentlichen Unterschiede zwischen HGB und IFRS aufgezeigt werden. Das Ende des ersten Modulteils beschäftigt sich mit der Bilanzierung des Vermögens. Während das Anlagevermögen, bestehend aus den immateriellen Vermögensgegenständen, dem Sachanlagevermögen und Finanzanlagevermögen, sowie das Umlaufvermögen, bestehend aus dem Vorratsvermögen, den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen, den Wertpapieren des Umlaufvermögens und der Liquidität in diesem Fernlehrbrief nach HGB unter Aufzeigen der wesentlichen Unterschiede zu IFRS diskutiert werden, behandelt der Teil 2 die restlichen Vermögensgegenstände.</p> <p>Im zweiten Teil des Moduls werden, basierend auf den in Teil 1 gelegten Grundlagen, die Bilanzierung der übrigen Vermögensgegenstände, das Eigenkapital, die Bilanzierung der Schulden sowie die Vorgaben bzgl. der Publizität des Jahresabschlusses behandelt. Auch hier werden die wesentlichen Unterschiede zwischen HGB und IFRS beleuchtet. So werden die übrigen Vermögensgegenstände bzw. restlichen Posten der Aktivseite diskutiert. Hierbei handelt es sich im Detail um die Rechnungsabgrenzungsposten, die auch auf der Passivseite entstehen können, um</p>

die Abgrenzung latenter Steuern, die sowohl aktive als auch passive latente Steuern umfassen können, um den aktiven Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung sowie die Bildung von Bewertungseinheiten, die ebenfalls die Bilanzierung einer Passivposition bewirken können. Dabei werden jeweils die wesentlichen Unterschiede zwischen HGB und IFRS aufgezeigt. Thematisch folgt die Bilanzierung des Eigenkapitals. Dabei werden nicht nur die verschiedenen Eigenkapitalpositionen im Detail erläutert, sondern auch die Wirkung der handelsrechtlichen Ausschüttungssperre dargelegt. Im weiteren Verlauf wird die Bilanzierung der Schulden erläutert. Dabei werden nicht nur die verschiedenen Arten von Verbindlichkeiten im Detail dargestellt und deren Bilanzierung erörtert, sondern auch die einzelnen Rückstellungskategorien detailliert und mit Beispielen unterlegt beleuchtet. Zugleich werden die wesentlichen Unterschiede zwischen HGB und IFRS aufgezeigt. Abschließend beschäftigt sich das letzte Kapitel im Modul mit der Publizität des Jahresabschlusses.

Das Modul befähigt die Studierenden dazu, die einzelgesellschaftlichen Rechnungslegungsnormen nach HGB wie auch nach IFRS anzuwenden, sowie nach HGB oder IFRS erstellte Jahresabschlüsse zu lesen und in gewissem Umfang auch zu analysieren.

## Lehrinhalte

### 12.1 Bilanzen nach IFRS und HGB – Teil 1

- 1 Einführung
- 2 Geltungsbereich und rechtliche Grundlagen
- 3 Zweck und Funktionen des Jahresabschlusses
- 4 Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung (GoB)
  - 4.1 Grundlagen
  - 4.2 Wesentliche GoB
- 5 Abschlussbestandteile und Lagebericht
  - 5.1 Grundlagen der Jahresabschlusserstellung
  - 5.2 Aufstellungspflicht
  - 5.3 Abschlussbestandteile
  - 5.4 Lagebericht
- 6 Grundlegende bilanzielle Wertmaßstäbe
  - 6.1 Anschaffungskosten
  - 6.2 Herstellungskosten
  - 6.3 Beizulegender Zeitwert / Fair Value
  - 6.4 Erfüllungsbetrag und Barwert
- 7 Bilanzierung des Vermögens
  - 7.1 Grundlagen
  - 7.2 Anlagevermögen
  - 7.3 Umlaufvermögen

### 12.2 Bilanzen nach IFRS und HGB – Teil 2

- 1 Einführung
- 2 Bilanzierung des Vermögens / restliche Aktivposten
  - 2.1 Rechnungsabgrenzungsposten
  - 2.2 Abgrenzung latenter Steuern
  - 2.3 Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung
  - 2.4 Bildung von Bewertungseinheiten
- 3 Eigenkapital
  - 3.1 Gezeichnetes Kapital
  - 3.2 Kapitalrücklage
  - 3.3 Gewinnrücklagen
  - 3.4 Jahresergebnis und Ergebnisvortrag
  - 3.5 Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag
  - 3.6 Ausschüttungssperre
- 4 Bilanzierung der Schulden
  - 4.1 Definition
  - 4.2 Verbindlichkeiten
  - 4.3 Rückstellungen
- 5 Publizität des Jahresabschlusses

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
12.1 Bilanzen nach IFRS und HGB – Teil 1	3
12.2 Bilanzen nach IFRS und HGB – Teil 2	4

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 13: Hausarbeit</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5 (BA 8) 4 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	7	210 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	13.1: EA 13.2: H	Fernlehrbriefe	Kollegium

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
Ziel und Anforderung an die Studierenden sind in diesem Modul die selbstständige, schriftliche Bearbeitung einer fachspezifischen oder fächerübergreifenden Aufgabenstellung (Hausarbeit) sowie der Beherrschung der Moderation und Präsentation als zentraler Möglichkeit für eine Kommunikation zwischen Menschen im beruflichen Alltag.

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>13.1 Moderation und Präsentation</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Der Begriff Moderation             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Abgrenzung zwischen Moderation und Leitung einer Arbeitsgruppe</li> <li>2.2 Die Stellung des Moderators</li> <li>2.3 Gesprächsregeln einer Moderation</li> <li>2.4 Die Phasen der Moderation</li> </ol> </li> <li>3 Präsentation             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Die Kompetenzen des Präsentators</li> <li>3.2 Das Fundament der Präsentation</li> <li>3.3 Die Vorbereitung der Präsentation</li> <li>3.4 Inszenierung der Präsentation</li> <li>3.5 Kreative Grundlagen</li> <li>3.6 Durchführung der Präsentation</li> <li>3.7 Umgang mit Problemen</li> <li>3.8 Nachbereitung der Präsentation</li> </ol> </li> </ol> <p><b>13.2 Hausarbeit</b></p>

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
13.1 Moderation und Präsentation	1
13.2 Hausarbeit	6

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 14: Unternehmen als soziale Systeme</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5 (BA 8) 4 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	9	270 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	K 90	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Mörstedt
<b>Kompetenzziele des Moduls</b>				
<p>Das Modul Organisationsentwicklung als organisationstheoretisches Konzept befähigt die Studierenden, in Unternehmen sozialen Wandel anzustoßen und begleiten zu können. Sie verstehen das Kernkonzept der Organisationsentwicklung, deren theoretischen Grundlagen und Methoden.</p> <p>Jede Veränderung in Organisationen bedingt auch eine Veränderung der Beziehungen der Mitarbeiter untereinander. Die Studierenden reflektieren auf Basis des Lehrbriefes Betriebspsychologie mögliche Beziehungsstrukturen zwischen den Unternehmensbeteiligten. Insgesamt werden die Studierenden in die Lage versetzt, Veränderungsprozesse im Unternehmen zu führen.</p>				
<b>Lehrinhalte</b>				
<p><b>14.1 Organisationsentwicklung I</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Grundlagen der Organisationsentwicklung             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Stellung des Themengebiets in der Betriebswirtschaftslehre</li> <li>2.2 Ausgangsproblematik der Organisationsgestaltung</li> <li>2.3 Kernaufgaben der Unternehmensführung: Koordination zwischen Umwelt und Unternehmen</li> <li>2.4 Aufgabenanalyse</li> <li>2.5 Stellenbildung</li> <li>2.6 Stellenbeschreibung</li> <li>2.7 Leitungssystem festlegen</li> <li>2.8 Hierarchie</li> <li>2.9 Organigramm</li> <li>2.10 Ablaufstruktur</li> <li>2.11 Methoden und Techniken</li> <li>2.12 Kritik bestehender Organisationsansätze</li> </ol> </li> <li>3 Problemlöse- und Selbstorganisationsprozesse             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Einführung</li> <li>3.2 Interne Veränderungsimpulse</li> <li>3.3 Megatrends</li> <li>3.4 Modell für komplexes Problemlösen</li> </ol> </li> <li>4 Implementierung und Umsetzung             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 Einführung</li> <li>4.2 Kick-off-Meeting</li> </ol> </li> </ol>				

- 4.3 Workshops
- 4.4 Analysetechniken
- 5 Erste Schritte im OE-Prozess: Interner vs. externer Berater
- 5.1 Grundsätzliche Überlegungen
- 5.2 Interne/externe Berater
- 5.3 Expertenberatung
- 5.4 Beratungsvertrag

#### **14.2 Organisationsentwicklung II**

- 1 Einführung
- 2 Lernende Organisation
- 2.1 Ansatzpunkte
- 2.2 Definition und Konzept der Lernenden Organisation
- 3 Leitbild einer Organisation
- 3.1 Einführung zu Leitbildern in der Lernenden Organisation
- 3.2 Ziele und Aufgaben von Leitbildern
- 4 Projektmanagement – Kernpunkt organisationaler Veränderungsstrategien
- 4.1 Grundsätzliche Überlegungen
- 4.2 Grundbegriffe im Projektmanagement
- 5 Projektplanung und Projektstart
- 5.1 Arbeitspakete
- 5.2 Projektstart
- 5.3 Projektdurchführung – phasenorientierter Lösungsprozess
- 5.4 Projektstrukturplan, Projektablaufplanung, Controlling, Evaluation und Transfer
- 5.5 Projektabschluss und Ausblick
- 6 Teamentwicklung
- 6.1 Einführung
- 6.2 Merkmale und Typen von Arbeitsgruppen
- 6.3 Weitere Modelle

#### **14.3 Betriebspsychologie**

- 1 Einführung
- 2 Entstehung und Entwicklung der Betriebspsychologie
- 2.1 Taylorismus
- 2.2 Psychotechnik
- 2.3 Human-Relations-Bewegung
- 2.4 Der sozio-technische Ansatz
- 2.5 Humanisierung der Arbeit
- 2.6 Organisationsentwicklung
- 2.7 Die betriebspsychologischen Ansätze im Kontext der jeweiligen Menschenbilder
- 3 Motivation zur Arbeit
- 3.1 Grundfragen der Motivation
- 3.2 Grundbegriffe
- 3.3 Inhaltstheoretische Konzepte der Motivation
- 3.4 Prozessorientierte Konzepte der Motivation
- 3.5 Anwendungsmöglichkeiten der Motivationskonzepte
- 4 Die Einstellung zur Arbeit und zum Unternehmen
- 4.1 Werte und Einstellungen
- 4.2 Arbeitszufriedenheit
- 4.3 Organisationales Commitment
- 5 Gruppenarbeit im Unternehmen
- 5.1 Begriffliche Grundlagen
- 5.2 Formen von Gruppenarbeit
- 5.3 Die Psychologie der Gruppe
- 6 Führungspsychologie
- 6.1 Grundbegriffe der Führung 6.2 Menschenbild und Führungsverhalten
- 6.3 Führungsfunktionen
- 6.4 Führungsstile
- 6.5 Führungskonzepte
- 6.6 Kriterien erfolgreicher Führung

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
14.1 Organisationsentwicklung I	3
14.2 Organisationsentwicklung II	3
14.3 Betriebspsychologie	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 15: Instrumente der Unternehmensführung</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
5 (BA 8) 4 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	7	210 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	K 120	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Albe

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Im Modul wird Controlling als ein Teilsystem der Führung verstanden. Die Studierenden werden die theoretischen Grundlagen, strategische versus operative Betrachtungen und instrumentelle Ansätze verstehen und einordnen können. Als wichtigste Basis im Unternehmen dienen die Budgetierung und die Kostenrechnung. Letztere wird, nachdem die Grundlagen im Modul „Rechnungswesen“ gelegt wurden, nunmehr vertieft, indem die Studierenden Kostenrechnungssysteme wie die Plankosten- und Deckungsbeitragsrechnung kennen und anwenden lernen. Darüber hinaus wird mit der Prozesskostenrechnung das geeignetste Verfahren für die indirekten Leistungsbereiche vermittelt. Die Studierenden können das Instrumentarium anwenden und somit die entscheidenden Informationsinstrumente für die Soll-Ist-Analysen funktionsbezogen einsetzen und bewerten.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>15.1 Controlling</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Controlling: Definition und Aufgaben im Wandel der Zeit <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Erklärung des Begriffs Controlling</li> <li>2.2 Aufgaben im Controlling</li> <li>2.3 Der Wandel wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen</li> <li>2.4 Die Controlling-Generationen</li> </ul> </li> <li>3 Controlling als Koordination der Planung, der Kontrolle und der Versorgung mit Information im Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Controlling als Sicherung der Rationalität in der Unternehmensführung</li> <li>3.2 Führung und Koordination im Kontext des Controllings</li> <li>3.3 Grundfragen der Informationsversorgung</li> <li>3.4 Rechnungswesen als Grundlage des Controllings</li> <li>3.5 Kennzahlen und Kennzahlensysteme</li> </ul> </li> <li>4 Controlling als Bestandteil der Unternehmensführung <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Grundfragen der Gestaltung des Controllerebereichs</li> <li>4.2 Anforderungen an die Controller</li> <li>4.3 Organisation des Controllerebereichs</li> <li>4.4 Controlling als Bestandteil der strategischen Planung</li> </ul> </li> <li>5 Operatives Controlling <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1 Einordnung der operativen Planung in das Controlling</li> <li>5.2 Budgetierung</li> <li>5.3 Traditionelle Budgetierung</li> </ul> </li> </ul>

- 5.4 Zero-Base-Budgeting
- 5.5 Rolling Forecasts (rollierende Prognosen)
- 5.6 Ausgewählte Instrumente des operativen Controllings
- 6 Taktische Planung und Kontrolle
  - 6.1 Aufbau und Ziele der taktischen Planung
  - 6.2 Gegenstand und Ablauf der Mittelfristplanung
  - 6.3 Aufgaben der Controller in der taktischen Planung
  - 6.4 Wichtige Instrumente der taktischen Planung und Kontrolle: Investitionsrechnung, Target Costing, Kostenschätzmodell und Benchmarking
- 7 Berichtswesen
  - 7.1 Gestaltung des Berichtswesens
  - 7.2 Monatsberichtswesen in der Praxis
  - 7.3 Spezielle inhaltliche Themen der Berichterstattung

### 15.2 Kostenrechnungssysteme

- 1 Einführung
- 2 Systeme der Teilkostenrechnung
  - 2.1 Einführung in die Teilkostenrechnung
  - 2.2 Direct Costing
  - 2.3 Mehrstufige Fixkostendeckungsrechnung
  - 2.4 Relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
- 3 Anwendungsbereiche der Teilkostenrechnung
  - 3.1 Programmplanung
  - 3.2 Break-Even-Analyse
- 4 Plankostenrechnung
  - 4.1 Einführung
  - 4.2 Flexible Plankostenrechnung auf Vollkostenbasis
  - 4.3 Flexible Plankostenrechnung auf Teilkostenbasis
- 5 Prozesskostenrechnung
  - 5.1 Einführung
  - 5.2 Schritte der Prozesskostenrechnung
  - 5.3 Ergebnisse der Prozesskostenrechnung und ihre Auswertung
  - 5.4 Beurteilung der Prozesskostenrechnung
- 6 Target Costing
  - 6.1 Einführung
  - 6.2 Ablauf des Target Costing
  - 6.3 Beurteilung des Target Costing

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
15.1 Controlling	4
15.2 Kostenrechnungssysteme	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 16: Projekt- / Prozessmanagement</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6 (BA 8) 4 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	7	210 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	EA	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Schüle
<b>Kompetenzziele des Moduls</b>				
<p>Projekt- und Prozessmanagement gehören zu den typischen Querschnittsmanagementaufgaben der Wirtschaftswissenschaftler, wie sie in allen Unternehmen benötigt werden.</p> <p>Im Bereich Projektmanagement vermittelt das Modul den Studierenden grundlegende Methoden zur Planung, Steuerung und Überwachung von Projekten. Ferner werden notwendige Kenntnisse zu soziologischen Aspekten und Erfolgs- bzw. Misserfolgskennzahlen einer erfolgreichen Projektarbeit von den Studierenden erlangt.</p> <p>Im Bereich Prozessmanagement sind Methoden zur Analyse, Modellierung sowie Messung von Geschäftsprozessen mit typischen Prozesskennzahlen die wichtigsten Qualifikationsziele.</p> <p>Für beide Bereiche wird die Befähigung erlangt, mit modernen IT-Lösungen diese Aufgabenbereiche unterstützen zu können.</p>				
<b>Lehrinhalte</b>				
<p><b>16.1 Projektmanagement</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Erfolgs- und Misserfolgskennzahlen             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Status quo und Problemaufriss des Projektmanagements</li> <li>2.2 Erfolgsfaktoren für Projekte</li> </ol> </li> <li>3 Projektorganisation             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Projektbeteiligte</li> <li>3.2 Formen der Projektorganisation</li> </ol> </li> <li>4 Verhaltenswissenschaften und Projektmanagement – „Human Factor“             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 Projektmanagement und Teamwork</li> <li>4.2 Konfliktmanagement im Projekt</li> </ol> </li> <li>5 Phasen- und Vorgehensmodelle</li> <li>6 Projektstart und Projektdefinition             <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1 Von der Projektidee zum Projektauftrag</li> <li>6.2 Die Projektumfeldanalyse</li> <li>6.3 Entwicklung der Projektziele</li> <li>6.4 Lasten- und Pflichtenheft</li> </ol> </li> <li>7 Projektplanung             <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1 Inhalt der Projektplanung</li> <li>7.2 Projektstrukturplan</li> <li>7.3 Projektablaufplanung</li> </ol> </li> </ol>				

- 7.4 Ressourcenplanung
- 7.5 Kosten- und Finanzplanung
- 7.6 Risikoplanung
- 7.7 Planoptimierung
- 8 Projektcontrolling
- 8.1 Grundlagen
- 8.2 Instrumente
- 8.3 Berichtswesen
- 8.4 Projektabschluss

**16.2 Prozessmanagement**

- 1 Einleitung
- 2 Grundlagen
  - 2.1 Begriff und Wesensmerkmale
  - 2.2 Geschäftsprozessmanagement und angrenzende Konzepte
  - 2.3 Geschäftsprozessmanagement und Informationstechnologie
  - 2.4 Klassifizierung von Geschäftsprozessen
  - 2.5 Ziele des Geschäftsprozessmanagements
  - 2.6 Geschäftsprozessmanagement in Deutschland – Status quo und Entwicklungen
  - 2.7 Prozessorientierte Organisation
  - 2.8 Strategisches und operatives Geschäftsprozessmanagement
  - 2.9 Gestaltung von Geschäftsprozessen
  - 2.10 Prozessidentifizierung / -definition
  - 2.11 Strukturierung der Geschäftsprozesse
  - 2.12 Ablaufgestaltung
  - 2.13 Prozessbeschreibung und Dokumentation
  - 2.14 Prozessmodelle und Prozessstandardisierung
- 3 Prozesscontrolling
  - 3.1 Strategisches und operatives Prozesscontrolling
  - 3.2 Prozessplanung
  - 3.3 Prozesskontrolle
  - 3.4 Informationsversorgung
- 4 Prozessverbesserung und -optimierung
  - 4.1 Konzepte der Verbesserung von Prozessen
  - 4.2 Business Reengineering
  - 4.3 KAIZEN / KVP
  - 4.4 Total Cycle Time (TCT)
  - 4.5 Six Sigma
  - 4.6 Maßnahmen zur Verbesserung / Optimierung von Geschäftsprozessen
  - 4.7 Werkzeuge zur Prozessverbesserung

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
16.1 Projektmanagement	4
16.2 Prozessmanagement	3

Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)				
<b>Modul 17: Branchenorientierter Schwerpunkt</b>				
Semester	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6 (BA 8) 5 (BA 6)	1 Sem.	Wahlpflichtmodul I*	Entsprechend der Wahl 5 oder 10	150 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform/ Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	Entsprechend der Wahl einmal oder zweimal K 120	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Albe, Prof. Dr. Andrejewski, Prof. Dr. Heinlein, Prof. Dr. Sierke, Prof. Dr. Vollmar, Prof. Dr. Voss, Prof. Dr. Weibelzahl

Kompetenzziele des Moduls
<p>Das Modul vermittelt den Studierenden einen Überblick über verschiedene Branchen als mögliche zukünftige Betätigungsfelder.</p> <p><b>17.1 Wirtschaftsprüfung I</b></p> <p>Das Berufsbild des Wirtschaftsprüfers steht seit jeher mehr oder minder stark im Fokus derjenigen Studierenden, die eine gewisse Affinität zu Zahlen sowie zu kaufmännischen Prozessen haben.</p> <p>Das Modul Wirtschaftsprüfung I legt nicht nur die prüfungstheoretischen Grundlagen, sondern vermittelt auch im Überblick die wesentlichen Kenntnisse zum Markt für Wirtschaftsprüfung und zur Organisation des Wirtschaftsprüfer-Berufs. Ferner werden der Grundsatz der Unabhängigkeit sowie die einschlägigen Prüfungsnormen erläutert.</p> <p><b>17.2 Dienstleistungsmanagement I</b></p> <p>Ogleich in den westlichen Industrienationen ein erheblicher Teil der volkswirtschaftlichen und betrieblichen Wertschöpfung nach wie vor im klassischen produktiven Sektor entsteht, stellen Dienstleistungen einen immer weiter wachsenden Bereich dar. Dies gilt insbesondere für Deutschland und Westeuropa.</p> <p>Für Entstehung und Vermarktung von Dienstleistungs-"Produkten" gelten dabei nicht durchgängig dieselben Rahmenbedingungen, wie für "klassische" Produkte. Daher ist es für die Studierenden notwendig, die diesbezüglichen Zusammenhänge und Vorgehensweisen systematisch zu erarbeiten und zu verstehen.</p> <p>Dienstleistungsmanagement I zeigt daher die Entwicklung dieses Wirtschaftssektors auf, gibt Einblicke in unterschiedliche Erklärungsmodelle von Dienstleistung und differenziert daraus abgeleitet anschließend strategische und operative Dimensionen des Dienstleistungsmanagements.</p>

\* Es müssen drei Schwerpunkte gewählt werden; davon mindestens ein branchenorientierter (Modul 17 / 20 bzw. 21) und ein funktionsorientierter (Modul 18 / 21 bzw. 22) Schwerpunkt.

### **17.3 Industrielles Produktionsmanagement I**

Industrielles Produktionsmanagement I legt – aufbauend auf die Produktion zu Studienanfang – die gedankliche Struktur für Produktionsprozesse und deren managementorientierte Bewältigung. Dabei werden die produktions- und kostentheoretischen Zusammenhänge mit ihren wesentlichen Aussagen systematisch durch prozessorientierte Problemstellungen erweitert. Das Produktionsprogramm in den entsprechenden Fristigkeiten festzulegen und die Bedeutung der dafür erforderlichen Produktionsfaktoren zu erkennen, bilden für die Studierenden Schwerpunkte des Moduls.

### **17.4 Tourismusmanagement I**

Die Tourismusbranche ist dem tertiären Sektor zugeordnet und ist bei einer extensiven Auslegung eine der größten Branchen (nach Mitarbeitern) weltweit. Volkswirtschaftlich sind viele Länder auf diesen Wirtschaftsbereich angewiesen. Die Effekte, die aus dem Massentourismus, ausgehend von den entwickelten Ländern, ablesbar sind, werden hier aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln neben der volkswirtschaftlichen Sichtweise betrachtet (soziologisch, psychologisch, ökologisch). Unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit werden die unterschiedlichen touristischen Potenziale erlernt.

### **17.5 Sport- und Eventmanagement I**

Das Modul behandelt zwei Themengebiete, die Grundlagen des Sportmanagements und die Grundlagen des Sportmarketings. Im Bereich des allgemeinen Sportmanagements wird bei den Studierenden eine theoretisch fundierte Basis gelegt, welche dann durch vielfältige Beispiele im Sportbereich untermauert wird. Die Studierenden erhalten Einblick in und gewinnen Überblick über das Marketingmanagement im Sport. Sie erwerben Kenntnisse zur Sponsoringplanung, -Durchführung und zum Sponsoringcontrolling. Die Studierenden lernen, Problemlagen und Konflikte im Sport rechtzeitig zu erkennen, sich bewusst zu machen und lösungsorientiert zu handeln.

### **17.6 Retail Management I**

Handelsunternehmen aller Couleur stellen gerade, aber nicht nur, in Deutschland einen erheblichen Wirtschaftsfaktor dar. Eine große Zahl von Arbeitsplätzen und Tätigkeitsschwerpunkten findet sich deshalb auch dort. Das Modul vermittelt im Überblick Kenntnisse zu allen, für die Steuerung und Führung eines Handelsunternehmens relevanten Bereichen, wie Standort-, Sortiments-, Preis-, Präsentations-, Kommunikations- und Handelsmarkenpolitik. Die strategischen und operativen Steuerungsinstrumente für Handelsunternehmen gehören ebenso zu den Lernzielen, wie spezifischen Personalführungsthemen.

### **17.7 Gesundheitsmanagement I**

Der betriebswirtschaftliche Aspekt nimmt im Gesundheitswesen einen immer höheren Stellenwert ein. Um als Führungskraft den dadurch gewachsenen, besonderen Anforderungen gerecht zu werden, ist ein umfangreiches Fachwissen, welches diese beiden Disziplinen verknüpft, unerlässlich. Dieses Modul vermittelt zunächst Kenntnisse über den Bereich der Finanzierung im Gesundheitswesen, d. h. über die Finanzierung im Versicherungsbereich, sowie von Investitionen, ambulanten, stationären und sonstigen Leistungen. Direkt hieran knüpft das effiziente Rehabilitationsmanagement unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten an.

### **17.8 Wirtschaftspsychologie I**

Wesentliche Aspekte der Ökonomischen Psychologie werden dargelegt und ein Überblick über verschiedene wirtschaftspsychologische Aspekte wie Entscheidungen, Nutzenmaximierung, Konsumentenstimmung und Erwartungen sowie Absatzpolitik geboten. Die Studierenden werden die in die Lage versetzt, verschiedene Aspekte der psychologischen Ökonomie zu verstehen und nachzuvollziehen. Es werden die Grundlagen für das Verständnis ökonomischer Grundannahmen geschaffen und bei den Studierenden eine psychologische Herangehensweise an wirtschaftliche

Fragestellungen gefördert.

### **17.9 Food Business Management I**

Als viertgrößter Industriezweig Deutschlands ist die Ernährungsindustrie von großer wirtschaftlicher Bedeutung. Nach der Darlegung der Branchengrundlagen und der Hintergründe des Themas „Genossenschaft“ sowie „Genossenschaftliche Gruppen“ behandelt das Modul den Bereich der politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen in der Lebensmittelwirtschaft, die Thematik der Gentechnik sowie den Tierschutz, das Freihandelsabkommen der Europäischen Union und die deutschen Einfuhrvorschriften für Lebensmittel. Abgeschlossen wird das Modul mit den Themen „Nachhaltigkeit“ und „Ökologischer Landbau“.

### **17.10 Agribusiness Management I**

Durch den anhaltenden Strukturwandel und den Trend zur Nachhaltigkeit in der Agrarwirtschaft ergeben sich Herausforderungen für diese Branche. So wird zu Beginn des Moduls zunächst die Agrarwirtschaft im globalen Wandel betrachtet, die globalen Megatrends werden aufgezeigt und die Bedeutung für die Agrarwirtschaft erörtert. Weiter wird über die Akteure und Strukturen des Agribusiness aufgeklärt und der Frage nachgegangen, wie eine Agrar- und Ernährungswirtschaft aussehen muss, die 10 Mrd. Menschen ernährt, den weltweiten Bedarf an nachwachsenden Rohstoffen bedient, die natürlichen Ressourcen schont und dabei die ökonomischen wie sozialen Anforderungen erfüllt. Nachfolgende Themen sind die „Landwirtschaftlichen Produktionssysteme“, die „Politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen im Agribusiness“ sowie der Bereich „Genossenschaften“ und „Genossenschaftliche Gruppen“.

### **17.11 Banking I**

Das erweiterte Erkenntnisobjekt der Bankbetriebslehre ist das Handeln von und in Banken. Das Modul Banking I vermittelt den Studierenden die Grundlagen der Bankbetriebslehre. Nach einem Überblick über das europäische und deutsche Bankensystem erfolgt eine Einführung in die wichtigsten aufsichtsrechtlichen Rahmenbedingungen bankbetrieblichen Handelns. Danach erlernen die Studierenden detailliert die wichtigsten strategischen und taktisch-operativen Steuerungsinstrumente des Bankmanagements zu verstehen und anzuwenden. Des Weiteren setzen sie sich abschließend mit den aktuellen Entwicklungen des Bankensektors auseinander.

### **17.12 Digitized Economy I**

Digitalisierte Geschäftsmodelle und -prozesse sind von zunehmender Relevanz für Unternehmen aller Branchen und Größen. Insbesondere im Handel führt die Digitalisierung zu einem Wandel in der Art und Weise wie die Unternehmen arbeiten. In diesen Aspekten qualifiziert der Lehrbrief. Es werden zunächst die wesentlichen Trends und Entwicklungen im Onlinehandel und die daraus resultierenden Auswirkungen auf das Kundenverhalten betrachtet. Zudem lernen die Studierenden die Grundlagen aus technischer und organisatorischer und kommerzieller Sicht sowie die verschiedenen Formen, in den der Onlinehandel stattfindet, kennen. Des Weiteren werden spezielle Aspekte der Kundeninteraktion sowie die kommerziellen Aspekte betrachtet und die Thematik in den Marketing-Mix von Unternehmen eingeordnet.

## **Lehrinhalte**

### **17.1 Wirtschaftsprüfung I**

- 1 Einführung
- 2 Gegenstand der betriebswirtschaftlichen Prüfungslehre
  - 2.1 Begriff und Begründung der Rechnungslegung
  - 2.2 Begründung der Prüfung von Rechnungslegungsinformationen
- 3 Markt für Wirtschaftsprüfung
  - 3.1 Definition und Aufgabenspektrum
  - 3.2 Marktübersicht
  - 3.3 Wettbewerb und Marktanteile
- 4 Prüfungstheoretische Grundlagen

- 4.1 Begriff der Prüfung
- 4.2 Ausgewählte prüfungstheoretische Ansätze
- 4.3 Prüfungsdienstleistungen
- 5 Organisation des Wirtschaftsprüfer-Berufs
- 5.1 Zugang zum Beruf des Wirtschaftsprüfers
- 5.2 Berufsbild des Wirtschaftsprüfers
- 5.3 Institutionelle Sicherung der Prüfungsqualität
- 6 Grundsatz der Unabhängigkeit
- 6.1 Begriff und Gefährdung der Unabhängigkeit
- 6.2 Normen zur Sicherung der Unabhängigkeit
- 6.3 Maßnahmen zur Stärkung der Unabhängigkeit
- 7 Prüfungsnormen
- 7.1 Definitionen und Normenfunktionen
- 7.2 Beziehung zwischen Rechnungslegungs- und Prüfungsnormen
- 7.3 Rechnungslegungsnormen
- 7.4 Ausgewählte Prüfungsnormen

### **17.2 Dienstleistungsmanagement I**

- 1 Einführung
- 2 Entwicklungen im Dienstleistungssektor
- 2.1 Nachfrageentwicklung
- 2.2 Angebotsentwicklung
- 2.3 Umfeldentwicklung
- 3 Modelle zur Beschreibung von Dienstleistungen
- 3.1 Produktionswirtschaftliche Perspektive (Resource Based View)
- 3.2 Austauschbezogene Perspektive (Market Based View)
- 3.3 Organisatorische Perspektive
- 3.4 Dienstleistungsmanagement im Modell
- 4 Strategisches Dienstleistungsmanagement
- 4.1 Aufgaben im strategischen Dienstleistungsmanagement
- 4.2 Kernstrategie
- 4.3 Markt- und Leistungsstrategie
- 4.4 Wettbewerbsstrategie
- 4.5 Case Study
- 5 Operatives Dienstleistungsmanagement
- 5.1 Aufgaben des operativen Dienstleistungsmanagements
- 5.2 Prozessorientierung und -optimierung

### **17.3 Industrielles Produktionsmanagement I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen zum Aufgabengebiet des Produktionsmanagements
- 3 Produktions- und Kostentheorie als Grundlage des Produktionsmanagements
- 3.1 Grundlagen
- 3.2 Beispielhafte Produktionsfunktionen
- 4 Produktionsmanagement
- 4.1 Grundlagen
- 4.2 Produktionsprogrammplanung
- 4.3 Potenzialgestaltung
- 4.4 Prozessgestaltung

### **17.4 Tourismusmanagement I**

- 1 Einführung
- 2 Terminologie und Kennwerte des Tourismus
- 2.1 Definitionen und Begriffsklärungen im Tourismus
- 2.2 Erscheinungsformen des Tourismus
- 2.3 Kennwerte im Tourismus und ihre Interpretation
- 2.4 Phasen des touristischen Prozesses
- 3 Entwicklung des Tourismus
- 3.1 Entwicklung der Rahmenbedingungen des Tourismus
- 3.2 Entwicklung des Reisens
- 4 Tourismus als Wirtschaftsfaktor

- 4.1 Touristischer Markt
- 4.2 Touristisches Produkt
- 4.3 Akteure im Tourismus
- 4.4 Entwicklungstendenzen des touristischen Marktes
- 5 Reisegeografie und Destinationsmanagement
- 5.1 Reisegeografische Grundlagen
- 5.2 Naturraumpotenzial
- 5.3 Kulturrumpotenzial und Infrastruktur
- 5.4 Touristische Destination
- 5.5 Tourismus und ökologische Wirkungen
- 5.6 Nachhaltigkeit im Tourismus und Lösungsansätze der ökologischen Problematik
- 6 Leistungs- und Verkehrsträger im Tourismus
- 6.1 Begriffsgegenstand Leistungsträger im Tourismus
- 6.2 Begriffsgegenstand Verkehrsträger im Tourismus
- 7 Management des Schienenverkehrs
- 7.1 Gegenstand und Begriffsbestimmungen
- 7.2 Rechtsgrundlagen des Eisenbahnpersonenverkehrs
- 7.3 Marktübersicht des Eisenbahnpersonenverkehrs
- 7.4 Vertriebsstrukturen und Tendenzen im Eisenbahnpersonenverkehr
- 7.5 Ausgewählte touristische Sonderbahnen
- 8 Management des Straßenverkehrs
- 8.1 Gegenstand und Begriffsbestimmungen
- 8.2 Rechtsgrundlagen für Linien- und Gelegenheitsverkehr im Busverkehr
- 8.3 Marktübersicht des Busverkehrs
- 8.4 Entwicklung der Leistungsangebote und Kostenstrukturen im Busverkehr
- 8.5 Vertriebsstrukturen im Busverkehr
- 8.6 Mietwagenmarkt
- 8.7 Individualverkehr
- 9 Management der Passagierbeförderung im Schiffsverkehr
- 9.1 Gegenstand und Begriffsbestimmungen
- 9.2 Rechtsgrundlagen der Passagierschiffahrt
- 9.3 Marktübersicht der Passagierbeförderung im Schiffsverkehr
- 9.4 Entwicklung der Leistungsangebote und Kostenstrukturen in der Passagierschiffahrt
- 9.5 Vertriebsstrukturen und Tendenzen der Passagierbeförderung im Schiffsverkehr
- 10 Management des Luftverkehrs
- 10.1 Gegenstand und Begriffsbestimmungen
- 10.2 Rechtsgrundlagen von Linien- und Charterflügen im internationalen Passagierflugverkehr
- 10.3 Bestandteile der Leistung Flug
- 10.4 Marktübersicht des Passagierflugverkehrs
- 10.5 Vertriebsstrukturen und Tendenzen im Passagierflugverkehr
- 10.6 Besonderheiten des Luftverkehrs
- 10.7 Flughafen und andere Leistungsträger im Luftverkehr
- 11 Beherbergungsbetriebe im Tourismus
- 11.1 Erscheinungsformen von Beherbergungsbetrieben
- 11.2 Leistungsspektrum im Beherbergungsbereich
- 11.3 Rechtliche Rahmenbedingungen bei der Beherbergung von Gästen
- 11.4 Vertragliche Besonderheiten zwischen Reiseveranstalter und Beherbergungsbetrieben
- 11.5 Prädikatisierung und Klassifizierung
- 11.6 Marktübersicht und Vertriebsstrukturen im Beherbergungsbereich
- 11.7 Ergänzende Leistungen im Beherbergungsbetrieb
- 12 Ausgewählte touristische Dienstleister
- 12.1 Zusatzleistungen im Reiseverkehr
- 12.2 Reiseversicherungen
- 12.3 Global Distribution Systems (GDS) und Computer Reservierungssysteme (CRS)
- 12.4 Zielgebetsagenturen

#### **17.5 Sport- und Eventmanagement I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen des Sportmanagements
- 2.1 Betriebswirtschaftlicher Managementbegriff
- 2.2 Management im Sport

- 2.3 Sport als Wirtschaftsgut
- 2.4 Sportstättenmanagement
- 3 Organisation des Sports in Deutschland
- 3.1 Aufbau und Struktur des Sports in Deutschland
- 3.2 Selbstverwaltung im Sport
- 3.3 Dritter Sektor
- 3.4 Freiwilligenarbeit
- 3.5 Sportverein
- 4 Grundlagen des Sportmarketings
- 4.1 Aspekte des Sportmarketings
- 4.2 Phasen des Marketingmanagements
- 4.3 Strategisches Marketing im Sportbereich
- 4.4 Taktisches Marketing im Sportbereich
- 5 Sponsoring im Sportbereich
- 5.1 Begriffsgegenstand Sponsoring
- 5.2 Wirkungen des Sportsponsorings
- 5.3 Akteure im Sportsponsoring
- 5.4 Erscheinungsformen des Sportsponsorings
- 5.5 Management des Sportsponsoringprozesses
- 5.6 Entwicklungen im Sportsponsoring
- 6 Trends im Sport
- 6.1 Begriffsgegenstand
- 6.2 Merkmale von Trendsportarten
- 6.3 Erscheinungsformen von Trends im Sport
- 6.4 Entwicklung von Trendsportarten
- 7 Grenzen im Sportbereich
- 7.1 Finanzierung durch öffentliche Mittel
- 7.2 Doping im Sport

#### **17.6 Retail Management I**

- 1 Einführung
- 2 Handelsinstitutionen
- 2.1 Handel als Dienstleistungszweig
- 2.2 Merkmale des Wiederverkäufermarkts
- 3 Handel im Absatzkanal
- 3.1 Akteure im Absatzkanal
- 3.2 Optionen der Absatzkanaltiefe
- 3.3 Optionen der Absatzkanalbreite
- 3.4 Optionen der Absatzmethode
- 4 Handelsfunktionen
- 4.1 Basisaufgaben
- 4.2 Betriebsformen des Einzelhandels
- 4.3 Betriebsformen des Großhandels
- 4.4 Dynamik der Betriebsformen des Handels
- 5 Handel als Absatzmittlerstufe
- 5.1 Absatzkanal als Engpass
- 5.2 Potenzielle Antinomien im Absatzkanal
- 5.3 Praktische Kooperationen im Absatzkanal
- 6 Handel als autonome Absatzstufe
- 6.1 Einsatz von Absatzhelfern
- 6.2 Einsatz von Handelsreisenden
- 6.3 Marktveranstaltungen als Abschlussmärkte
- 6.4 E-Trade
- 6.5 Außenhandel
- 7 Aktionsparameter des Handels
- 7.1 Standortwahl
- 7.2 Angebotsinstrument des Handels
- 7.3 Entgeltinstrument des Handels
- 7.4 Informationsinstrument im Handel
- 7.5 Verfügbarkeitsinstrument im Handel
- 7.6 Verkaufsförderung

7.7 Persönlicher Verkaufskontakt

**17.7 Gesundheitsmanagement I**

- 1 Einführung
- 2 Finanzierung im Versicherungsbereich
  - 2.1 Finanzierung in der gesetzlichen Krankenversicherung
  - 2.2 Finanzierung in der gesetzlichen Pflegeversicherung
  - 2.3 Finanzierung in der gesetzlichen Rentenversicherung
  - 2.4 Finanzierung der Unfallversicherung
  - 2.5 Finanzierung der privaten Kranken- und Pflegeversicherung
  - 2.6 Finanzierung in sonstigen privaten Versicherungen
- 3 Finanzierung von ambulanten Leistungen
  - 3.1 EBM
  - 3.2 GOÄ
  - 3.3 Arzneimittel
- 4 Finanzierung von stationären Leistungen
  - 4.1 Stationäre Krankenhausbehandlung
  - 4.2 Stationäre Rehabilitationsmaßnahmen
  - 4.3 Stationäre Pflegeeinrichtungen
- 5 Finanzierung von Investitionen
  - 5.1 Investitionen im Krankenhaus
  - 5.2 Investitionskosten im ambulanten ärztlichen Leistungsbereich
  - 5.3 Investitionen in der Pflege
  - 5.4 Investitionen in der Rehabilitation
- 6 Finanzierung von sonstigen Leistungen
  - 6.1 Vor- und nachstationäre Behandlung
  - 6.2 Haushaltshilfe/ häusliche Krankenpflege
  - 6.3 Heil- und Hilfsmittel
- 7 Grundlagen, Merkmale und Akteure des Rehabilitationsmanagements
  - 7.1 Rehabilitation aus Sicht von Arbeits-, Sozial- und Rehabilitationsmedizin
  - 7.2 Rehabilitationswissenschaften, Forschungsaspekte und ausgewählte Akteure
  - 7.3 Sozialstaat, Krankenversicherung und demografische Entwicklung
  - 7.4 Versorgungsektoren und Reha-Settings
- 8 Versorgung und Steuerung im Rehabilitationsmanagement
  - 8.1 Kostenträger und rechtliche Grundlagen – ausgewählte Aspekte
  - 8.2 Finanzierungs- und Steuerungsaspekte – Schwerpunkt Reha-Kliniken
- 9 Ausgewählte Aspekte und Trends im Rehabilitationsmanagement
  - 9.1 Rehabilitation und Management
  - 9.2 Unterversorgung?
  - 9.3 Gerechtigkeit, Rehabilitation und Rationierung
  - 9.4 Kosten und Investitionen - Aspekte für Reha-Einrichtungen
  - 9.5 Versorgungsqualität und Entlassungsmanagement
  - 9.6 Marketing- und Markenmanagement

**17.8 Wirtschaftspsychologie I**

- 1 Inhalte und Grenzen der ökonomischen Psychologie
  - 1.1 Ökonomischen Psychologie im weiteren Sinne
  - 1.2 Ökonomischen Psychologie im engeren Sinne
- 2 Über die Brüchigkeit der ökonomischen Grundannahmen
  - 2.1 Entscheidungen
  - 2.2 Entscheidungsanomalien
  - 2.3 Nutzenmaximierung
  - 2.4 Analyseebenen und Entscheidungsanomalien
  - 2.5 Möglichkeiten der Fehlervermeidung und Anstöße zu vernünftigem Verhalten
- 3 Alltagsverständnis von Ökonomie
  - 3.1 Zum wirtschaftlichen Wissen von Kindern und Jugendlichen
  - 3.2 Zum wirtschaftlichen Handeln von Kindern und Jugendlichen
  - 3.3 Zum wirtschaftlichen Verständnis Erwachsener
- 4 Märkte: Konsumgüter, Arbeit und Kapital
  - 4.1 Märkte
  - 4.2 Konsumentenstimmung und Erwartungen

- 5 Konsumgütermärkte: Ökonomische Entscheidungen im privaten Haushalt
- 5.1 Ökonomische Entscheidungen: Grundnutzen und Hedonismus
- 5.2 Ökonomische Entscheidungen im privaten Haushalt: Ausgaben
- 5.3 Ökonomische Entscheidungen im privaten Haushalt: Kredit

### **17.9 Food Business Management I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen der Ernährungswirtschaft
  - 2.1 Einführung in die Ernährungswirtschaft
  - 2.2 Daten und Fakten
  - 2.3 Groß- und Einzelhandel in der Lebensmittelwirtschaft
  - 2.4 Einführung in die Warenkunde und Qualitätssicherungssysteme
  - 2.5 Außer-Haus-Verzehr
- 3 Genossenschaften in der Agrar- und Ernährungswirtschaft
  - 3.1 Der Genossenschaftsbegriff
  - 3.2 Chancen und Risiken von Genossenschaften
  - 3.3 Genossenschaftliche Gruppen
  - 3.4 Beispiel „Deutscher Raiffeisenverband (drv)“
- 4 Politische und Rechtliche Rahmenbedingungen in der Lebensmittelwirtschaft
  - 4.1 Lebensmittelkennzeichnung
  - 4.2 Tierschutz
  - 4.3 Pflanzenschutz
  - 4.4 Gentechnik
  - 4.5 Freihandelsabkommen der Europäischen Union
- 5 Die Agrar- und Ernährungswirtschaft in der Öffentlichkeit
  - 5.1 Lebensmittelsicherheit
  - 5.2 Lebensmittelklarheit
  - 5.3 Lebensmittelskandale
- 6 Nachhaltigkeit in der Agrar- und Ernährungswirtschaft
  - 6.1 Das Drei Säulen-Modell der Nachhaltigkeit
  - 6.2 Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette
  - 6.3 Betrachtung der Megatrends und die Auswirkung auf nachhaltiges Wirtschaften
- 7 Ökologischer Landbau
  - 7.1 Richtlinien
  - 7.2 Bio-Siegel
  - 7.3 Kontrollsysteme
  - 7.4 Qualität ökologischer Lebensmittel
  - 7.5 Der Markt für ökologische Lebensmittel

### **17.10 Agribusiness Management I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen des Agribusiness
  - 2.1 Einführung in das Agribusiness
  - 2.2 Die Bedeutung des deutschen Agribusiness
  - 2.3 Daten und Fakten
  - 2.4 Erzeugnisse deutscher Landwirtschaft im Detail
- 3 Herausforderungen im Agribusiness
  - 3.1 Die Agrar- und Ernährungswirtschaft im globalen Wandel
  - 3.2 Globale Megatrends
  - 3.3 Bedeutung für die Agrar- und Ernährungswirtschaft
- 4 Akteure und Strukturen im Agribusiness
  - 4.1 Wertschöpfungsketten „from farm to fork“
  - 4.2 Betriebsstrukturen in der Landwirtschaft
  - 4.3 Strukturwandel
  - 4.4 Besonderheiten der Landwirtschaft
- 5 Nachhaltigkeit in der Agrarwirtschaft
  - 5.1 Das Dreisäulenmodell der Nachhaltigkeit
  - 5.2 Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette
  - 5.3 Betrachtung der Megatrends und die Auswirkung auf nachhaltiges Wirtschaften
- 6 Landwirtschaftliche Produktionssysteme
- 7 Grundlagen der Agrarpolitik

- 7.1 Gemeinsame Agrarpolitik (GAP)
- 7.2 Zukünftige Herausforderungen der EU
- 8 Genossenschaften in der Agrarwirtschaft
- 8.1 Der Genossenschaftsbegriff
- 8.2 Genossenschaftliche Gruppen
- 8.3 Beispiel „Deutscher Raiffeisenverband (drv)“

#### **17.11 Banking I**

- 1 Einführung
- 2 Bankbetriebliche Grundlagen
- 2.1 Banken, Bankensysteme, Finanzmärkte
- 2.2 Bankenrechtliche Rahmenbedingungen
- 3 Bankbetriebliche Geschäftspolitik: strategische und taktisch-operative Aspekte
- 3.1 Zielsystem im Bankgeschäft
- 3.2 Instrumente der Bankpolitik
- 3.3 Risikomanagement
- 3.4 Rentabilitätsmanagement
- 4 Aktuelle Entwicklungen im Bankensektor
- 4.1 Bankmanagement: Innovationen im strategischen Managementprozess von Banken
- 4.2 Bankmarketing: Gestaltung sich verändernder Geschäftsbeziehungen
- 4.3 Bankorganisation: Gestaltung bankbetrieblicher Wertschöpfungsarchitekturen

#### **17.12 Digitized Economy I**

- 1 Einführung
- 2 Online-Handel der Zukunft
- 2.1 Neue Kundenorientierung im Digital Commerce
- 2.2 Zukunftstrends und Zukunftsszenarien im Digital Commerce
- 2.3 Neue Herausforderungen für den Online-Handel
- 3 Grundlagen des Online-Handels
- 3.1 Technische Grundlagen des Online-Handels
- 3.2 Aktuelle Rahmenbedingungen des Online-Handels
- 3.3 Medienspezifische Besonderheiten des Online-Handels
- 3.4 Kommerzielle Grundlagen des Online-Handels
- 3.5 Kaufverhaltensspezifische Grundlagen des Online-Handels
- 4 Formen des Online-Handels
- 4.1 Betriebstypen des Online-Handels
- 4.1.1 Pure-Online-Handel
- 4.1.2 Kooperierender Online-Handel
- 4.1.3 Multi-Channel-Handel
- 4.1.4 Hybrider Online-Handel
- 4.1.5 Vertikalisierte Online-Handel
- 4.2 Innovative Formen des interaktiven Online-Handels
- 5 Kundeninteraktion im Online-Handel
- 5.1 Besonderheiten internet-basierter Kundeninteraktion
- 5.2 Online- versus Offline-Kundeninteraktion
- 5.3 Onsite- versus Offsite-Kundeninteraktion
- 5.4 Upstream- versus Downstream-Kundeninteraktion
- 5.5 Customer-Journey als Downstream-Kunden-interaktion
- 6 Geschäftsbasis des Online-Handels
- 6.1 Online-Handel als Form des Distanzhandels
- 6.2 Geschäftsmodelle und Positionierung im Online-Handel
- 6.3 Geschäftssystem des Online-Handels
- 6.4 Geschäftsorganisation im Online-Handel
- 6.5 Rentabilisierung im Online-Handel
- 7 Marketingpolitik und CRM im Online-Handel
- 7.1 Marketingmix im Online-Handel
- 7.2 CRM und Kundendatenmanagement im Online-Handel
- 7.3 Kundengewinnung im Online-Handel
- 7.4 Kundenbindung im Online-Handel
- 7.5 Kundenwertsteigerung im Online-Handel
- 7.6 Verkaufspolitik im Online-Handel

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
17.1 Wirtschaftsprüfung I	5
17.2 Dienstleistungsmanagement I	5
17.3 Industrielles Produktionsmanagement I	5
17.4 Tourismusmanagement I	5
17.5 Sport- und Eventmanagement I	5
17.6 Retail Management I	5
17.7 Gesundheitsmanagement I	5
17.8 Wirtschaftspsychologie I	5
17.9 Food Business Management I	5
17.10 Agribusiness Management I	5
17.11 Banking I	5
17.12 Digitized Economy I	5

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 18: Funktionsorientierter Schwerpunkt</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
6 (BA 8) 5 (BA 6)	1 Sem.	Wahlpflichtmodul I*	Entsprechend der Wahl 5 oder 10	150 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	Entsprechend der Wahl einmal oder zweimal K 120	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Albe Prof. Dr. Dusemond, Prof. Dr. Mörsstedt, Prof. Dr. Schüle; Prof. Dr. Vollmar, Prof. Dr. Voss Prof. Dr. Weibelzahl

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Das Modul vermittelt einen Überblick über verschiedene Funktionsbereiche in Organisationen, auch vor den Hintergrund als mögliche zukünftige Tätigkeitsfelder.</p> <p><b>18.1 Logistik / Supply Chain Management I</b></p> <p>Die Logistik wird in dem Modul als eine wesentliche Querschnittsfunktion im Unternehmen dargestellt. Die Studierenden entwickeln das Verständnis, das in klassischen Funktionen Gelernte prozessorientiert anzuwenden und die Logistik sowohl begrifflich als auch modellhaft als eigenständige Funktion zu verstehen, deren Aufgaben und Wertigkeit in jüngerer Zeit sich zunehmend vergrößert hat. Das Wertschöpfungspotenzial im Sinn einer Supply Chain und das dafür erforderliche Managementwissen ist Gegenstand des Moduls.</p> <p><b>18.2 Human Resource Management I</b></p> <p>Die Studierenden werden mit dem Human Resource Management als Schnittstelle zwischen Unternehmensbeteiligten und dem Unternehmen selbst vertraut gemacht. Es werden zunächst die Grundlagen des Human Resource Management vermittelt. Weitere Bestandteile des Moduls sind die rechtlichen Rahmenbedingungen, Personalbedarfsplanung, -beschaffung und der Einsatz. Weitere Themenfelder bilden die Beurteilung, die Entwicklung, die Entlohnung von Personal. Die Studierenden lernen effektives Personalcontrolling und seine Mechanismen kennen. Den Abschluss des Moduls bilden moderne Methoden der Personalverwaltung und der Personalführung.</p> <p><b>18.3 Marketing / Vertrieb I</b></p> <p>Das Modul vermittelt einführende Kenntnisse zum Marketing. Die Studierenden können die strategische Bedeutung des Marketing für die Unternehmensstrategie einschätzen und lernen unterschiedliche Strategien kennen.</p> <p>Weiterhin können sie Kaufverhaltensmuster erkennen und deren unterschiedliche Wirkungsweise</p>

\* Es müssen drei Schwerpunkte gewählt werden; davon mindestens ein branchenorientierter (Modul 17 / 20) und ein funktionsorientierter (Modul 18 / 21) Schwerpunkt.

verstehen, worauf sich die abschließenden, grundlegenden Darstellungen zur Marktforschung stützen.

#### **18.4 Konzernrechnungslegung I**

Ohne Kenntnisse zur Konzernrechnungslegung können in einem Konzernverbund organisierte Unternehmen weder vom Accounting noch vom Controlling fachmännisch begleitet werden. Auch eine Analyse der (Konzern-)Abschlüsse, die Prüfung derselben sowie eine zielgerichtete Beratung sind ohne spezifische Konzernkenntnisse nicht möglich. Dies ist umso gravierender, da die meisten Unternehmen zumindest ab einer bestimmten Größenordnung als Konzernverbund organisiert sind.

Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse zur Konzernrechnungslegung nach HGB sowie die wesentlichen Abweichungen nach IFRS. Neben den konzernrechtlichen Grundlagen werden die Fragen „wer muss einen Konzernabschluss und Konzernlagebericht aufstellen“ und „welche Unternehmen sind auf der Grundlage welcher Methode in den Konzernabschluss einzubeziehen“ anhand praxisrelevanter Beispiele ausführlich erörtert. Darüber hinaus werden die Themengebiete latente Steuern und Währungsumrechnung dargelegt. Die im Rahmen der Vollkonsolidierung von Tochterunternehmen anzuwendende Kapitalkonsolidierung wird anhand eines durchgängigen Beispiels in mehreren Fallkonstellationen umfänglich und praxisnah erläutert.

#### **18.5 Wirtschaftsinformatik I**

Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse zum Themenbereich Datenmanagement, insbesondere der Datenmodellierung zur Organisation der Datenbanken in relationalen Datenbanksystemen. Dies wird am praktischen Beispiel mit MS Access vertieft. Darauf aufbauend werden analyseorientierte Methoden und Verfahren zur Gewinnung entscheidungsorientierter Informationen behandelt.

Darüber hinaus befasst sich das Modul mit grundlegenden Herausforderungen und Maßnahmen zur Datenschutz und -sicherheit.

Insgesamt werden die Studierenden befähigt, die Bedeutung des Produktionsfaktors Daten bzw. Informationen besser einschätzen und bewerten zu können.

#### **18.6 Markt- / Werbepsychologie I**

Das Modul befasst sich mit den Grundlagen des Marketings und der Wirkung von Werbung. Aufbauend auf den Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie werden zunächst ausgewählte Werbewirkungsmodelle behandelt. Nach Erlangung der elementaren Grundkenntnisse thematisiert dieses Modul die Messung von Werbewirkung. Die verschiedenen Tests werden ausführlich dargestellt und der Unterschied zwischen Werbewirkung und Werbeerfolg wird aufgezeigt. Das Modul schließt ab mit einem Abschnitt zu den psychologischen Grundlagen der Werbewirkung.

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die psychologischen Hintergründe von Marketing und Werbung zu verstehen und die Wirkung von Werbung gezielt zu messen. Darüber hinaus kennen sie die psychologischen Grundlagen der Wahrnehmung von Werbung und können diese gezielt beeinflussen.

#### **18.7 Entrepreneurship I**

Das Modul lehrt den Studierenden einen systematischen Überblick über die grundlegenden Bereiche der Gründung und des Wachstums junger Unternehmen. Zu Beginn werden der Ursprung von Entrepreneurship und Entrepreneurship in der Wissenschaft gegenübergestellt und auch die Abgrenzungen zwischen Entrepreneurship und Entrepreneur sowie Unternehmensgründer und Unternehmensgründung unter anderem dargestellt. Der Student erlernt die Schlüsselfaktoren von Entrepreneurship diskutiert. Dabei geht es einerseits um den Entrepreneur selbst und die unternehmerische Gelegenheit, sowie andererseits um Ressourcen, Organisation und Umwelt. Weiterhin wird er die Besonderheiten von Gründungsunternehmen erfassen, z. B. die Andersartigkeit von Start-ups. Außerdem wird ausgeführt, welche Merkmale für ein Start-up sprechen und inwiefern Innovation und Kreativität eine Rolle spielen.

Im weiteren Verlauf werden die Herausforderungen junger Unternehmer beleuchtet. Bei jungen Unternehmen spielt vor allem die Verfügbarkeit von Ressourcen eine große Rolle. Insbesondere die Relevanz von Marketing und Innovation, Organisation und Personal, Finanzierung und Wachstumsstrategien dargestellt. Abschließend werden Unternehmensgründungen, qualitative und quantitative Faktoren und was Unternehmensgründer von einem erfahrenen Unternehmer lernen kann, verständlich gemacht. Gleichzeitig werden die Einflüsse von Unternehmensgründungen auf die gesamt-wirtschaftliche Situation diskutiert, bevor ausgeführt wird, in welcher Form Start-ups als Vorbild gelten können.

### **18.8 Digital Business Management I**

Die Fähigkeit, großen Datenmengen entscheidungsorientiert zu analysieren, ist eine der Schlüsselqualifikationen in vielen Unternehmen unterschiedlichster Branchen. Das dazu erforderliche Verständnis der Zusammenhänge und Fähigkeiten zum Einsatz von Methoden und Tools vermittelt der Fernlehrbrief. Es werden die relevanten Konzepte, Prozesse und Technologien zur Datenbereitstellung betrachtet. Des Weiteren widmet sich der Lehrbrief Eignung und Anwendung von Methoden zur Datenanalyse und differenziert dabei zwischen deskriptiver Analyse und ausgewählten Methoden des Data Mining. Ein Überblick der Kategorien von Tools für Datenanalyse wird gegeben. Konkrete Fallbeispiele mit Anleitungen zur praktischen Übung im Umgang mit den Methoden ergänzen die konzeptionellen Beschreibungen und vermitteln konkrete Fähigkeiten.

### **18.9 Medien- und Kommunikationsmanagement I**

Die Studierenden lernen die Grundlegenden Begriffe und Theorien der Medienpolitik und der Medienökonomie. Es werden Diskurse und Maßnahmen, die einen Ordnungsrahmen (Gesetze, Verordnungen, Richtlinien) für publizistische Medien geben und deren Spielraum betrachtet. Darüber hinaus werden die Interessen und Machtkonstellationen von Akteuren im Feld der Medienpolitik und der Medienökonomie herausgearbeitet.

Im weiteren Verlauf werden die Medienprodukte und ihre charakteristischen Eigenschaften, Medienunternehmen als Teil der Wertschöpfungskette, Medienmärkte, ihre Verteilung und die Relevanz eines ausreichenden Wettbewerbs, Geschäftsmodelle innerhalb von Medien, Internet- und Netzwerkökonomie und die digitale Transformation der Medienindustrie näher behandelt. Eine genauere Betrachtung aller genannten Teildisziplinen der Medienökonomie ermöglicht ein tieferes Verständnis auf diesem Gebiet.

Darüber hinaus lernen die Studierenden die Grundlagen der zentralen Wissensgebiete und Theorien der Medien- und Kommunikationswissenschaft und lernen insbesondere die Anwendung der publizistischen und kommunikationswissenschaftlichen Theorieansätze, wie Stimulus Response, Uses-and-Gratification, Dynamisch-Transaktionaler-Ansatz, Two-Step-Flow, Gatekeeping, Kultivierung oder Agendasetting.

### **18.10 International Management I**

Das Modul befasst sich mit den Grundlagen der Globalisierung, insbesondere mit der Theorie und Praxis des Außenhandels, Ausländische Direktinvestitionen, Internationalisierungsstrategien und Internationale digitale Geschäftsmodelle.

Im weiteren Verlauf werden die grundlegenden Innovationsprozesse in einem Unternehmen von Innovationsprozessmodellen abgegrenzt. In diesem Zuge werden Widerstände gegen Innovationen und Ansatzpunkte zum Umgang mit ihnen benannt. Das Modul befasst sich außerdem mit den Zielen, Merkmalen und Aufgaben des Innovationscontrollings.

## **Lehrinhalte**

### **18.1 Logistik / Supply Chain Management I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen der Logistik
  - 2.1 Begriff und Abgrenzung
  - 2.2 Wesensmerkmale der Logistik

- 2.3 Logistische Aufgaben und Grundfunktionen
- 2.4 Entwicklung der Logistik
- 2.5 Bedeutung der Logistik
- 2.6 Ziele der Logistik
- 2.7 Arten der Logistik
- 3 Logistische Systeme
- 3.1 Elemente und Merkmale logistischer Systeme
- 3.2 Sortiersysteme als ausgewähltes Beispiel für Logistiksysteme
- 3.3 Grundstrukturen logistischer Systeme
- 4 Logistikorganisation
- 4.1 Grundprobleme
- 4.2 Bestimmungsfaktoren der Organisationsform
- 4.3 Einbindung der Logistik in die Unternehmensorganisation
- 5 Distributionslogistik
- 5.1 Begriffliche Abgrenzung
- 5.2 Aufgaben und Ziele der Distributionslogistik
- 5.3 Elemente und Strukturen von Distributionssystemen
- 5.4 Kostenstrukturen von Distributionssystemen
- 5.5 Ersatzteillogistik
- 6 Entsorgungslogistik
- 6.1 Objekte der Entsorgungslogistik
- 6.2 Bedeutung der Entsorgungslogistik
- 6.3 Ziele der Entsorgungslogistik
- 6.4 Strategien der Entsorgungslogistik
- 6.5 Aufgaben der Entsorgungslogistik
- 6.6 Beispiele für (externe) Subsysteme der Entsorgungslogistik
- 7 Lagerlogistik
- 7.1 Anforderungen an Lagersysteme
- 7.2 Lagerstrategien
- 7.3 Lagerarten
- 8 Kommissioniersysteme
- 8.1 Informationsfluss der Kommissionierung
- 8.2 Materialfluss der Kommissionierung
- 8.3 Organisationssysteme der Kommissionierung
- 8.4 Kennzahlen der Kommissionierung
- 9 Transportlogistik
- 9.1 Innerbetriebliche Transportsysteme
- 9.2 Außerbetriebliche Transportsysteme 8 Logistik-Controlling
- 10 Logistik-Controlling
- 10.1 Begriff, Aufgaben und Ziele des Logistik-Controllings
- 10.2 Instrumente des Logistikcontrollings

## **18.2 Human Resource Management I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen des Human Resource Managements
- 2.1 Rahmenbedingung des Human Resource Managements
- 2.2 Träger und Objekte des Human Resource Managements
- 2.3 Ziele des Human Resource Managements
- 2.4 Handlungsfelder des Human Resource Managements
- 2.5 Personalpolitik
- 2.6 Organisation des Human Resource Managements
- 3 Rechtliche Rahmenbedingungen des Human Resource Managements
- 3.1 Rechtsquellen und Gebiete des Arbeitsrechts
- 3.2 Individuelles Arbeitsrecht
- 3.3 Kollektives Arbeitsrecht
- 4 Personalbedarfsplanung
- 4.1 Stellenwert der Personalbedarfsplanung
- 4.2 Einflussfaktoren an Personalbedarf
- 4.3 Quantitative Aspekte der Personalbedarfsplanung
- 4.4 Qualitative Aspekte der Personalbedarfsplanung
- 4.5 Zeitliche Aspekte der Personalbedarfsplanung

- 5 Personalbeschaffung
  - 5.1 Personalmarketing
  - 5.2 Beschaffungswege
  - 5.3 Personalauswahl
  - 5.4 Auswahlentscheidung
  - 5.5 Arbeitsvertrag
- 6 Personaleinsatz
  - 6.1 Aufgaben und Ziele der Personaleinsatzplanung
  - 6.2 Einführung neuer Mitarbeiter
  - 6.3 Gestaltung des Arbeitsplatzes
  - 6.4 Gestaltung des Arbeitsinhalts
  - 6.5 Gestaltung der Arbeitszeit
- 7 Personalbeurteilung
  - 7.1 Wesen und Ziele der Personalbeurteilung
  - 7.2 Rechtliche Rahmenbedingungen der Personalbeurteilung
  - 7.3 Arten der Personalbeurteilung
  - 7.4 Formen der Beurteilung
  - 7.5 Prozess der Personalbeurteilung
  - 7.6 Instrumente der Personalbeurteilung
  - 7.7 Beurteilungsverfahren
  - 7.8 Fehlerquellen bei der Personalbeurteilung
- 8 Personalentwicklung
  - 8.1 Aufgaben und Bereiche der Personalentwicklung
  - 8.2 Ziele und Nutzen der Personalentwicklung
  - 8.3 Gegenstand der Personalentwicklung
  - 8.4 Methoden der Personalentwicklung
  - 8.5 Ablauf einer systematischen Personalentwicklung
- 9 Personalentlohnung
  - 9.1 Rechtliche Rahmenbedingungen der Personalentlohnung
  - 9.2 Lohngerechtigkeit
  - 9.3 Arbeitsbewertung als Grundlage einer anforderungsbezogenen Lohnfindung
  - 9.4 Vergütungsformen
  - 9.5 Sozialleistungen
  - 9.6 Materielle Mitarbeiterbeteiligungssysteme
  - 9.7 Das Cafeteria-System als Beispiel eines flexiblen und individualisierten Vergütungskonzeptes
- 10 Personalfreisetzung
  - 10.1 Ursachen der Personalfreisetzung
  - 10.2 Maßnahmen der Personalfreisetzung
  - 10.3 Kündigung
  - 10.4 Outplacement
  - 10.5 Abschließende Maßnahmen bei Austritt des Mitarbeiters
- 11 Personalcontrolling
  - 11.1 Historische Entwicklung
  - 11.2 Grundkonzept und Ebenen des Personalcontrollings
  - 11.3 Funktionen und Ziele des Personalcontrollings
  - 11.4 Instrumente des Personalcontrollings
- 12 Personalverwaltung
  - 12.1 Aufgaben der Personalverwaltung
  - 12.2 Datenschutz im Kontext der Personalverwaltung
  - 12.3 Hilfsmittel der Personalverwaltung
  - 12.4 Entgeltabrechnung
- 13 Personalführung
  - 13.1 Rahmenbedingungen der Personalführung
  - 13.2 Grundlegende führungstheoretische Ansätze
- 14 Führungskonzepte

### **18.3 Marketing / Vertrieb I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen des internationalen Marketings
  - 2.1 Begriffsabgrenzung und Besonderheiten des internationalen Marketings

- 2.2 Formen des internationalen Marketings
- 2.3 Rahmenbedingungen des internationalen Marketings
- 2.4 Gründe für internationales Marketing
- 3 Informationsgrundlagen des internationalen Marketings
- 3.1 Informationsbedarf für internationale Marketingentscheidungen
- 3.2 Aufgaben der internationalen Marktforschung
- 3.3 Internationale Sekundärforschung
- 3.4 Internationale Primärforschung
- 4 Internationale Marketingkonzeption
- 4.1 Inhalt und Prozess der internationalen Marketingkonzeption
- 4.2 Länder- und Marktauswahl
- 4.3 Markterschließungsstrategien
- 4.4 Markteintrittsstrategien
- 4.5 Marktbearbeitungsstrategien
- 5 Internationale Produkt- und Markenpolitik
- 5.1 Grundfragen der internationalen Produktpolitik
- 5.2 Bestandteile eines Produktes
- 5.3 Internationale Lebenszyklen
- 5.4 Internationale Produktentwicklung
- 5.5 Internationale Markenpolitik
- 5.6 Internationale Produkt- und Markenstandardisierung versus Differenzierung
- 6 Internationale Kontrahierungspolitik
- 6.1 Determinanten der internationalen Kontrahierungspolitik
- 6.2 Konditionengestaltung
- 6.3 Standardisierung der Kontrahierungspolitik
- 7 Internationale Distributionspolitik
- 7.1 Entscheidungsbereiche der internationalen Distributionspolitik
- 7.2 Standardisierung der Distributionspolitik
- 8 Internationale Kommunikationspolitik
- 8.1 Grundlagen der internationalen Kommunikationspolitik
- 8.2 Instrumente der internationalen Kommunikationspolitik
- 8.3 Standardisierung in der Kommunikationspolitik
- 9 China
- 9.1 Landes- und Wirtschaftsdaten
- 9.2 Wirtschaft
- 9.3 Märkte und Kaufverhalten
- 9.4 Internationalisierungserfolge eines KMU – Der Markteintritt der Anton Paar GmbH in China

#### **18.4 Konzernrechnungslegung I**

- 1 Einführung
- 2 Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS
- 2.1 Konzernrechnungslegung in der EU
- 2.2 Konzernrechnungslegung nach HGB
- 2.3 Konzernrechnungslegung nach IFRS
- 3 Konzerndefinition, Organisation der Konzernabschlusserstellung und Konzernarten
- 3.1 Konzerndefinition
- 3.2 Organisation der Konzernabschlusserstellung
- 3.3 Konzernarten
- 4 Zweck und Grundsätze der Konzernrechnungslegung
- 4.1 Zweck und Adressaten der Konzernrechnungslegung
- 4.2 Wesentliche Grundsätze der Konzernrechnungslegung
- 5 Pflicht zur Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichtes
- 5.1 Pflicht zur Konzernrechnungslegung in Deutschland
- 5.2 Grundsätzliche Aufstellungspflicht
- 5.3 Befreiungstatbestände
- 5.4 Befreiung bei Anwendung von international anerkannten Rechnungslegungsnormen
- 6 Abgrenzung des Konsolidierungskreises
- 6.1 Zu berücksichtigende Unternehmenskategorien
- 6.2 Tochterunternehmen
- 6.3 Gemeinschaftsunternehmen

- 6.4 Assoziierte Unternehmen
- 6.5 Unternehmenskategorien und anzuwendende Konsolidierungsmethoden
- 6.6 Angaben im Konzernabschluss bei wesentlichen Konsolidierungskreisänderungen
- 7 Steuerabgrenzung im Konzern (latente Steuern)
- 7.1 Zielsetzung und Ursachen
- 7.2 Konzepte der Steuerabgrenzung
- 7.3 Bilanzierung nach dem Temporary Konzept
- 7.4 Bewertung
- 7.5 Ausweis
- 7.6 Angaben im Anhang und Dokumentationen
- 8 Währungsumrechnung
- 8.1 Notwendigkeit und gesetzliche Regelungen
- 8.2 Grundsätzliche Fragen der Währungsumrechnung
- 8.3 Währungsumrechnung nach HGB
- 8.4 Währungsumrechnung nach IFRS
- 8.5 Beispiel zur Währungsumrechnung
- 8.6 Umrechnung bei Hochinflation
- 8.7 Abgrenzung latenter Steuern auf Währungsumrechnungsdifferenzen
- 9 Vollkonsolidierung (Einbeziehung von Tochterunternehmen)
- 10 Kapitalkonsolidierung
- 10.1 Grundlagen
- 10.2 Methoden der Kapitalkonsolidierung
- 10.3 Erwerbsmethode

#### **18.5 Wirtschaftsinformatik I**

- 1 Einführung
- 2 Begriffsabgrenzungen
- 2.1 Daten – Information – Wissen
- 2.2 Klassifikation von Daten
- 2.3 Organisation und Speicherung von Daten
- 3 Datenmodellierung
- 3.1 Gegenstand der Datenmodellierung
- 3.2 Entity Relationship Modell
- 3.3 Objektorientierte Modellierung mit der Unified Modeling Language
- 4 Datenbanken
- 4.1 Architektur von Datenbanken
- 4.2 Das relationale Datenbankmodell
- 4.3 SQL - Structured Query Language
- 5 MS Access als Beispiel einer relationalen Datenbank
- 5.1 Überblick
- 5.2 Anwendungsbeispiel
- 5.3 Datendefinition
- 5.4 Datenmanipulation mit Abfragen
- 5.5 Formulare
- 5.6 Berichte
- 5.7 MS Access vs. MS Excel
- 5.8 MS Access und externe Daten
- 5.9 Abgrenzung zu Serverdatenbanken
- 6 Data Warehouse Systeme und analyseorientierte Informationssysteme
- 6.1 Ausgangssituation und Problemstellung
- 6.2 Konzept und Merkmale von Data Warehouse Lösungen
- 6.3 ETL-Prozesse
- 6.4 Online Analytical Processing und Business Intelligence
- 6.5 Datenbanken für analytische Auswertungen
- 7 Datenschutz und -sicherheit
- 7.1 Überblick und Zielsetzung
- 7.2 Schutz personenbezogener Daten
- 7.3 Gefahren für IKS-Systeme
- 7.4 Maßnahmen zur Sicherung der IKS-Systeme

#### **18.6 Markt- / Werbepsychologie I**

- 1 Einführung
- 2 Marketing – Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie
  - 2.1 Die Bedeutung von Marketing
  - 2.2 Produkt- und Programmpolitik
  - 2.3 Preispolitik
  - 2.4 Distributionspolitik
  - 2.5 Kommunikationspolitik
  - 2.6 Marktsegmentierung
- 3 Werbewirkungsmodelle
  - 3.1 Stufenmodelle der Werbewirkung
  - 3.2 Hierarchie-von-Effekten-Modelle
  - 3.3 Zweiprozessmodell
  - 3.4 Das duale Vermittlungsmodell
  - 3.5 Das Rossiter-und-Percy-Modell
  - 3.6 Funktionen von Werbewirkungsmodellen
- 4 Messung der Werbewirkung
  - 4.1 Verhaltensebene
  - 4.2 Beurteilungen
  - 4.3 Einstellungstests
  - 4.4 Erinnerungstests
  - 4.5 Aufmerksamkeits- und Aktivierungstests
  - 4.6 Werbewirkungsmessung im Internet
  - 4.7 Werbewirkung oder Werbeerfolg?
- 5 Psychologische Grundlagen
  - 5.1 Wahrnehmungspsychologische Grundlagen
  - 5.2 Aufmerksamkeit, Neugier und Involvement
  - 5.3 Lernpsychologische Grundlagen
  - 5.4 Einstellungspsychologische Grundlagen
  - 5.5 Emotion, Aktivierung, Stimmung
  - 5.6 Urteilen, Entscheiden und Gewohnheiten

### **18.7 Entrepreneurship I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen des Entrepreneurships
  - 2.1 Entrepreneurship – Ursprung und wissenschaftliche Einordnung
  - 2.2 Begriffseinordnungen
- 3 Entrepreneurship, Gründung, Wachstum
  - 3.1 Schlüsselfaktoren von Entrepreneurship
  - 3.2 Erfahrene Unternehmensgründer und Erfolg
- 4 Besonderheiten
  - 4.1 Spezifika von Gründungsunternehmen
  - 4.2 Andersartigkeit von Start-ups
  - 4.3 Start-ups mit wegweisenden Innovationen
  - 4.4 Innovation und Geschäftsidee
- 5 Herausforderungen junger Unternehmer
  - 5.1 Verfügbarkeit von Ressourcen
  - 5.2 Marketing und Innovation
  - 5.3 Organisation und Personal
  - 5.4 Finanzierung
  - 5.5 Wachstumsstrategien
  - 5.6 10 Gebote unternehmerischen Handelns
- 6 Abgrenzung Unternehmensgründung und etablierte Unternehmen
  - 6.1 Allgemeines zu Unternehmensgründungen
  - 6.2 Qualitative und quantitative Faktoren
  - 6.3 Vom erfahrenen Unternehmer lernen
  - 6.4 Start-ups als Vorbild

### **18.8 Digital Business Management I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen

- 2.1 Relevanz datenbasierter Entscheidungsunterstützung
- 2.2 Begriffsverständnis und -abgrenzung
- 2.3 Veränderungen in der Unternehmensumwelt als Treiber für BI
- 2.4 Datenwachstum als Treiber für BI
- 2.5 Daten als digitales Gedächtnis mit Geschäftswert
- 2.6 Aufgaben und Methoden im Überblick
- 2.7 Notwendige Kompetenzen
- 3 Datenbereitstellung
- 3.1 Konzepte
- 3.2 Speichertechnologien
- 3.3 Modellierung
- 3.4 Datenqualität
- 4 BI-Methoden
- 4.1 Überblick
- 4.2 Deskriptive Analyse
- 4.3 Datamining
- 5 BI-Tools
- 5.1 Überblick
- 6 Anwendungsbeispiele
- 6.1 OLAP
- 6.2 Datenmining
- 7 Grenzen des BI

### **18.9 Medien- und Kommunikationsmanagement I**

- 1 Einführung
- 2 Medienpolitik Grundlagen, Bedeutung und Definitionen
- 2.1 Medienstrukturen und -inhalte
- 2.2 Die Medienstruktur von Weischenberg
- 2.3 Definitionen: Politik, Medien und Medienpolitik
- 2.4 Die Aufgabengebiete der Medienpolitik
- 2.5 Akteure der Medienpolitik
- 3 Theorien der Mediensysteme
- 3.1 Dimensionen der vergleichenden Forschung
- 3.2 Die vier Theorien der Presse
- 3.3 Explorativer Vergleichsansatz nach Hallin und Mancini
- 4 Pressefreiheit
- 4.1 Geschichte der Pressefreiheit
- 4.2 Pressefreiheit international
- 4.3 Pressefreiheit national
- 4.4 Selbstregulierung
- 5 Das deutsche Mediensystem
- 5.1 Medienorganisationen
- 5.2 Finanzierung
- 6 Geschichte des deutschen Mediensystems
- 6.1 Die Jahre 1945 bis 1980
- 6.2 Das duale Rundfunksystem
- 7 Europäische Medienpolitik
- 7.1 Akteure der Medienpolitik auf europäischer Ebene
- 7.2 Rechtliche Grundlagen
- 8 Internationale Medienpolitik
- 8.1 Akteure der internationalen Medienpolitik
- 8.2 Internationale Regulierung
- 9 Der Media-Governance-Ansatz
- 9.1 Internet Governance
- 9.2 Datenschutz und Persönlichkeitsrechte
- 9.3 Medienpolitik für neue Medien
- 10 Medienökonomie
- 11 Medienprodukte
- 11.1 Charakteristische Eigenschaften
- 11.2 Medien als Kultur- und Wirtschaftsgut
- 11.3 Medienmanagement

- 12 Medienunternehmen
  - 12.1 Die Wertschöpfungskette in der Medienbranche
  - 12.2 Zusammenschluss von Medienunternehmen
  - 12.3 Nachfrage- und Angebotsbegründung für Crossmedia
- 13 Medienmärkte
  - 13.1 Intermediation
  - 13.2 Rolle des Wettbewerbs
  - 13.3 Angrenzende Märkte
  - 13.4 Medienkonzentration
  - 13.5 Marktversagen und Marktregulierung
- 14 Medien und Geschäftsmodelle
  - 14.1 Erlösmodell von Medienunternehmen
  - 14.2 Leistungserstellungsmodell
  - 14.3 Werbemarkt und Medien
- 15 Internet- und Netzwerkökonomie
  - 15.1 Medienprodukte heute
  - 15.2 Medienunternehmen heute
  - 15.3 Medienmärkte heute
  - 15.4 Veränderungen der Medienökonomie durch das Internet
- 16 Wertschöpfung im Wandel
  - 16.1 Geschäftsmodelle im Internet
  - 16.2 Die Games-Branche und Gamification
  - 16.3 Web 2.0 – wirtschaftliche Auswirkungen
  - 16.4 Web 3.0 und Web 4.0 – wirtschaftliche Auswirkungen
  - 16.5 Web 3.0 und Web 4.0 – politische Auswirkungen
- 17 Medien- und Kommunikationstheorien
  - 17.1 Einführung und Grundlagen
  - 17.2 Der Nutzen von Theorien für die Wissenschaft und Praxis
  - 17.3 Mikro-, Meso- und Makrotheorien
- 18 Die Lasswell-Formel als Leitfaden
  - 18.1 „Wer“ → Sender/Kommunikator → Kommunikatorforschung
  - 18.2 „Sagt was“ → Inhalt → Medieninhaltsforschung
  - 18.3 „Über welchen Kanal“ → Medium → Medienplattformforschung
  - 18.4 „Zu wem“ → Empfänger, Zuhörer → Mediennutzungsforschung („Publikumsforschung“)
  - 18.5 „Mit welchem Effekt“ → Medienwirkungsforschung
  - 18.6 Grenzen der Gültigkeit der Lasswell-Formel
- 19 Theorien und Modelle in der Kommunikatorforschung
  - 19.1 Was ist Kommunikatorforschung?
  - 19.2 Theorie der Nachrichtenauswahl
  - 19.3 Rollenverständnis von Journalisten
  - 19.4 Gatekeeper-Forschung
- 20 Theorien und Modelle in der Medieninhaltsforschung
  - 20.1 Was ist Medieninhaltsforschung?
  - 20.2 Strukturwandel der Öffentlichkeit
  - 20.3 S-R und S-O-R-Modell
- 21 Theorien und Modelle in der Medienforschung (Plattform)
  - 21.1 Was ist Medienforschung (Plattform)?
  - 21.2 Systemtheorie
  - 21.3 Das Medium ist die Botschaft
  - 21.4 Determinationsthese
  - 21.5 Intereffikationsmodell
- 22 Theorien in der Rezeptionsforschung
  - 22.1 Was ist Rezeptionsforschung?
  - 22.2 Uses-and-Gratifications Approach
  - 22.3 Mood-Management
  - 22.4 Parasoziale Interaktion
  - 22.5 Kognitive Dissonanz
  - 22.6 Meinungsführermodell
- 23 Theorien in der Wirkungsforschung
  - 23.1 Was ist Wirkungsforschung?
  - 23.2 Agenda-Setting

- 23.3 Framing
- 23.4 Priming
- 23.5 Kultivierungshypothese
- 23.6 Theorie der Schweigespirale
- 24 Medien- und Kommunikationsmanagement als interdisziplinäre Sozialwissenschaft
- 24.1 Interdisziplinarität
- 24.2 Theorien aus angrenzenden Fachbereichen
- 25 Wie finde und benutze ich Theorien für meine Forschungsarbeiten?
- 25.1 Schlüsselwerke aus der Medien- und Kommunikationsforschung
- 25.2 Theorien in wissenschaftlichen Fachzeitschriften
- 25.3 Vorgehensweisen zum Einsatz von Theorien in Forschungsarbeiten

#### **18.10 International Management I**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen
- 2.1 Geschichte der Globalisierung
- 2.2 Begriffe und Theorien
- 2.3 Rahmenbedingungen und Auswirkungen ökonomischer und soziokultureller Globalisierung
- 2.4 Wellen der Globalisierung und Deglobalisierung
- 3 Theorie und Praxis des Außenhandels
- 3.1 Theoretische Ansätze
- 3.2 Praktische Verfahren der internationalen Distribution
- 4 Internationale Finanzierung
- 4.1 Organisationen und Institutionen
- 4.2 Internationale Finanztransaktionen
- 4.3 Risikobewertung und Investitionsschutz
- 4.4 Fallstudie: DaimlerChrysler AG
- 5 Internationalisierungsstrategien
- 5.1 Kriterien der Zielmarktauswahl und internationale Marktforschung
- 5.2 Global Sourcing
- 5.3 Outsourcing und Offshoring
- 5.4 Fallstudie: Apples Outsourcing-Praktiken – Kostenvorteile und Kritik
- 5.5 Das Integration-Responsiveness Framework – die Basis der internationalen Strategien vieler Unternehmen
- 5.6 Fallstudie: Siemens
- 6 Unternehmenskultur und Management im internationalen Umfeld
- 6.1 Interkulturelle Verhandlungsführung und Kommunikation
- 6.2 Interkulturelle Personalentwicklung
- 6.3 Interkulturelles Marketing
- 6.4 Fallstudie: Starbucks – von Seattle in die Welt
- 7 Internationalisierungsstrategien und digitale Geschäftsmodelle
- 7.1 Strategien und Organisationsformen der Internationalisierung
- 7.2 Internationalisierung und Digitalisierung
- 7.3 Fallstudie: Kodak – Aufstieg und Fall eines Giganten
- 8 Die Zukunft der Globalisierung
- 9 Innovationsprozesse – Innovation als Motor wirtschaftlicher Entwicklung
- 9.1 Einführung
- 9.2 Die Bedeutung der Innovation für Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und die Welt
- 9.3 Definition: Prozessinnovationen, Produktinnovationen, Dienstleistungsinnovationen
- 10 Innovationswiderstände
- 11.1 Einführung
- 11.2 Widerstand als Wesensmerkmal der Innovation
- 11.3 Individuelle Ursachen
- 11.4 Organisatorische Ursachen
- 12 Innovationskultur
- 12.1 Einführung
- 12.2 Theoretische Verständnisgrundlagen
- 12.3 Praktische Gestaltungsmöglichkeiten
- 13 Rollen im Innovationsmanagement
- 13.1 Einführung

- 13.2 Promotoren
- 13.3 Innovationsmanager
- 13.4 Innovationsteams
- 14 Innovationsplanung
  - 14.1 Einführung
  - 14.2 Steuerung von Innovationsprozessen
  - 14.3 Praktische Gestaltungsmöglichkeiten
  - 14.4 Initiative und Problemdefinition
  - 14.5 Zielbildung in Innovationsprozessen
- 15 Innovationsorganisation
  - 15.1 Einführung
  - 15.2 Begriff und Abgrenzung des Innovationsmanagements
  - 15.3 Die Funktionen des Innovationsmanagements als Ergebnis strat. Entscheidungen
  - 15.4 Strukturelle Verankerung der Innovation
- 16 Innovationsprozesse
  - 17.1 Einführung
  - 17.2 Innovationskooperationen: Theoretische Verständnisgrundlagen
  - 17.3 Praktische Gestaltungsmöglichkeiten
  - 17.4 Alternativengenerierung
  - 17.5 Ideenmanagement
  - 17.6 Kreativitätstechniken
- 18 Innovationsevaluierung
  - 18.1 Einführung
  - 18.2 Theoretische Verständnisgrundlagen
  - 18.3 Dimensionen der Evaluierung
  - 18.4 Funktionen der Evaluierung
  - 18.5 Praktische Gestaltungsmöglichkeiten

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
18.1 Logistik / Supply Chain Management I	5
18.2 Human Resource Management I	5
18.3 Marketing / Vertrieb I	5
18.4 Konzernrechnungslegung I	5
18.5 Wirtschaftsinformatik I	5
18.6 Markt- / Werbepsychologie I	5
18.7 Entrepreneurship I	5
18.8 Digital Business Management I	5
18.9 Medien- und Kommunikationsmanagement I	5
18.10 International Management I	5

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 19: Business Development Management</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
7 (BA 8) 5 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	7	210 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	EA	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Mörstedt

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Business Development Management ist ein Schlüsselbereich im Unternehmen, um neue Geschäftsfelder zu entwickeln und voranzutreiben. Die Studierenden werden in diesem Modul durch die Vermittlung von grundlegenden Managementtechniken dazu in die Lage versetzt. Sie lernen wichtige Erhebungs-, Analyse-, Kreativitäts-, Prognose-, Bewertungs-, Entscheidungs- und Darstellungs- sowie Argumentationstechniken kennen.</p> <p>Grundlegend für die Entwicklung neuer Geschäftsfelder und Produkte sind Kenntnisse über Kreativitätstechniken. Die Studierenden lernen, was unter einem Kreativitätsprozess zu verstehen ist und können individuelle und gruppenbezogene Kreativitätstechniken anwenden.</p> <p>Im Fach Digital Technology Management wird aufgezeigt, wie sich der Einsatz moderner Informationstechnologie im Rahmen der Unternehmensprozesse positiv auf die Effizienzsteigerung und somit den Erfolg auswirken kann.</p> <p>Ziel des Lehrbriefes Gesprächs- und Verhandlungsführung ist es, dass die Studierenden ihr Kommunikationsverhalten reflektieren und optimieren bzw. situationsgerecht gestalten. Die Studierenden können im Anschluss kommunikativen Anforderungen besser gerecht werden, strukturierter präsentieren und argumentieren.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>19.1 Management- und Kreativitätstechniken</b></p> <p><b>19.1.1 Managementtechniken</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Grundlagen des Managements             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Begriff der Unternehmensführung/Management</li> <li>2.2 Typologie des Managements</li> </ol> </li> <li>3 Begriff, Funktion und Auswahl von Management-Techniken             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Ausgewählte „Management by“-Orientierungen</li> <li>3.2 Ausgewählte Managementtechniken innerhalb der Organisation</li> </ol> </li> <li>4 Grundlagen der Managemententscheidung             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 Managementmethoden zur Analyse und Strategieentwicklung</li> <li>4.2 Tools der organisationsinternen Analyse</li> <li>4.3 Tools der externen Analyse</li> <li>4.4 Kombinierte Tools</li> </ol> </li> <li>5 Entscheidungsunterstützende Systeme im Management             <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1 Management-Information-System (MIS)</li> </ol> </li> </ol>

- 5.2 Entscheidungsunterstützende Systeme (EUS)
- 5.3 Executive-Information-Systeme (EIS)
- 5.4 Executive-Support-Systeme (ESS)

### **19.1.2 Kreativitätstechniken**

- 1 Einführung
- 2 Entwicklung von Kreativität
  - 2.1 Definition von Kreativität
  - 2.2 Kreativität und Gehirnforschung
  - 2.3 Kreativität und der Einfluss von Stress
  - 2.4 Charakteristika von kreativem Denken
  - 2.5 Kreativer Sprung
  - 2.6 Definition von Innovation
- 3 Vertrauen in die eigene Kreativität
  - 3.1 Charakteristika von kreativen Menschen
  - 3.2 Übung: Stärken und Fähigkeiten
  - 3.3 Entstehung von kreativen Lösungen fördern
- 4 Kreativitätstechniken
  - 4.1 Brainstorming
  - 4.2 Mindmapping
  - 4.3 Denkhüte und Denkstühle
  - 4.4 Methode 635
  - 4.5 Brainwriting-Pool
  - 4.6 Collective-Notebook
  - 4.7 Morphologischer Kasten
- 5 Steuerung der Innovationsprozesse
  - 5.1 Kreativer Prozess
  - 5.2 Kreativitätskiller
- 6 Einfluss der Unternehmensstrukturen

### **19.2 Digital Technology Management**

- 1 Einführung
- 2 Interdisziplinarität der Wirtschaftsinformatik als Managementaufgabe
- 3 Überblick und Gegenstand des Informationsmanagements als Teilgebiet der Wirtschaftsinformatik
- 4 Cloudbasierte IT-Services als Baustein der Digitalisierungsstrategie
  - 4.1 Grundlagen
    - 4.1.1 Virtualisierung
    - 4.1.2 Webservices
  - 4.2 Cloud-Architekturen
  - 4.2 Cloud Management
  - 4.4 Ausgewählte Cloud-Angebote
- 5 Standardsoftware als Baustein der Digitalisierungsstrategie
  - 5.1 Anwendungsgebiete für Standardsoftware
- 6 Grundlagen agiler Entwicklung
  - 6.1 Vorgehensmodelle
    - 6.1.1 Extreme Programming
    - 6.1.2 Scrum
  - 6.2 Design Thinking
    - 6.2.1 Grundlage
    - 6.2.2 Wireframes
    - 6.2.3 Mock-ups
- 7 Frameworks
  - 7.1 Grundlagen
  - 7.2 Application Frameworks
  - 7.3 Domain-driven-Design
  - 7.4 Test-driven-Development
- 8 Fallstudie: Mobile Entwicklung
  - 8.1 Hybrid-Mobile-App-Entwicklung
  - 8.2 IONIC Framework
  - 8.3 Die Verwendung von IONIC anhand eines Beispiels

### **19.3 Gesprächs- und Verhandlungsführung**

- 1 Einführung
- 2 Theorie der Kommunikation
  - 2.1 Einführung
  - 2.2 Gesprochenes Wort und Körpersprache
  - 2.3 Verbale und paraverbale Kommunikation
  - 2.4 Körpersprache
  - 2.5 Grundannahmen der Kommunikation
  - 2.6 Kommunikationsmodelle
  - 2.7 Inneres Team
  - 2.8 Eisbergmodell
- 3 Grundlagen der Gesprächsführung
  - 3.1 Von der Kunst, richtig zuzuhören
  - 3.2 Fragetechniken
  - 3.3 Gesprächsarten und -möglichkeiten
  - 3.4 Gesprächsregeln
  - 3.5 Gesprächsstrategien
- 4 Problem- und Konfliktkommunikation
  - 4.1 Sackgassen der Rhetorik
  - 4.2 Kritik
  - 4.3 Konflikte
- 5 Verhandlungsführung
  - 5.1 Verhandlung
  - 5.2 Phasen einer Verhandlung
  - 5.3 Verhandlungen vorbereiten
  - 5.4 Prinzipien des sachgerechten Verhandels
  - 5.5 Checkliste zur Vorbereitung wichtiger Verhandlungen und Gespräche
  - 5.6 15 typische Verhandlungsfehler

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
19.1 Management- und Kreativitätstechniken	3
19.1.1 Managementtechniken	
19.1.2 Kreativitätstechniken	
19.2 Digital Technology Management	2
19.3 Gesprächs- und Verhandlungsführung	2

Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)				
<b>Modul 20 (BA 8) / 21 (BA 6): Branchenorientierter Schwerpunkt</b>				
Semester	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
7 (BA 8) 6 (BA 6)	1 Sem.	Wahlpflichtmodul II **	Entspr. der Wahl 5 oder 10	150 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform/ Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	Entsprechend der Wahl einmal oder zweimal K 120	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Albe, Prof. Dr. Andrejewski, Prof. Dr. Heinlein, Prof. Dr. Sierke, Prof. Dr. Vollmar, Prof. Dr. Voss Prof. Dr. Weibelzahl

Kompetenzziele des Moduls
<p>Das Modul vermittelt den Studierenden, aufbauend auf den in Modul 17 dargelegten Grundlagen, einen vertieften Überblick über verschiedene Branchen als mögliche zukünftige Betätigungsfelder.</p> <p><b>20.1/ 21.1 Wirtschaftsprüfung II</b></p> <p>Aufbauend auf dem Modul Wirtschaftsprüfung I werden in diesem Modul spezifische Themen, wie bspw. der risikoorientierte Prüfungsansatz, die Prüfungsplanung, die Systemprüfungen, die analytischen Prüfungshandlungen sowie die Urteilsbildung, Berichterstattung und Dokumentation, nicht nur theoretisch, sondern auch anhand von Praxisbeispielen ausführlich und anschaulich dargelegt. Das Erlernen der theoretischen Grundlagen und deren praktischer Bedeutung gehört ebenso wie das Verständnis der vielschichtigen Interdependenzen zwischen den einzelnen Teilbereichen zu den Lernzielen. Darüber hinaus werden die Studierenden in die Lage versetzt, sich ein abschließendes Bild von dem Berufszweig Wirtschaftsprüfung in all seinen Facetten zu machen.</p> <p><b>20.2/ 21.2 Dienstleistungsmanagement II</b></p> <p>Nach den grundlegenden Fragestellungen aus dem Modul Dienstleistungsmanagement I werden nun spezifische Bereiche vertieft. Dabei gilt es für die Studierenden, die Besonderheiten bei der Entstehung und der Vermarktung von Dienstleistungen herauszuarbeiten. Dem folgen die Spezifika eines Qualitätsmanagements im Dienstleistungssektor und schließlich Aspekte des Innovationsmanagements in diesem Bereich.</p> <p><b>20.3/ 21.3 Industrielles Produktionsmanagement II</b></p> <p>Konsequente inhaltliche Weiterführung des in sich abgeschlossenen ersten Moduls sind die Prozessgestaltungen mit den Kernbereichen Termin- und Layout-Planungen. Sie führen zu den Aufgabenstellungen der Produktionsplanung und -steuerung, die sowohl aus zentraler als auch dezentraler Sicht fundiert Inhalt des Moduls sind. Moderne, aber mittlerweile auch in der Praxis etablierte Ansätze, werden von den Studierenden erlernt.</p>

\*\* Die im vorhergehenden Semester gewählten Schwerpunkte werden fortgesetzt.

#### **20.4/ 21.4 Tourismusmanagement II**

Je nach Marktposition ist einmal der autonome Leistungsträger, ein andermal ein Reisebüro und ein weiteres Mal der Kunde im Vorteil. Die Studierenden entwickeln im Verlauf des Moduls ein Gespür für das unternehmerische Tauziehen der Kräfte im Tourismus. Im zweiten Teil des Lehrstoffes werden Dienstleister von Veranstaltungen verschiedenster Art mit ihren Produkten, ihrer Arbeitsweise, ihrem Marktauftritt und den dazu erforderlichen betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen behandelt.

#### **20.5/ 21.5 Sport- und Eventmanagement II**

Im Studium des Sport- und Eventmanagements bildet die Kenntnis der betriebswirtschaftlichen und marktpolitischen Wesenseigenschaften des Veranstaltungsmanagements eine wichtige Säule. Ergänzt wird diese Säule durch anwendungsfähiges Wissen über die Besonderheiten des Sportmanagements in der Veranstaltungsplanung. Im Bereich des allgemeinen Veranstaltungsmanagements wird Wert auf eine theoretisch fundierte Basis gelegt, diese wird dann durch vielfältige Beispiele im Sportbereich untermauert. So erwerben die Studierenden bedeutende Fähigkeiten für die Durchführung von Events, insbesondere im Sportbereich. Sie werden befähigt, Problemlagen und Konflikte rechtzeitig zu erkennen und sich bewusst zu machen und lösungsorientiert zu handeln.

#### **20.6/ 21.6 Retail Management II**

Aufbauend auf dem Modul Retail Management I werden hier vertiefende, z. T. an Fallbeispielen konkretisierte Kenntnisse von für die Steuerung und Führung eines Handelsunternehmens relevanten Bereichen vermittelt. Dazu gehören die Standort-, Sortiments-, Preis-, Präsentations-, Kommunikations- und Handelsmarkenpolitik. Die Vermittlung der strategischen und operativen Steuerungsinstrumente für Handelsunternehmen gehören ebenso zu den Lernzielen, wie spezifische Personalführungsthemen. Wesentlich wird auch die innere Dependenz der erlernten Inhalte untereinander klar.

#### **20.7/ 21.7 Gesundheitsmanagement II**

Nachdem im vorherigen Modul Gesundheitsmanagement I Kenntnisse über die Finanzierung im Gesundheitswesen, sowie über ein Rehabilitationsmanagement unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten erlangt wurden, thematisiert der zweite Teil zunächst erweiterte Grundlagen zum Gesundheitssystem und den Gesundheitssektoren, sowie der medizinischen Versorgung. Vertiefend werden hierbei die wesentlichen Aspekte eines erfolgreichen Qualitäts- und Risikomanagements im Gesundheitswesen behandelt.

#### **20.8/ 21.8 Wirtschaftspsychologie II**

Wesentliche Aspekte der Ökonomischen Psychologie werden dargelegt und ein Überblick über verschiedene wirtschaftspsychologische Aspekte hinsichtlich des klassischen Marketing-Mix und des Arbeitsmarktes geboten. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, verschiedene Aspekte der psychologischen Ökonomie zu verstehen und nachzuvollziehen. Es werden die Grundlagen für das Verständnis ökonomischer Grundannahmen geschaffen und den Studierenden eine psychologische Herangehensweise an wirtschaftliche Fragestellungen ermöglicht.

#### **20.9/ 21.9 Food Business Management II**

Das Modul behandelt Themen des Food Business Managements entlang der Wertschöpfungskette. Zunächst wird die Produktion thematisiert. Darunter fallen die Grundlagen der Produktion, die neoklassische Produktionstheorie sowie die Produktionsfunktion. Es folgt die Darstellung der Beschaffung und des Vertriebs im Food Business Management. Der Bereich „Marketing für Lebensmittel“ beinhaltet die klassischen Instrumente des Marketings. Im weiteren Verlauf werden die Themen „Human Resources“, „Controlling“, „Investition und Finanzierung“, „Rechnungswesen“ sowie das Projektmanagement“ entlang der Wertschöpfungskette aufgegriffen.

### **20.10/ 21.10 Agribusiness Management II**

Zu Beginn des Moduls werden zunächst die Rahmenbedingungen der Agrarproduktion wiedergegeben, gefolgt von einer Darlegung des im Agribusiness erforderlichen wirtschaftlichen Denkens und der ökonomischen Planungsprinzipien. Die für den erfolgreichen Betrieb eines Unternehmens erforderlichen allgemeinen Funktionsbereichen sowie die Funktion des Marketings werden im weiteren Verlauf des Moduls ausführlich erörtert.

### **20.11/ 21.11 Banking II**

Bankbetriebliches Handeln ist arbeitsteilig organisiert. Die Studierenden erwerben im Modul Banking & Finance II das Wissen über die wichtigsten bankbetrieblichen Handlungsfelder und zentralen Ansätzen zu deren Steuerung. Hierzu gehören das Wesen und die Funktionsweise des nationalen und internationalen Zahlungsverkehrs zu verstehen, sondern auch das Wesen des Kreditgeschäfts mit seinen unterschiedlichen Kreditarten durchdrungen zu haben. Die Studierenden werden mit den wesentlichen Aufgaben, Instrumenten und der Organisation des Bankcontrollings vertraut sein. Zum Abschluss des Moduls kennen sie die Instrumente des Risikomanagements, insbesondere den Value-at-Risk-Ansatz, auf Einzelgeschäfts- und Gesamtbankebene und können sie anwenden.

### **20.12/21.12 Digitized Economy II**

Der E-Commerce entwickelt sich zunehmend zu einem Mobilem Commerce. Dieser Entwicklung trägt der Fernlehrbrief Rechnung und vermittelt notwendige Kenntnisse von Konzepten, Technologien und deren Zusammenhänge. Besonderheiten in Geschäftsmodellen und Wertschöpfung durch Mobile Commerce werden behandelt. Eingehend werden die Technologien wie NFC, Beacons und Apps dargestellt. Die verschiedenen Ausprägungen des Mobile Commerce werden betrachtet sowie deren Vermischung mit bewährten Vertriebswegen behandelt.

## **Lehrinhalte**

### **20.1/ 21.1 Wirtschaftsprüfung II**

- 1 Risikoorientierter Prüfungsansatz
  - 1.1 Risikomodell
  - 1.2 Materiality
- 2 Prüfungsplanung
  - 2.1 Aufgaben der Prüfungsplanung
  - 2.2 Art und Umfang der Prüfungsplanung
- 3 Inhärentes Risiko
  - 3.1 Unternehmen und Umwelt
  - 3.2 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen
  - 3.3 Branchenentwicklung mit Einfluss auf das Unternehmen
  - 3.4 Unternehmensspezifische Merkmale
- 4 Systemprüfung
  - 4.1 Begriff des internen Kontrollsystems
  - 4.2 Die Bedeutung der Prüfung des IKS
  - 4.3 Vorgehensweise bei der Prüfung des IKS
- 5 Analytische Prüfungshandlungen
  - 5.1 Anwendungsbereich
  - 5.2 Verfahren analytischer Prüfungshandlungen
- 6 Einzelfallprüfungen
  - 6.1 Begriff
  - 6.2 Grundsätzliches zur Prüfungstechnik
  - 6.3 Prüfung ausgewählter Bilanzposten
- 7 Urteilsbildung, Berichterstattung und Dokumentation
  - 7.1 Urteilsbildungsprozess
  - 7.2 Urteilsmitteilung und Berichterstattung
  - 7.3 Dokumentation

## **20.2/ 21.2 Dienstleistungsmanagement II**

- 1 Einführung
- 2 Dienstleistungsproduktion
  - 2.1 Phasen der Dienstleistungsproduktion
  - 2.2 Bedeutung des Produktionsfaktors Mensch
  - 2.3 Produktionsfunktion einer Dienstleistung
- 3 Qualitätsmanagement
  - 3.1 Bedeutung von Qualität im Dienstleistungsprozess
  - 3.2 Modelle der Dienstleistungsqualität
  - 3.3 Messung der Dienstleistungsqualität
  - 3.4 Case Study
- 4 Dienstleistungsmarketing
  - 4.1 Besonderheiten im Dienstleistungssektor
  - 4.2 Kundenloyalität als Hauptaufgabe
  - 4.3 Internes Marketing
- 5 Dienstleistungsdesign
  - 5.1 Bestandteile des Dienstleistungsdesigns
  - 5.2 Wirkung des Dienstleistungsdesigns
- 6 Innovationsmanagement
  - 6.1 Bedeutung von Innovationen im Dienstleistungsunternehmen
  - 6.2 Management von Dienstleistungsinnovationen
  - 6.3 Schutzmöglichkeiten für Dienstleistungsinnovationen

## **20.3/ 21.3 Industrielles Produktionsmanagement II**

- 1 Einführung
- 2 Mathematische Einführung
  - 2.1 Differentialrechnung
  - 2.2 Kurvendiskussionen
  - 2.3 Umformung von Gleichungssystemen
- 3 Weiterführende Produktions- und Kostentheorie
  - 3.1 Vierphasenschema
  - 3.2 Die Produktionsfunktion vom Typ B
- 4 Planung der Produktionsmenge
  - 4.1 Planung der Produktionsmenge bei Monoproduktion
  - 4.2 Planung der Produktionsmenge in der Mehrproduktartenfertigung
- 5 Potenzialgestaltung
  - 5.1 Verfahren der Materialbedarfsermittlung
  - 5.2 Bestellmengenplanung
- 6 Ablaufplanung
  - 6.1 Ablaufplanung bei einem Aggregat
  - 6.2 Ablaufplanung bei mehreren Aggregaten
  - 6.3 Der Johnsonalgorithmus

## **20.4/ 21.4 Tourismusmanagement II**

- 1 Einführung
- 2 Wertschöpfungsprozess im Reiseveranstaltungs- und Reisemittlermarkt
  - 2.1 Wertschöpfung im Tourismus
  - 2.2 Wertschöpfung bei Reiseveranstaltern
  - 2.3 Wertschöpfung bei Reisemittlern
  - 2.4 Wertschöpfung im Geschäftsreiseverkehr
- 3 Reiseveranstaltermanagement
  - 3.1 Rechtspositionen der Reiseveranstalter in Deutschland
  - 3.2 Betriebstypologien und Erscheinungsformen der Reiseveranstalter
  - 3.3 Marktgeschehen der Reiseveranstalter
  - 3.4 Programm- und Sortimentspolitik der Reiseveranstalter
  - 3.5 Organisation des Geschäftsbetriebes bei einem Reiseveranstalter
  - 3.6 Wirtschaftliche Situation der Reiseveranstalter
  - 3.7 Leistungserstellung beim Reiseveranstalter
  - 3.8 Finanz- und Währungsmanagement beim Reiseveranstalter
  - 3.9 Katalogproduktion
  - 3.10 Reisedurchführung

- 3.11 Qualitäts- und Beschwerdemanagement
- 3.12 Besonderheiten des Vertriebs der Pauschalangebote über Reisemittler
- 4 Management der Reisemittler
  - 4.1 Rechtspositionen der Reisemittler
  - 4.2 Betriebstypologie und Erscheinungsformen von Reisemittlern
  - 4.3 Marktgeschehen der Reisemittler
  - 4.4 Programm- und Sortimentspolitik der Reisemittler
  - 4.5 Organisation des Geschäftsbetriebs bei einem Reisemittler
  - 4.6 Wirtschaftliche Situation bei einem Reisemittler
- 5 Erlebnis- und veranstaltungsorientierter Tourismus
  - 5.1 Erlebnisse und Veranstaltungen als Teil der Lebens- und Berufswelt
  - 5.2 Aspekte der Entstehung und Entwicklung des veranstaltungs- und erlebnisorientierten Tourismus
  - 5.3 Geschäftsfelder des veranstaltungs- und erlebnisorientierten Tourismus
  - 5.4 Touristische Ziele und Wirkungen des veranstaltungs- und erlebnisorientierten Tourismus
  - 5.5 Zukünftige Entwicklungen des veranstaltungs- und erlebnisorientierten Tourismus
- 6 Erscheinungsformen und Ziele der veranstaltenden Wirtschaft
  - 6.1 Veranstaltungstypologie
  - 6.2 Märkte für Veranstaltungen und Events
  - 6.3 Veranstaltungsstätten und Eventlocations
  - 6.4 Ziele und Konzeptionen im Veranstaltungsbereich
- 7 Planung und Durchführung von touristischen Veranstaltungen
  - 7.1 Konzeption und Ziele von touristischen Veranstaltungen
  - 7.2 Planung und Steuerung von Veranstaltungen
  - 7.3 Durchführung von Veranstaltungen
- 8 Erlebnisorientierter Tourismus
  - 8.1 Typologien und Orte des erlebnisorientierten Tourismus
  - 8.2 Märkte für erlebnisorientierten Tourismus
  - 8.3 Konzeption und Inszenierung von touristischen Erlebnissen
  - 8.4 Konzeption von Freizeit- und Erlebniswelten
- 9 Besondere Aspekte in der Veranstaltungsplanung und -durchführung (im Tourismus)
  - 9.1 Projektmanagement in der touristischen Veranstaltungsplanung
  - 9.2 Software und Social Media in der Veranstaltungsplanung
  - 9.3 Veranstaltungscontrolling
  - 9.4 Versammlungsstättenverordnung
  - 9.5 Risiko- und Krisenmanagement bei Veranstaltungen

## **20.5/ 21.5 Sport- und Eventmanagement II**

- 1 Einführung
- 2 Veranstaltungs- und Eventmanagement
  - 2.1 Rahmenbedingungen und Begriffsbestimmungen für Veranstaltungen und Events
  - 2.2 Veranstaltungsarten und -formen
  - 2.3 Markt für Veranstaltungsleistungen
  - 2.4 Veranstaltungsstätten und Veranstaltungstechnik
  - 2.5 Management von Veranstaltungen
  - 2.6 Vereine und Verbände in der Veranstaltungswirtschaft
- 3 Veranstaltungs- und Eventmanagement im Sport
  - 3.1 Rahmenbedingungen und Begriffsbestimmungen des Sportmanagements
  - 3.2 Typologie von Sportveranstaltungen
  - 3.3 Markt für Sportveranstaltungen und -events
  - 3.4 Wettkampfstätten und Veranstaltungstechnik bei Sportveranstaltungen
- 4 Planung von Sportveranstaltungen
  - 4.1 Ablaufplanung von Sportveranstaltungen
  - 4.2 Ziele und Programmgestaltung von Sportveranstaltungen
  - 4.3 Betriebswirtschaftliche Aspekte von Sportveranstaltungen
  - 4.4 Besonderheiten der Inszenierung und Dramaturgie von Sportveranstaltungen
  - 4.5 Durchführung von Sportveranstaltungen
  - 4.6 Evaluierung von Sportveranstaltungen
- 5 Vereine und Verbände als Träger der Sportveranstaltungen

## **20.6/ 21.6 Retail Management II**

- 1 Einführung
- 2 Einkaufsmanagement als Kernaufgabe im Handel
  - 2.1 Einkaufsobjekte zum Wiederverkauf
  - 2.2 Transaktionsphasen im Einkauf
  - 2.3 Besonderheiten im organisationalen Einkauf
- 3 Logistikmanagement als Kernaufgabe im Handel
  - 3.1 Darstellung und Bedeutung der Logistik
  - 3.2 Eingangslogistik
  - 3.3 Entscheidungen zur Lagerung
  - 3.4 Entscheidungen zum Transport
  - 3.5 Logistische Absatzhelfer
  - 3.6 Zwischenlagerung und Umladung
  - 3.7 Ausgangslogistik
  - 3.8 Entsorgungslogistik
- 4 Personalmanagement als Kernaufgabe im Handel
  - 4.1 Personalplanung
  - 4.2 Personalführung
  - 4.3 Kollektivarbeitsregelungen
- 5 IT-Prozesse als Kernaufgabe im Handel
  - 5.1 Generelle Informationssysteme
  - 5.2 Warenwirtschaftssystem im Handel
  - 5.3 Efficient-Consumer-Response-System
  - 5.4 Collaborative-Forecasting-Planning-Replenishment-System
- 6 Marktinformation als Kernaufgabe im Handel
  - 6.1 Begriff und Abgrenzung
  - 6.2 Träger der Informationsbeschaffung
  - 6.3 Sekundärforschung als Datenbasis
  - 6.4 Primärforschung als Datenbasis
  - 6.5 Erhebung durch mündliche Befragung
  - 6.6 Erhebung durch telefonische Befragung
  - 6.7 Erhebung durch schriftliche Befragung
  - 6.8 Sonderformen der Erhebung
  - 6.9 Erhebung durch Beobachtung
  - 6.10 Erhebung durch Experiment
  - 6.11 Online-gestützte Erhebung
  - 6.12 Handelsforschung
- 7 Controlling als Kernaufgabe im Handel
  - 7.1 Controlling-Elemente
  - 7.2 Handelsbetriebliche Planung
  - 7.3 Handelsbetriebliche Überwachung
  - 7.4 Handelsbetriebliche Überprüfung

## **20.7/ 21.7 Gesundheitsmanagement II**

- 1 Einführung
- 2 Wesentliche Aspekte der Gesundheitsökonomie
  - 2.1 Gesundheits- und Medizinökonomie
  - 2.2 Krankheit, Gesundheit und Gesundheitspolitik
  - 2.3 Versorgungsforschung
- 3 Gesundheitssystem und Sektoren
  - 3.1 Gesundheitswesen und Leistungsbereiche
  - 3.2 Öffentliche Gesundheitspflege, Prävention und Gesundheitsförderung
  - 3.3 Verbände, Krankenkassen und weitere Akteure
  - 3.4 Gesundheitswirtschaft
- 4 Versorgung, Steuerung und Qualität
  - 4.1 Marktversagen
  - 4.2 Finanzierung und Vergütung – Schwerpunkt Krankenhaus
- 5 Evaluation
  - 5.1 Gesundheitsökonomische Evaluation
  - 5.2 Studienformen
- 6 Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen

- 6.1 Grundlagen des Qualitätsmanagements im Gesundheitswesen
- 6.2 Ausgewählte Qualitätsmanagement-Modelle und Zertifizierungsverfahren im Gesundheitswesen
- 6.3 Wesentliche Institutionen der Qualitätssicherung im Gesundheitswesen und deren Aufgaben und Zielsetzungen
- 6.4 Implementierung eines Qualitätsmanagements nach der ISO 9000
- 7 Risikomanagement im Gesundheitswesen
- 7.1 Definition, Aufgaben und Zielsetzung
- 7.2 Klinisches Risikomanagement

#### **20.8/ 21.8 Wirtschaftspsychologie II**

- 1 Einführung
- 2 Konsumgütermärkte: Absatzpolitik
- 2.1 Produktion und Vertrieb von Gütern
- 2.2 Produktpolitik
- 2.3 Preispolitik
- 2.4 Distributionspolitik
- 2.5 Kommunikationspolitik
- 3 Arbeitsmärkte: Angebot und Nachfrage nach Arbeit
- 3.1 Erwerbsarbeit
- 3.2 Angebot und Nachfrage nach Arbeit
- 3.3 Unternehmer
- 3.4 Lohn und Lohngerechtigkeit
- 3.5 Arbeitslosigkeit

#### **20.9/ 21.9 Food Business Management II**

- 1 Einführung
- 2 Food Business Management entlang der Wertschöpfungskette
- 2.1 Produktion
- 2.2 Beschaffung und Vertrieb
- 2.3 Marketing für Lebensmittel
- 2.4 Human Resources
- 2.5 Controlling
- 2.6 Investition und Finanzierung
- 2.7 Rechnungswesen
- 2.8 Projektmanagement

#### **20.10/ 21.10 Agribusiness Management II**

- 1 Einführung
- 2 Rahmenbedingungen der Agrarproduktion
- 2.1 Institutionelle Rahmenbedingungen und Rechtsformen
- 2.2 Grundlagen und Bedingungen der Agrarproduktion
- 2.3 Entwicklungstrends in der Agrarwirtschaft
- 3 Wirtschaftliches Denken und ökonomische Planungsprinzipien
- 3.1 Allgemeines Grenzwertprinzip
- 3.2 Opportunitätskostenprinzip
- 3.3 Kostendeckungsprinzip
- 3.4 Break-even-Analyse
- 4 Allgemeine Funktionsbereiche des Agribusiness Managements
- 4.1 Organisation und Koordination
- 4.2 Human Resources
- 4.3 Produktion
- 4.4 Investition und Finanzierung
- 4.5 Rechnungswesen
- 4.6 Qualitätsmanagement
- 5 Die klassischen Instrumente des Marketing
- 5.1 Produktpolitik
- 5.2 Preispolitik
- 5.3 Distributionspolitik
- 5.4 Kommunikationspolitik

### **20.11/ 21.11 Banking II**

- 1 Einführung
- 2 Bankleistungen und Bankleistungserstellung
  - 2.1 Zahlungsverkehr
  - 2.2 Anlageleistungen
  - 2.3 Verbund- und Vermittlungsleistungen
  - 2.4 Kreditgeschäft
- 3 Bankcontrolling und Gesamtbanksteuerung
  - 3.1 Aufgaben, Instrumente und Organisation des Bankcontrollings
  - 3.2 Kalkulation von Bankdienstleistungen im Wertbereich
  - 3.3 Kalkulation von Bankdienstleistungen im Betriebsbereich
  - 3.4 Produkt-, Kunden- und Geschäftsstellenkalkulation
  - 3.5 Erfolgs- und Risikocontrolling

### **20.12/21.12 Digitized Economy II**

- 1 Einführung
- 2 Mobile Commerce im Wandel
  - 2.1 Mobile Commerce der neuen Generation
  - 2.2 Mobile Commerce als verlängerter Arm des E Commerce
  - 2.3 Entwicklung und Status des Mobile Commerce
  - 2.4 Gängige Anwendungen im Mobile Commerce
  - 2.5 Mobile Commerce Mehrwerte
  - 2.6 Zukunftsaussichten des Mobile Commerce
- 3 New Mobile Commerce – Grundlagen und Formen
  - 3.1 Technologische Grundlagen des New Mobile Commerce
- 4 Einfluss des mobilen Internet auf „Research Online Purchase Offline“
- 5 Geschäftsmodelle im New Mobile Commerce
  - 5.1 Perspektiven und Wertschöpfungsketten im Mobile Commerce
  - 5.2 Geschäftskonzepte im Mobile Business
  - 5.3 Telematic und Cross Technology Plattformen im Mobile Commerce
  - 5.4 Website versus Applikation
- 6 Besonderheiten des New Mobile Marketing
  - 6.1 Spezifische Anwendungen im Mobile Marketingmix
  - 6.2 mCRM – Customer Relationship Management im Mobile Commerce
  - 6.3 NFC – Near Field Communication im Mobile Commerce
  - 6.4 Bluetooth Beacons – Proximity Interaktionen im Mobile Commerce
  - 6.5 Mobile Viral Marketing
- 7 Formen des Mobile Commerce
  - 7.1 Pure Mobile Commerce
  - 7.2 Kooperativer Mobile Commerce
  - 7.3 Multi Channel Mobile Commerce
  - 7.4 Hybrider Mobile Commerce
  - 7.5 Vertikaler Mobile Commerce
  - 7.6 Tablet Shopping als neue Form des Mobile Commerce
- 8 Mobile Commerce als Enabler für den “No-Line” Handel

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
20.1/ 21.1 Wirtschaftsprüfung II	5
20.2/ 21.2 Dienstleistungsmanagement II	5
20.3/ 21.3 Industrielles Produktionsmanagement II	5
20.4/ 21.4 Tourismusmanagement II	5
20.5/ 21.5 Sport- und Eventmanagement II	5
20.6/ 21.6 Retail Management II	5
20.7/ 21.7 Gesundheitsmanagement II	5
20.8/ 21.8 Wirtschaftspsychologie II	5
20.9/ 21.9 Food Business Management II	5
20.10/ 21.10 Agribusinessmanagement II	5
20.11/ 21.11 Banking II	5
20.12/21.12 Digitized Economy II	5

Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)				
<b>Modul 21 (BA 8) / 22 (BA 6): Funktionsorientierter Schwerpunkt</b>				
Semester	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
7 (BA 8) 6 (BA 6)	1 Sem.	Wahlpflichtmodul II **	Entspr. der Wahl 5 oder 10	150 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform/ Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	Entsprechend der Wahl einmal oder zweimal K 120	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Dusemond, Prof. Dr. Heinlein, Prof. Dr. Mörsstedt, Prof. Dr. Schüle, Prof. Dr. Sierke, Prof. Dr. Vollmar, Prof. Dr. Weibelzahl

Kompetenzziele des Moduls
<p>Das Modul vermittelt, aufbauend auf den im Modul 18 dargelegten Grundlagen, einen vertieften Überblick über verschiedene Funktionsbereiche in Organisationen, auch vor den Hintergrund als mögliche zukünftige Tätigkeitsfelder.</p> <p><b>21.1/ 22.1 Logistik / Supply Chain Management II</b></p> <p>Das Modul vertieft die Kenntnisse der Studierenden über das in sich abgeschlossene erste Modul. Dabei wird die Logistik als wesentliche Querschnittsfunktion in einen organisatorischen Zusammenhang gesetzt und einzelne Teilgebiete der Logistik mit spezifischen Methoden und Algorithmen vertieft behandelt. Das Supply Chain Management prägt sich somit als prozessorientiertes ganzheitliches und schnittstellenüberwindendes Vorgehen entlang der gesamten Prozesskette ein. Spezifische Controllinganforderungen und die Lösung der daraus resultierenden Problemstellungen runden das Modul ab.</p> <p><b>21.2/ 22.2 Human Resource Management II</b></p> <p>In diesem Modul werden die Themen und Erkenntnisse aus dem ersten Modul fortgeführt. Dazu werden zunächst unterschiedliche Führungsmodelle wie zum Beispiel das St. Galler Führungsmodell, die aus den Unternehmenszielen und der Unternehmenskultur abgeleitet werden, vorgestellt.</p> <p>Im weiteren Verlauf werden mögliche Strategien zur Personalentwicklung vorgestellt, wobei hierbei auf Präsenzveranstaltungen, Anreizsysteme und Führungskultur fokussiert wird.</p> <p>Die Studierenden betrachten das Human Resource Management aus der Investitions- und Kostensicht und lernen Herausforderungen des Personalmanagement kennen. Im Anschluss daran werden Weiter- und Entwicklungsmaßnahmen betriebswirtschaftlich untersucht.</p> <p>Schließlich werden die Studierenden dazu befähigt, Mitarbeiter in einer wandelnden Organisation im Zuge der Anwendung des Personalentwicklungs- und Führungsinstrumentes Coaching weiter zu entwickeln.</p>

\*\* Die im vorhergehenden Semester gewählten Schwerpunkte werden fortgesetzt.

### **21.3/ 22.3 Marketing / Vertrieb II**

Ziel des Moduls für die Studierenden ist die umfassende Kenntnis der klassischen Instrumente des Marketing Mix – Produkt-, Preis- bzw. Kontrahierungs-, Distributions-, Kommunikations- und Markenpolitik zu erlangen. Die Studierenden können deren Wirkungsweise beurteilen und die Interdependenzen einzelner Instrumente sowie deren abgestimmten Einsatz einschätzen.

### **21.4/ 22.4 Konzernrechnungslegung II**

Aufbauend auf dem Modul Konzernrechnungslegung I werden hier in einem ersten Schritt die im Rahmen der Vollkonsolidierung von Tochterunternehmen neben der Kapitalkonsolidierung weiterhin erforderlichen Konsolidierungsmaßnahmen, namentlich die Schuldenkonsolidierung, die Zwischenergebniseliminierung und die Aufwands- und Ertragskonsolidierung, erläutert. Anschließend werden die für die Einbeziehung von Gemeinschaftsunternehmen optional anwendbare Quotenkonsolidierung (nach IFRS: Pflicht für gemeinschaftliche Tätigkeiten) und die für die Einbeziehung von assoziierten Unternehmen sowie für nicht quotale einbezogene Gemeinschaftsunternehmen verpflichtend anzuwendende Equity-Methode (nach IFRS: Pflicht für Gemeinschaftsunternehmen) dargelegt. Alle Konsolidierungsmaßnahmen werden durch praxisrelevante Beispiele veranschaulicht. Zugleich werden die Unterschiede zwischen HGB und IFRS hervorgehoben. Zuletzt werden die Bestandteile eines Konzernabschlusses anhand von Auszügen aus Geschäftsberichten erörtert.

Die Studierenden werden befähigt, alle für die Erstellung eines Konzernabschlusses notwendigen Konsolidierungsmaßnahmen selbstständig vorzunehmen und die komplexen Zusammenhänge innerhalb eines Konzernverbundes zu verstehen und in gewissen Grenzen auch zu werten.

### **21.5/ 22.5 Wirtschaftsinformatik II**

Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse in den Konzepten und der Anwendung von integrierten Informationssystemen mit Schwerpunkt der industriellen Anwendung. Dabei werden die grundlegenden Wertschöpfungsprozesse behandelt. Zu Integrierten Anwendungssystemen in Handel- und Dienstleistung werden Übereinstimmungen sowie Unterschiede und charakteristische Besonderheiten aufgezeigt. Technische Aspekte werden soweit behandelt, wie sie zum Verständnis der Anwendungen beitragen. Die Studierenden werden befähigt, die Chancen aber auch die Herausforderungen integrierter Informationssysteme besser einschätzen und bewerten zu können.

### **21.6/ 22.6 Markt- / Werbepsychologie II**

Das Modul legt den Fokus auf die Grundlagen der Gestaltung von Werbung und der Diagnostik sozialer Kompetenzen, die gerade im wirtschaftspsychologischen Berufsfeld eine wichtige Rolle spielen. Den Anfang bilden die formalen Aspekte der Ausgestaltung von Werbung, gefolgt von den inhaltlichen Aspekten dieses Bereiches. Der zweite Teil besteht aus der Vermittlung von Kenntnissen der kognitiven Leistungstests, Verhaltensbeobachtung- und Beschreibung sowie der Messung von Kompetenzindikatoren, gefolgt von der Anwendung der Diagnostik sozialer Kompetenzen.

Die Studierenden erwerben die Kompetenzen, Werbung effektiv und ansprechend zu gestalten, sowie Instrumente der Diagnostik sozialer Kompetenzen gezielt und adäquat in der Praxis anzuwenden und die Ergebnisse auszuwerten.

### **21.7/ 22.7 Entrepreneurship II**

Das Modul knüpft an die Lerninhalte des ersten Moduls nahtlos an. Von einem Entrepreneur müssen im Rahmen der Unternehmensgründung unterschiedliche Instrumente und Methoden angewendet werden, um den Erfolg des Unternehmens herbeizuführen. Die klassischen Instrumente der Unternehmensführung sind vor allem für etablierte Unternehmen ausgearbeitet worden. Die Besonderheiten, die zum Entrepreneurship zählen, werden in diesem Modul behandelt. Die Studierenden werden befähigt, einen Businessplan nicht nur zu verstehen, sondern ihn aufzustellen.

Eine Unternehmensgründung und die Fortführung bzw. Etablierung eines Unternehmens ist immer mit verschiedenen Risiken verbunden, weswegen Risikomanagement und seine Instrumente als

Krisenprävention diskutiert wird.

Das Modul schließt mit den Ausführungen zum Management des Geschäftsmodells. Die Studierenden können zwischen entrepreneurialem und administrativem Management abgrenzen.

### **21.8/ 22.8 Digital Business Management II**

Im Management der Digitalisierung haben die Aspekte Governance, Risk und Compliance (GRC) einen zentralen Stellenwert. Mit diesen Aspekten befasst sich der Lehrbrief. Es werden die Aufgabenbereiche vorgestellt. Im Rahmen der Governance lernen die Studierenden kennen, wie die IT bestmöglich mit den Strategien und Prozessen des Unternehmens abgestimmt wird. Rahmenkonzepte und Frameworks geben dabei eine wesentliche Hilfestellung für die praktische Umsetzung und werden eingehend betrachtet. IT-Risiken und Maßnahmen zu deren Beherrschung werden vorgestellt. IT Compliance befasst sich mit Anforderungen und Maßnahmen seitens der IT für eine regel- und gesetzeskonforme Ausübung der Geschäftsprozesse eines Unternehmens.

## **Lehrinhalte**

### **21.1/ 22.1 Logistik / Supply Chain Management II**

- 1 Einführung
- 2 Supply Chain Management – Begriffliche Grundlagen und Gegenstand
  - 2.1 Problemstellungen in der Praxis
  - 2.2 Rahmenbedingungen für Entwicklungen im SCM
  - 2.3 Historische Entwicklung
  - 2.4 Definitionsversuche
  - 2.5 Abgrenzung zu verwandten Konzepten und Entwicklung des SCM
  - 2.6 SCM-Schulen
  - 2.7 Ebenen des SCM
  - 2.8 Gegenstandsbereich des SCM
  - 2.9 Herausforderungen, Probleme und Potenziale des Supply Chain Managements
  - 2.10 Ziele und Nutzen des SCM
  - 2.11 Typische Problemstellungen des Supply Chain Managements
  - 2.12 SCM-Prinzipien
- 3 Strategisches Supply Chain Management
  - 3.1 Prozess der Strategieentwicklung
  - 3.2 Kooperation im Supply Chain Netzwerk
  - 3.3 Ziele der Kooperation in dem Supply Chain Netzwerk
  - 3.4 Formen und Merkmale der Kooperation in SC-Netzwerken
- 4 SCM-Standards
  - 4.1 Begriff und Nutzen
  - 4.2 Dimensionen der Standardisierung
  - 4.3 Das SCOR-Modell
  - 4.4 Weitere Standards
- 5 ECR – Efficient Consumer Response
  - 5.1 Geschichtliche Entwicklung
  - 5.2 Konzept und Definition
  - 5.3 ECR-Basisbausteine
  - 5.4 Efficient Replenishment
  - 5.5 Category Management
  - 5.6 Customer Relationship Management
  - 5.7 Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment
- 6 SCM-IT-Werkzeuge
  - 6.1 Supply Chain Planning (SCP)-Systeme
  - 6.2 Supply Chain Execution (SCE)
  - 6.3 Supply Chain Integration (SCI)
  - 6.4 Enterprise Resource Planning-Systeme (ERP)
  - 6.5 SCM-Portale
- 7 Supply Chain Controlling
  - 7.1 Controlling-Philosophie
  - 7.2 Instrumente des Supply Chain Controllings

## **21.2/ 22.2 Human Resource Management II**

- 1 Einführung
- 2 Stellenwert und Funktion des Human Resource Managements
- 3 Aktuelle Führungsmodelle zur strategischen Entwicklung der Führungskultur und der Anreizsysteme
  - 3.1 Das Harzburger Modell
  - 3.2 Das St. Galler Management-Modell
  - 3.3 Das 7-S-Modell
  - 3.4 Der Züricher Ansatz
  - 3.5 Die Umsetzung – Operationalisierung des St. Galler Modells
  - 3.7 Moderative Führung als Bindeglied der vorhandenen Führungsmodelle
- 4 Strategisches Personalmanagement durch motivierende Anreizsysteme
  - 4.1 Motivationsdynamik und Ziele moderner Anreizsysteme
  - 4.2 Implementierung strategischer Anreizsysteme
- 5 Handlungsstrategien des Personalmanagements zur optimalen Unterstützung der Führungskulturentwicklung
  - 5.1 Kompetenzmodelle
  - 5.2 Das Handlungsspektrum der strategischen Personalentwicklung im Überblick
  - 5.3 Kompetenzen, über die die für Personalentwicklung Verantwortlichen verfügen sollten
- 6 Das strategische Human Resource- oder Personalmanagement unter der Perspektive von Aufwand, Nutzen und Messbarkeit
  - 6.1 Die Balanced Scorecard im Personalmanagement
  - 6.2 Zusammenfassung der Vorteile und Nutzen der Balanced Scorecard
  - 6.3 Bildungs- und Personalcontrolling
  - 6.4 Fallstudie: Bildungs- und Personalcontrolling am Beispiel des Unternehmens Viega
  - 6.5 Kritische Betrachtung der Kennzahlensysteme
- 7 Zusammenfassung von „Veränderungs-/Change-Management“ aus Sicht der Organisationsentwicklung und des Human Resource Managements
  - 7.1 Grundprinzipien von Veränderungsprozessen
  - 7.2 Widerstand in Veränderungsprozessen
  - 7.3 Emotionsverlauf von Veränderungsprozessen
- 8 „Führung und Kommunikation“ – Brücke zwischen Organisationsentwicklung und Human Resource Management
  - 8.1 Kontrolle oder Vertrauen – welcher Führungsansatz ist Erfolg versprechend?
- 9 Operative Personalentwicklung
  - 9.1 „Workshop“ als Instrument der operativen Personalentwicklung für eine Gruppe
  - 9.2 Coaching als Instrument der operativen Personalentwicklung für einzelne Mitarbeiter

## **21.3/ 22.3 Marketing / Vertrieb II**

- 1 Einführung
- 2 Wesentliche Aspekte des Sale-Managements
  - 2.1 Begriffe
  - 2.2 Verhältnis Marketing – Vertrieb – Verkauf
  - 2.3 Bedeutung des Sales-Managements
- 3 Markt- und Kundenorientierung als Zentrum des Vertriebsmanagements
  - 3.1 Die Wirkungskette der Kundenorientierung
  - 3.2 Kundenbewertung und Kundenwert
  - 3.3 Relationship-Marketing
  - 3.4 Kundenintegration (Customer-Integration-Marketing)
  - 3.5 Customer-Relationship-Management (CRM) und Computer Aided Selling (CAS)
- 4 Vertriebspolitik
  - 4.1 Begriffliche Abgrenzung
  - 4.2 Das Vertriebssystem
  - 4.3 Vertriebsorganisation
- 5 Vertriebskanalpolitik
  - 5.1 Arten von Vertriebspartnern
  - 5.2 Partnerbezogene Strategien
  - 5.3 Suche, Akquise, Auswahl und Stimulierung von Vertriebspartnern
- 6 Vertriebsplanung und -steuerung als Element der Vertriebssystempolitik
  - 6.1 Bestimmung der erforderlichen Anzahl von Verkaufsmitarbeitern

- 6.2 Besuchs- und Tourenplanung
- 6.3 Besuchshäufigkeit und Besuchsdauer
- 7 Der Verkaufsprozess
- 7.1 Einflussfaktoren auf den Verkaufserfolg
- 7.2 Besuchsvorbereitung
- 7.3 Das Verkaufsgespräch
- 7.4 Vertriebscontrolling

#### **21.4/ 22.4 Konzernrechnungslegung II**

- 1 Einführung
- 2 Kapitalkonsolidierung (Fortsetzung)
- 2.1 Grundlagen
- 2.2 Spezielle Sachverhalte
- 3 Schuldenkonsolidierung
- 3.1 Gegenstand
- 3.2 Aufrechnungsdifferenzen
- 3.3 Saldenabstimmung / IC-Abstimmung
- 3.4 Befreiungstatbestand
- 4 Zwischenergebniseliminierung
- 4.1 Grundlagen
- 4.2 Arbeitsschritte
- 4.3 Vereinfachte Zwischenergebniseliminierung
- 4.4 Zwischenergebniseliminierung in der GuV
- 4.5 Zwischenergebniseliminierung bei Vorhandensein anderer Gesellschafter
- 4.6 Befreiungstatbestand
- 5 Aufwands- und Ertragskonsolidierung
- 5.1 Gegenstand
- 5.2 Notwendigkeit der Aufwands- und Ertragskonsolidierung
- 5.3 Behandlung von Währungsumrechnungsdifferenzen
- 5.4 Befreiungstatbestand
- 5.5 Exkurs: Beteiligungserträge bei zeitverschobener Vereinnahmung
- 6 Beispiel zur Eliminierung konzerninterner Beziehungen
- 7 Quotenkonsolidierung
- 7.1 Anwendungsbereich
- 7.2 Vorgehensweise nach HGB
- 7.3 Vorgehensweise nach IFRS
- 8 Equity-Methode
- 8.1 Anwendungsbereich
- 8.2 Zielsetzung
- 8.3 Grundsätzliche Vorgehensweise
- 8.4 Technik der Equity-Fortschreibung
- 8.5 Befreiungstatbestand
- 8.6 Beispiel zur Equity-Methode
- 8.7 Vergleich zwischen der Anwendung der Equity-Methode und der Quotenkonsolidierung
- 9 Bestandteile eines Konzernabschlusses
- 9.1 Konzernbilanz
- 9.2 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (HGB) bzw. Konzern-Gesamtergebnisrechnung (IFRS)
- 9.3 (Konzern-)Kapitalflussrechnung
- 9.4 Segmentberichterstattung
- 9.5 Konzerneigenkapitalspiegel und Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 9.6 Konzernanhang
- 10 Konzernlagebericht
- 10.1 Grundlagen
- 10.2 Zweck und Inhalt eines Konzernlageberichts

#### **21.5/ 22.5 Wirtschaftsinformatik II**

- 1 Einführung
- 2 Grundlagen integrierter Anwendungssysteme
- 2.1 Erscheinungsformen der Integration
- 2.2 Daten in integrierten Informationssystemen

- 2.3 Technische Umsetzung der Integration
- 2.4 Integrationsmodelle
- 2.5 Integrierte Anwendungssysteme und Standard-ERP-Systeme
- 3 Anwendungsbereiche integrierter Informationssysteme in der Industrie
  - 3.1 Überblick
  - 3.2 Anwendungsbereich Vertrieb und Marketing
  - 3.3 Anwendungsbereich Materialmanagement
  - 3.4 Anwendungsbereich Produktion
  - 3.5 Anwendungsbereich Finanzbuchhaltung
  - 3.6 Anwendungsbereich Management-Informationssystem
- 4 Anwendungsbereiche integrierter Informationssysteme im Handel
  - 4.1 Spezielle Anforderungen an Handelssysteme
  - 4.2 Integration des Point of Sale
  - 4.3 Integration von E-Commerce-Lösungen
- 5 Anwendungsbereiche integrierter Informationssysteme in Dienstleistungsunternehmen
  - 5.1 Anwendungssysteme in der Hotellerie
  - 5.2 Integrierte Anwendungssysteme im Gesundheitssektor

#### **21.6/ 22.6 Markt- / Werbepsychologie II**

- 1 Einführung
- 2 Formale Aspekte der Gestaltung von Werbung
  - 2.1 Typografische Aspekte
  - 2.2 Die Anzeigengröße
  - 2.3 Platzierungseffekte
  - 2.4 Die Verwendung von Farben
- 3 Inhaltliche Aspekte der Ausgestaltung von Werbung
  - 3.1 Textverständlichkeit und Werbung
  - 3.2 Humor
  - 3.3 Sex-Appeal
  - 3.4 Furchtapelle
  - 3.5 Modelle
  - 3.6 Bilder
  - 3.7 Wiederholung von Werbung
- 4 Soziale Kompetenz – Definition und Abgrenzung
- 5 Kognitive Leistungstests
- 6 Verhaltensbeobachtung
- 7 Verhaltensbeschreibung
- 8 Messung komplexer Kompetenzindikatoren
- 9 Anwendung der Diagnostik sozialer Kompetenzen

#### **21.7 /22.7 Entrepreneurship II**

- 1 Einführung
- 2 Strategische Analyse und Strategieentwicklung
  - 2.1 Vorgründungsprozess, Gründungsprozess und Nachgründungsprozess
  - 2.2 Gründungsformen
- 3 Businessplan
  - 3.1 Historische Entwicklung
  - 3.2 Definition und Aufgaben
  - 3.3 Zielgruppen
  - 3.4 Anforderungen an einen Businessplan
  - 3.5 Anwendungsbereich Finanzbuchhaltung
  - 3.6 Konzeptionale Grundstruktur
- 4 Gliederungsvorschlag für einen Businessplan
  - 4.1 Executive Summary
  - 4.2 Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen
  - 4.3 Branche, Markt und Wettbewerb
  - 4.4 Gründerteam, Personal und Organisation
  - 4.5 Marketing und Vertrieb
  - 4.6 Beschaffung und Produktion
  - 4.7 Finanzplan und Finanzierung
  - 4.8 Chancen und Risiken

- 4.9 Anlagen
- 5 Wissenswertes zu einem Businessplan
- 5.1 Typische Fehler in Businessplänen
- 5.2 Do's and Don'ts
- 5.3 Abschließende Empfehlungen
- 6 Unternehmenswachstum
- 6.1 Begriff des Unternehmenswachstums
- 6.2 Ausgewählte Wachstumsmodelle
- 7 Krisenmanagement
- 7.1 Risikomanagement als Krisenprävention
- 7.2 Risikokategorien
- 7.3 Analyse und Maßnahmen
- 8 Management des Geschäftsmodells

### **21.8/ 22.8 Digital Business Management II**

- 1 Einführung
- 2 Stellenwert des IT GRC im Kontext der Digitalisierung
- 2.1 Begriffsbestimmungen
- 2.2 Digitalisierung als Treiber für IT GRC
- 2.3 Ziele des IT GRC
- 2.4 Erfolgsfaktoren
- 3 Aufgabenbereiche des IT GRC
- 3.1 Überblick
- 3.2 Strategische Planung der Digitalisierung
- 3.3 Management der Entwicklung
- 3.4 Management des Betriebs
- 3.5 Management von Datensicherheit- und Datenschutz
- 4 Frameworks für IT GRC
- 4.1 Coso
- 4.2 Cobit 5
- 4.3 ITIL
- 4.4 ISO 27000n
- 5 IT-Risikomanagement
- 5.1 Ziele und Zweck des IT-Risikomanagement
- 5.2 Arten von IT-Risiken
- 5.3 Maßnahmen des IT-Risikomanagement
- 6 IT-Compliance
- 6.1 Ziele und Zweck von IT-Compliance
- 6.2 Relevante regulatorische Anforderungen
- 6.3 Maßnahmen zur Sicherstellung der IT-Compliance

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
21.1/ 22.1 Logistik / Supply Chain Management II	5
21.2/ 22.2 Human Resources Management II	5
21.3/ 22.3 Marketing / Vertrieb II	5
21.4/ 22.4 Konzernrechnungslegung II	5
21.5/ 22.5 Wirtschaftsinformatik II	5
21.6/ 22.6 Markt- / Werbepsychologie II	5
21.7/ 22.7 Entrepreneurship II	5
21.8/ 22.8 Digital Business Management II	5

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 22 (BA 8) / 20 (BA 6): Essentials</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
8 (BA 8) 5 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	8	240 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	EA	Fernlehrbriefe	Prof. Dr. Rohlfig

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Den Studierenden werden Bedeutung und Stellenwert des Qualitätsmanagements für unterschiedliche Unternehmen und Organisationen vermittelt. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, verantwortungsvolle Qualitätsmanagementaufgaben selbständig bewältigen zu können. Dazu gehören die notwendigen Kenntnisse einschlägiger Normen und Gesetze, sowie Fähigkeiten Qualitätsmanagementsysteme zu konzipieren und strukturiert einzuführen.</p> <p>Das Fach Persönlichkeitsmanagement trägt dazu bei, dass die Studierenden ihre Fähigkeiten entwickeln und stärken, sie lernen sich selbst vorbehaltlos anzunehmen und an einer positiven Haltung zu arbeiten, Stresstabilität, Konfliktfähigkeit und eine bessere Kommunikationsfähigkeit zu erlangen.</p> <p>Das Fach Arbeitsrecht vermittelt dem Leser grundlegende Kenntnisse juristischer Natur, die im Zusammenhang mit dem praktischen Arbeitsleben nicht hinweg gedacht werden können. Dies betrifft das Individualarbeits- und Grundzüge des Kollektivarbeitsrechts. In diesem Modul werden Kenntnisse vermittelt, die Studierenden in die Lage versetzen, Grundprobleme des Arbeitsrechts selbst zu lösen.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>22.1/ 20.1 Qualitätsmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Einführung</li> <li>2 Grundlagen                         <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Qualitätsbegriff</li> <li>2.2 Qualitätsgrundsätze</li> <li>2.3 Qualität und zentrale Wettbewerbsfaktoren</li> <li>2.4 Ganzheitliche Qualitätsbetrachtung – Komplexität des Qualitätsbegriffes</li> </ul> </li> <li>3 Qualitätsmanagement                         <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Definition Qualitätsmanagement</li> <li>3.2 Entwicklung des Qualitätsmanagements</li> <li>3.3 Strategisches Qualitätsmanagement</li> <li>3.4 Operatives Qualitätsmanagement</li> <li>3.5 Qualitätsmodelle</li> <li>3.6 Total-Quality-Management (TQM)</li> </ul> </li> <li>4 Qualität und Wirtschaftlichkeit                         <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Qualitätsbezogene Kosten</li> <li>4.2 Nutzen von Qualitätsmanagementsystemen</li> </ul> </li> </ul>

- 5 Qualitätsbewertung
  - 5.1 Grundlagen
  - 5.2 Qualitätsforderung und Qualitätsmerkmale
  - 5.3 Qualitätsplanung und Qualitätsmerkmale
  - 5.4 Kano-Modell
  - 5.5 Methoden der Qualitätsbeurteilung
- 6 Qualitätsmanagement und Normung
  - 6.1 Der Normenbegriff
  - 6.2 Nutzen der Normung
  - 6.3 Normungsverfahren
  - 6.4 QM-Normen
  - 6.5 Historische Entwicklung der QM-Normen
- 7 QM-Normenfamilie ISO 9000
  - 7.1 Grundaufbau und Anwendungsbereich der Normenfamilie ISO 9000
  - 7.2 DIN EN ISO 9000:2015
  - 7.3 DIN EN ISO 9001:2015
- 8 Angrenzende Managementsysteme und Implementierung von QMS
  - 8.1 Umweltmanagementsysteme
  - 8.2 Sicherheitsmanagement
  - 8.3 Risikomanagement
  - 8.4 Einführung eines QM-Systems
- 9 Dokumentation eines QM-Systems
  - 9.1 Ziele und Aufgabengebiete der Dokumentation
  - 9.2 Anforderungen an die Dokumentation nach ISO 9001
  - 9.3 Anforderungen aus der betrieblichen Praxis
  - 9.4 Dokumentationsarten und -strukturen
  - 9.5 Gestaltungsoptionen
  - 9.6 Softwaretechnische Unterstützung für die QM-Dokumentation
- 10 Qualitätsmanagementaudits
  - 10.1 Begriffe Audit und Auditierung
  - 10.2 Auditarten
  - 10.3 Auditablauf
- 11 Zertifizierung von QMS
  - 11.1 Begriffsklärung
  - 11.2 Ziele und Problembereiche einer Zertifizierung von QMS
  - 11.3 Ablauf einer Zertifizierung
- 12 Qualität und Recht
  - 12.1 Einführung
  - 12.2 Vertragliche Haftung
  - 12.3 Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz
  - 12.4 Haftung nach § 823 Abs. 1 BGB
  - 12.5 Produktsicherheit

## **22.2/ 20.2 Persönlichkeitsmanagement**

- 1 Einführung
- 2 Wissenschaftstheoretische Grundlagen bei der Erforschung der „Persönlichkeit“
  - 2.1 Kommunikationspsychologische Grundlagen
  - 2.2 Das Persönlichkeitssystem von Hans Jürgen Eysenck
  - 2.3 Empirische Untersuchungen
  - 2.4 Berufliche Sozialisationstheorien
  - 2.5 Arbeits- und Berufssoziologie
  - 2.6 Rollentheoretische Sozialisationstheorien
  - 2.7 Interaktionistische Theorie der Persönlichkeitsentwicklung
  - 2.8 Grundbausteine des Persönlichkeitsmanagements
- 3 Führung und Organisation
  - 3.1 Ethische Aspekte im Management
  - 3.2 Eigenschaftstheorie der Führung
  - 3.4 Führungsstile
- 4 Angewandte Situationen im Bereich Human Resources
  - 4.1 Personalauswahl im Rekrutierungsprozess
  - 4.2 Personal- und Führungskräfteentwicklung

**22.3/ 20.3 Arbeitsrecht**

- 1 Einführung
- 2 Grundbegriffe des Arbeitsrechts
  - 2.1 Der Begriff des Arbeitsrechts
  - 2.2 Systematische Stellung des Arbeitsrechts im Rechtssystem
  - 2.3 Gliederung des Arbeitsrechts; Rechtsquellen
- 3 Das Individualarbeitsrecht
  - 3.1 Die Bewerbung
  - 3.2 Art und Abschluss des Arbeitsvertrages
  - 3.3 Beendigung des Arbeitsverhältnisses

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
22.1/ 20.1 Qualitätsmanagement	3
22.2/ 20.2 Persönlichkeitsmanagement	2
22.3/ 20.3 Arbeitsrecht	3

<b>Bachelor-Programm „Betriebswirtschaftslehre“ (180 ECTS)</b>				
<b>Modul 23: Bachelor Thesis</b>				
<b>Semester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Art</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>
8 (BA 8) 6 (BA 6)	1 Sem.	Pflichtmodul	15	450 Stunden Selbststudium und freiwilliges Kontaktstudium
Häufigkeit des Angebots: Winter-/ Sommersemester				

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Verwendbarkeit</b>	<b>Prüfungsform/ Prüfungsdauer</b>	<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
Keine	Keine Verwendbarkeit für andere Module oder Studiengänge	T (5 / 6 der Modulnote) M (1 / 6 der Modulnote)		Kollegium

<b>Kompetenzziele des Moduls</b>
<p>Die Bachelor-Thesis stellt den Abschluss des Bachelor-Studiums dar. Nach erfolgreicher Beendigung dieses Moduls sind die Studierenden befähigt, wirtschaftswissenschaftliche Sachverhalte in einer umfassenden wissenschaftlichen Arbeit festzuhalten und diese im Rahmen einer Disputation zu präsentieren bzw. in differenzierter und ausgewogener Weise zu diskutieren.</p> <p>Die Bachelor-Thesis kann eine rein theoretische Arbeit sein, sollte aber möglichst in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen durchgeführt werden, damit zusätzlich Kompetenzen wie Arbeiten im Team, Kommunikation mit Mitarbeitern des Unternehmens sowie Erschließen fremder Arbeitsumgebungen gefördert werden.</p> <p>Das Kolloquium bietet dem Studierenden und den Prüfern die Möglichkeit, die Inhalte der Bachelor-Thesis in einer Präsentation und anschließender Diskussion zu reflektieren.</p>

<b>Lehrinhalte</b>
<p><b>23.1 Bachelor Thesis</b></p> <p>Die anzufertigende Thesis soll die Problemstellung, den Stand der Wissenschaft, den Lösungsweg und die Umsetzung/Anwendbarkeit beschreiben.</p> <p>Sie ist grundsätzlich als Einzelarbeit anzufertigen. Bei geeigneter Themenstellung kann sie jedoch auf Antrag als Gruppenarbeit zugelassen werden.</p> <p>Die Thesis beinhaltet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konzeption eines Arbeitsplanes</li> <li>- Stand der wissenschaftlichen Forschung, Literatur- und Quellensuche</li> <li>- Intensive thematische Auseinandersetzung mit der Fragestellung</li> <li>- Befragungen, Analysen, Auswertungen</li> </ul> <p>Schriftliche inhaltlich, stilistische und formal korrekte Ausarbeitung</p> <p><b>23.2 Kolloquium</b></p> <p>Im Rahmen des Kolloquiums stellen die Studierenden unter Beweis, dass sie in der Lage sind, die in der Bachelor-Thesis dargestellten Inhalte in geeigneter Form zu präsentieren und zur Diskussion zu stellen.</p>

<b>Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>ECTS</b>
23.1 Bachelor-Thesis	12
23.2 Kolloquium	3