

Bachelor
Betriebswirtschaft – Bachelor Vollzeit
SPO 2019

MODULHANDBUCH

Inhaltsverzeichnis:

1. Studienabschnitt [1.-3. Semester (Vollzeit)]	6
2. Studienabschnitt [4.-7. Semester (Vollzeit)]	8
3. Vorrückungsvoraussetzungen für Vollzeitstudium.....	12
4. Empfohlener Studienablauf für Nicht-Verbundstudierende	14
5. Module der Virtuellen Hochschule Bayern	17
6. Virtuelles Fach „International Experience an Summer Schools“	18
7. Einführende Erläuterungen zu den Modulbeschreibungen.....	19
8. Modulbeschreibungen	20
1.1 Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken und Sprachkompetenz.....	20
1.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen.....	22
1.3 Mikroökonomik.....	24
1.4 Wirtschaftsenglisch Communication	26
1.4 Wirtschaftsfranzösisch	28
1.4 Wirtschaftsspanisch.....	30
1.5 Quantitative Methoden.....	31
1.6 Digital Business Grundlagen.....	34
1.7 Investitions- und Finanzierungsentscheidungen.....	37
1.8 Wirtschaftsprivatrecht	39
1.9 Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss.....	41
1.10 Kostenrechnung und Kostenmanagement	43
1.11 Operations Management	45
1.12 Steuern	47
1.13 Marketing.....	49
1.14 Personal und Organisation.....	51
1.15 Projektmanagement bei Entrepreneurship-Projekten.....	53
1.16 Grundpraktikum	55
2.1 Strategic Management.....	56
2.2 Makroökonomik	59
2.3 AM: Global Automotive Industry.....	61
2.3 AM: Produktentstehung in der Automobilindustrie.....	63
2.3 AM: Mobilitätstrends und Konzepte.....	65
2.3 CF: Methoden & Instrumente des Strategischen Controllings	67
2.3 CF: Methoden & Instrumente des Operativen Controllings	69

2.3 CF: Portfoliomanagement – Institutionen, Modellierung und praktische Umsetzung	71
2.3 CF: Unternehmensfinanzierung – Instrumente, Bewertung und Kapitalstruktur.....	73
2.3 OM: Logistikmanagement.....	75
2.3 OM: Industrielle Logistik und Lean Production	77
2.3 OM: Praxisprojekt zur Operational Excellence	79
2.3 MS: B2B Vertriebsmanagement und Psychologie der Kommunikation	81
2.3 MS: Marktforschung.....	83
2.3 MS: Marketing Performance mit Produkt und Preis.....	85
2.3 MS: Digital Marketing.....	87
2.3 HR: Personal- und Organisationsentwicklung	89
2.3 HR: Human Resource Management	91
2.3 HR: Personal- und Organisationsentwicklung Projekte	93
2.3 HR: CSR and Compliance Management.....	95
2.3 DB: Business Intelligence & Business Analytics.....	97
2.3 DB: Electronic und Mobile Business	99
2.3 DB: Prozess- und IT-Management.....	101
2.3 UR: Ertragsteuern.....	103
2.3 UR: Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern	104
2.3 UR: Internationales Steuerrecht und unternehmerische Entscheidungen	106
2.3 UR: Internationale Rechnungslegung	108
2.3 IM: International Business.....	110
2.3 IM: International Culture.....	111
2.3 IM: International Finance	112
2.3 TIE: Statik, Festigkeit, Technische Systeme	113
2.3 TIE: Technologie- und Innovationsmanagement.....	115
2.3 TIE: Entrepreneurship und Geschäftsmodelle.....	117
2.4 Projektseminar zum Studienschwerpunkt Controlling und Finance	119
2.4 Projektseminar zum Studienschwerpunkt Operations und Supply Chain Management.....	121
2.4 Projektseminar zum Studienschwerpunkt Marketing und Sales	123
Projektseminar zum Studienschwerpunkt HR Management und CSR	125
Projektseminar zum Studienschwerpunkt Unternehmensbesteuerung	127
2.5 FW: Arbeitnehmerbesteuerung	128
2.5 FW: Business Planning (in englischer Sprache)	129
2.5 FW: Business in Latin America	131

2.5 FW: Customer Relationship Management mit SAP ERP	133
2.5 FW: Digital Services	134
2.5 FW: Digitale Transformation in der Praxis	136
2.5 FW: EDV-orientierte Steueranwendungen	138
2.5 FW: EU Geldpolitik	139
2.5 FW: Existenzgründung und Gründungscoaching	141
2.5 FW: Finanzmathematik mit Modellierung	143
2.5 FW: Gemeinkostencontrolling mit SAP ERP	145
2.5 FW: Grundlagen der Sozialpsychologie	146
2.5 FW: Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	148
2.5 FW: Immobilienmanagement	150
2.5 FW: Kommunikations- und Branddesign	152
2.5 FW: Marketing und Recht	154
2.5 FW: Mathematik I / Wirtschaftsmathematik	156
2.5 FW: Produktionsorganisation	158
2.5 FW: Projekt Schanzer Racing Electric	160
2.5 FW: Retail Lab – floor mapping	162
2.5 FW: Successful Management in a Global World	164
2.5 FW: Technology Management (in englischer Sprache)	166
2.6 SW: Biographie, Orientierung, Sinn	168
2.6 SW: Chinesische Sprache 1	170
2.6 SW: Chinesische Sprache 2	171
2.6 SW: Erfolgreiches Selbstmanagement im freien Wettbewerb	172
2.6 SW: Intercultural Business Communication	173
2.6 SW: Intercultural Competence	174
2.6 SW: Kommunikation in Krise und Change	175
2.6 SW: Presentation Skills and Academic Writing C1	176
2.6 SW: Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken	178
2.6 SW: Spanisch Business 1	180
2.6 SW: Successful Negotiations in a Global World	181
2.6 SW: Moderations- und Präsentationstechnik	183
2.6 SW: Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung	184
2.6 SW: Spanisch Business 2	185
2.6 SW: Talent Center - Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung	186
2.7 NW: Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit	188
2.7 NW: Development Aid Project	190

2.7 NW: Values and Consciousness – Werte und Bewusstsein in der Ökonomie	192
2.7 NW: Basics in Sustainability.....	194
2.7 NW: Sustainability in China.....	196
2.7 NW: Sustainability & Philosophical Approaches.....	198
2.8 Projekt Soziales Engagement.....	200
2.9 Unternehmensplanspiel	202
2.10 Betriebswirtschaftliches Vertiefungsseminar	203
2.11 Seminar Wissenschaftliches Arbeiten	205
2.12 Bachelorarbeit.....	207
2.2 Praxissemester	209

1. Studienabschnitt [1.-3. Semester (Vollzeit)]

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Art und Dauer in Minuten (Gewichtung für Bildung der Modulendnote 1.0, wenn nichts anderes angegeben)	Prüfungen Zulassungsvoraussetzung	Studienbegleitende Leistungsnachweise	Gewichtung für die Bildung der Prüfungsgesamtnote (in %)	Leistungspunkte
1.1	Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken und Sprachkompetenz ⁷⁾	4	SU/Ü	schrP, 120			2,5	5
1.2	Betriebswirtschaftliche Grundlagen	4	SU/Ü	schrP, 90			2,5	5
1.3	Mikroökonomik	4	SU/Ü	schrP, 90			2,5	5
1.4	Modul Wirtschaftssprache ^{2) 7)}	4	SU/Ü			LN ¹	2,5	5
1.5	Quantitative Methoden	6	SU/Ü	schrP, 120			3,5	7
1.6	Digital Business Grundlagen						3,0	6
1.6.1	Grundlagen Digital Business	2	SU/Ü	schrP, 90 (0,5)				
1.6.2	Quantitative Datenanalyse	1	Pr			Computerbasierter Test 15-30 min. m.E./o.E.		
1.6.3	Enterprise Resource Planning	2	Pr	(0,5)		Computerbasierter Test 30-45 min.		
1.6.4	Geschäftsprozessmanagement	1	Pr			Computerbasierter Test 15-30 min. m.E./o.E.		
1.7	Investitions- und Finanzierungsentscheidungen	4	SU/Ü	schrP, 90			2,5	5
1.8	Wirtschaftsprivatrecht						3,0	6
1.8.1	Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen	2	Pr	schrP, 90 (0,3)				
1.8.2	Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung	4	SU/Ü	schrP, 90 (0,7)	1.8.1			

1.9	Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss						3,0	6
1.9.1	Buchführung	2	Pr	schrP, 90 (0,3)				
1.9.2	Bilanzierung und Jahresabschluss	4	SU/Ü	schrP, 90 (0,7)	1.9.1			
1.10	Kostenrechnung und Kostenmanagement	4	SU/Ü	schrP, 90			2,5	5
1.11	Operations Management	4	SU/Ü	schrP, 90			2,5	5
1.12	Steuern	4	SU/Ü	schrP, 90			2,5	5
1.13	Marketing ⁷⁾	4	SU/Ü	schrP, 90			2,5	5
1.14	Personal und Organisation	4	SU/Ü	schrP, 90			2,5	5
1.15	Projektmanagement bei Entrepreneurship-Projekten ⁷⁾	4	SU/Ü			Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten	2,5	5
Summe		68					40	80

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen		Studienbegleitende Leistungsnachweise	Gewichtung für die Bildung der Prüfungsgesamtnote	Leistungspunkte
				Art und Dauer in Minuten	Zulassungsvoraussetzung			
1.16	Grundpraktikum (8 Wochen) ⁷⁾		Pr			PrB ⁵⁾		10

2. Studienabschnitt [4.-7. Semester (Vollzeit)]

1 Lfd. Nr.	2 Module	3 SWS	4 Art der Lehr- veran- stalt- ung	5 Prüfungen		7 Studienbeglei- tende Leis- tungsnachweise	8 Gewichtung für die Bildung der Prüfungsge- samtnote (in %)	9 Leistungs- punkte
				Art und Dauer in Minuten (Gewich- tung für Bildung der Modulend- note 1.0, wenn nichts anderes angegeben)	Zulas- sungsvo- rausset- zung			
2.1	Strategic Management						5,0	8
2.1.1	Strategic Manage- ment ⁷⁾	3	SU/Ü	schrP, 90 (0,5)				
2.1.2	Strategic Management / Case Studies ⁷⁾	3	Pr			Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten (0,5)		
2.2	Makroökonomik	4	SU/Ü	schrP, 90			3,6	6
2.3	Studienschwerpunk- te ³⁾							
2.3.1	Studienschwerpunkt 1 ⁷⁾	12	SU/Ü			3 LN ¹⁾	10,8	18
2.3.2	Studienschwerpunkt 2 ⁷⁾	12	SU/Ü			3 LN ¹⁾	10,8	18
2.4	Projektseminar zum Studienschwerpunkt ⁶⁾ ⁷⁾	4	S			Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten	3,6	6
2.5	Module zur Fachwis- senschaftlichen Kom- petenz ^{4) 7)}	4	SU/Ü			2 LN ¹⁾	3,6	6
2.6	Module zur Sprach- und Sozialkompetenz ⁴⁾ ⁷⁾	4	SU/Ü			2 LN ¹⁾	3,6	6
2.7	Modul zur Nachhaltig- keitskompetenz ^{2) 7)}	2				1 LN ¹⁾	1,8	3
2.8	Projekt "Soziales En- gagement" ⁷⁾	2	SU/Ü			Präsentation 10-15 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 8-10 Seiten m.E./o.E.	-	3
2.9	Unternehmens- planspiel ⁷⁾	3	Pr			Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten	3,2	5

2.10	Betriebswirtschaftliches Vertiefungsseminar ⁷⁾	2	S	mdIP, 15-30			2,0	3
2.11	Seminar Wissenschaftliches Arbeiten ⁷⁾	2	Pr			schriftliche Ausarbeitung 8-10 Seiten m.E./o.E..	-	2
2.12	Bachelorarbeit ⁷⁾	-	BA		2.11		12,0	12
Summe		57					60	96

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen		Studienbegleitende Leistungsnachweise	Gewichtung für die Bildung der Prüfungsgesamtnote	Leistungspunkte
				Art und Dauer in Minuten	Zulassungsvoraussetzung			
2.2	Praktikum (20 Wochen) ⁷⁾		Pr			PrB ⁵⁾		24

Übersicht über die Zahl der Semesterwochenstunden (SWS), die Notengewichte für die Prüfungsgesamtnote sowie die Summe der Leistungspunkte:

Studienabschnitt	SWS	Gewichtung für die Bildung der Prüfungsgesamtnote (in %)	Leistungspunkte
Theoretische Module des 1. Studienabschnitts [1.-3. Semester (Vollzeit)]	68	40	80
Grundpraktikum	-		10
Theoretische Module des 2. Studienabschnitts [4.-7. Semester (Vollzeit)]	57	60	96
Praxissemester	-	-	24
Summe	125	100	210

Fußnoten:

- 1) Bei dem Leistungsnachweis handelt es sich alternativ um eine schriftliche Prüfung, um eine mündliche Prüfung oder um eine Seminararbeit. Das Nähere wird vom Fakultätsrat im Modulhandbuch festgelegt. Jeder einzelne Leistungsnachweis muss mit mindestens ausreichender Bewertung bestanden sein.
- 2) Es ist 1 Modul aus dem angebotenen Katalog zu wählen. In dem Modul ist ein Leistungsnachweis zu erbringen.

- 3) Von den Studierenden sind aus allen angebotenen Schwerpunkten zwei Studienschwerpunkte zu wählen. Aufnahme im Zeugnis mit Schwerpunktbezeichnung wie im Modulhandbuch aufgeführt. Folgende Studienschwerpunkte stehen zur Auswahl:
 - Automotive und Mobility Management
 - Controlling und Finance
 - Digital Business
 - HR Management und CSR
 - Marketing und Sales
 - Operations und Supply Chain Management
 - Technologie, Innovation, Entrepreneurship
 - Unternehmensbesteuerung und Rechnungslegung
 - International Management
- 4) Es sind 2 Module aus dem angebotenen Katalog zu wählen. In jedem Modul ist ein Leistungsnachweis zu erbringen.
- 5) Bewertung durch das Prädikat "mit Erfolg abgelegt" oder "ohne Erfolg abgelegt". Der Leistungsnachweis muss bestanden sein. Der Umfang des Praxisberichts ohne Deckblatt beträgt mindestens acht Seiten, davon maximal zwei Seiten Abbildungen oder Tabellen.
- 6) Auswahl aus allen angebotenen Schwerpunkten. Aufnahme im Zeugnis mit Schwerpunktbezeichnung. Näheres wird vom Fakultätsrat festgelegt.
- 7) Die Module können alternativ auch in englischer Sprache angeboten werden. Das Nähere wird vom Fakultätsrat im Modulhandbuch festgelegt.

Abkürzungsverzeichnis

BA	Bachelorarbeit
LN	Leistungsnachweis
m.E./o.E.	mit Erfolg / ohne Erfolg abgelegt
mdIP	mündliche Prüfung
Pr	Praktikum
PrB	Praktikumsbericht
S	Seminar
schrP	schriftliche Prüfung
SU/Ü	Seminaristischer Unterricht mit Übung
SWS	Semesterwochenstunden
Ü	Übung

Prüfungsart

schrP schriftliche Prüfung: Die schriftliche Prüfung ist eine Klausur im Umfang von 90 Minuten sofern nicht explizit etwas anderes bestimmt ist.

mdIP mündliche Prüfung: Bei der mündlichen Prüfung handelt es sich um eine Befragung im Umfang von 15 Minuten pro Person sofern nicht explizit etwas anderes bestimmt ist.

prP Praktische Prüfung: Anhand "realer Handlungen" des Studierenden soll nachgewiesen werden, dass der Studierende die praxisbezogene Anwendung der vermittelten Kompetenzen beherrscht. Die Praktische Prüfung beträgt 15 Minuten sofern nicht explizit etwas anderes bestimmt ist.

StA Studienarbeit: Bei der Studienarbeit handelt es sich um eine Hausarbeit ohne mündliche Präsentation. Eine Hausarbeit umfasst mindestens 3000 bis höchstens 6000 Wörter (ca. 10 bis 20 Seiten: Textverarbeitungsdokument ca. 8 bis 15 Seiten oder Präsentation ca. 15 bis 20 Seiten).

SA Seminararbeit: Die Seminararbeit ist eine Hausarbeit mit mündlicher Präsentation. Eine Hausarbeit umfasst mind. 3000 bis höchstens 6000 Wörter (ca. 10 bis 20 Seiten: Textverarbeitungsdoku-

ment ca. 8 bis 15 Seiten oder Präsentation ca. 15 bis 20 Seiten). Die mündliche Präsentation hat einen Umfang von insgesamt 15 Minuten und kann auch während des Semesters erfolgen.

3. Vorrückungsvoraussetzungen für Vollzeitstudium

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Betriebswirtschaft gültig für Studierende mit Studienbeginn ab WS 2019/20 (SPO - Vollzeit) in Verbindung mit der Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Ingolstadt (APO) beinhaltet folgende Vorrückungsvoraussetzungen (siehe §7 SPO i.V.m. §15 Abs.1 APO):

- 1) „Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.“
- 2) „Bis zum Ende des dritten Fachsemesters sind alle Prüfungsleistungen des ersten und zweiten Studiensemesters zu erbringen. Werden die Prüfungsleistungen des ersten und zweiten Studiensemesters nicht bis zum Ende des dritten Fachsemesters erbracht, gelten die noch nicht erbrachten Prüfungsleistungen als erstmals abgelegt und nicht bestanden.“
- 3) „Der Eintritt in das praktische Studiensemester setzt neben dem vollen Erbringen der Leistungspunkte aus dem ersten und zweiten Studiensemester die Erbringung von mindestens 20 ECTS-Leistungspunkten aus dem dritten und vierten Studiensemester sowie die erfolgreiche Ableistung des Grundpraktikums voraus.“

Zu 1) Es wird darauf hingewiesen, dass zum ersten Studienabschnitt neben den Fächern des 1./2./3. Semesters auch das abzuleistende Grundpraktikum von 8 Wochen gehört. Nur für das vollständige Ableisten des Grundpraktikums erhält man 10 ECTS-Leistungspunkte.

Zu 2) Folgende Fächer zählen zum ersten und zweiten Studiensemester:

- 1.1 Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken und Sprachkompetenz
- 1.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen
- 1.3 Mikroökonomik
- 1.4 Modul Wirtschaftssprache
- 1.5 Quantitative Methoden
- 1.6 Digital Business Grundlagen
- 1.7 Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
- 1.8 Wirtschaftsprivatrecht
- 1.9 Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss
- 1.10 Kostenrechnung und Kostenmanagement

Es wird darauf hingewiesen, dass das Fach „1.9.1 Buchführung“ Zulassungsvoraussetzung für „1.9.2 Bilanzierung und Jahresabschluss“ und das Fach „1.8.1 Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen“ Zulassungsvoraussetzung für „1.8.2 Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung“ sind. Dies bedeutet, dass „1.9.1 Buchführung“ und „1.8.1 Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen“ spätestens im zweiten Semester erfolgreich abgelegt sein müssen, möchte man nicht mit der Vorrückungsvoraussetzung Nr. 2 in Konflikt kommen.

Zu 3) Folgende Fächer zählen zum dritten Studiensemester:

- 1.11 Operations Management
- 1.12 Steuern
- 1.13 Marketing
- 1.14 Personal und Organisation
- 1.15 Projektmanagement für Entrepreneurship-Projekte

Das Grundpraktikum ist dem ersten Studienabschnitt zuzurechnen, und in der vorlesungsfreien Zeit bis zum Ende des 3. Semesters abzulegen.

Folgende Fächer zählen zum vierten Studiensemester:

2.3 Alle Fächer der Studienschwerpunkte (lfd. Nr. 2.3.1 bis einschließlich 2.3.2)

2.1.1 Strategic Management

2.8 Projekt "Soziales Engagement"

2 Wahlpflichtfächer á 3 ECTS aus den Modulen zur Fachwissenschaftlichen Kompetenz, zur Sprach- und Sozialkompetenz oder zur Nachhaltigkeitskompetenz

4. Empfohlener Studienablauf für Nicht-Verbundstudierende und Verbundstudierende

Der Studienablauf ist von den einschlägigen Bestimmungen der Studien- und Prüfungsordnung beeinflusst. Bitte beachten Sie hierbei, dass der empfohlene Studienablauf ein Studium in 7 Semestern vorsieht. Werden Lehrveranstaltungen in verschiedenen Semestern ausgewiesen, sind diese in einem Semester empfohlen; optional können Fächer vorgezogen oder ergänzend in das Angebot aufgenommen werden. Pro Semester soll das Studienprogramm ein Volumen von 30 ECTS-Punkten umfassen. Weiter beinhaltet der empfohlene Studienablauf ein mögliches Auslandsstudium bzw. -praktikum.

Sem.	Empfohlene Fächer (Mindestprogramm)	SWS	ECTS*	Prüfung	Sonst. Hinweise
1.	1.1a Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken	2	(2,5)	1.1a und 1.1b gemeinsame Prüfung: schrP, 120	Ggfs. Vorziehen von Fächern aus dem 2./3. Semester, soweit Plätze frei sind und sie überschneidungsfrei angeboten werden.
	1.1b Wirtschaftsenglisch Correspondence (Sprachkompetenz)	2	(2,5)		
	1.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen	4	5	schrP, 90	
	1.3 Mikroökonomik	4	5	schrP, 90	
	1.5 Quantitative Methoden	6	7	schrP, 120	
	1.6.1 Grundlagen Digital Business	2	(2)	schrP, 90	
	1.6.2 Quantitative Datenanalyse	1	(1)	Computerbasierter Test 15-30 min. m.E./o.E.	
	1.8.1 Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen	2	(2)	schrP, 90	
	1.9.1 Buchführung	2	(2)	schrP, 90	
	Summe 1. Semester	25	29		
2.	1.4 Modul Wirtschaftssprache	4	5	LN ¹⁾	Ggfs. Vorziehen von Fächern aus dem 3. Semester, soweit Plätze frei sind und sie überschneidungsfrei angeboten werden.
	1.6.3 Enterprise Resource Planning	2	(2)	Computerbasierter Test 30-45 min.	
	1.6.4 Geschäftsprozessmanagement	1	(1)	Computerbasierter Test 15-30 min. m.E./o.E.	
	1.7 Investitions- und Finanzierungsentscheidungen	4	5	schrP, 90	
	1.8.2 Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung	4	(4)	schrP, 90	
	1.9.2 Bilanzierung und Jahresabschluss	4	(4)	schrP, 90	
	1.10 Kostenrechnung und Kostenmanagement	4	5	schrP, 90	
	1.16 Grundpraktikum Teil 1	-	(5)		
	Summe 2. Semester	23	31		
3.	1.11 Operations Management	4	5	schrP, 90	Ggfs. Vorziehen von Fächern aus dem 2. Studienabschnitt, soweit schon 63 ECTS erreicht wurden. Auslandsstudium optional
	1.12 Steuern	4	5	schrP, 90	
	1.13 Marketing	4	5	schrP, 90	
	1.14 Personal und Organisation	4	5	schrP, 90	
	1.15 Projektmanagement bei Entrepreneurship-Projekten	4	5	Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten	
	1.16 Grundpraktikum Teil 2	-	(5)	Nach Abschluss: PrB ²⁾	
	Summe 3. Semester	20	30		

Sem.	Empfohlene Fächer (Mindestprogramm)	SWS	ECTS*	Prüfung	Sonst. Hinweise
4.	2.3.1 Studienschwerpunkt 1 – zwei Pflichtmodule	8	12	2 LN ¹⁾	Auslandsstudium optional
	2.3.2 Studienschwerpunkt 2 – ein Pflichtmodul	4	6	1 LN ¹⁾	
	2.1.1 Strategic Management	3	(4)	schrP, 90	
	2.8 Projekt "Soziales Engagement"	2	3	Präsentation 10-15 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 8-10 Seiten m.E./o.E.	
	2 Wahlpflichtfächer á 3 ECTS aus den Modulen zur Fachwissenschaftlichen Kompetenz, zur Sprach- und Sozialkompetenz oder zur Nachhaltigkeitskompetenz	4	6	2 LN ¹⁾	
	Summe 4. Semester	21	31		
5.	2.3.1 Studienschwerpunkt 1 – ein Pflichtmodul	4	6	1 LN ¹⁾	Auslandsstudium / -praktikum optional
	2.3.2 Studienschwerpunkt 2 – zwei Pflichtmodule	8	12	2 LN ¹⁾	
	2.1.2 Strategic Management Case Studies	3	(4)	Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten	
	2.2 Makroökonomik	4	6	schrP, 90	
	2.11 Seminar Wissenschaftliches Arbeiten	2	2	schriftliche Ausarbeitung 8-10 Seiten m.E./o.E.	
	Summe 5. Semester	21	30		
6.	2.2 Praktikum	-	24	Nach Abschluss: PrB ²⁾	Auslandspraktikum optional, falls Praxissemester noch nicht absolviert wurde
	2.9 Unternehmensplanspiel	3	5	Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten	
	Summe 6. Semester	3	29		
7.	2.10 Betriebswirtschaftliches Vertiefungsseminar	2	3	mdIP, 15-30	
	2.4 Projektseminar zu einem Studienschwerpunkt	4	6	Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten	
	2.12 Bachelorarbeit	-	12		
	3 Wahlpflichtfächer á 3 ECTS aus den Modulen zur Fachwissenschaftlichen Kompetenz, zur Sprach- und Sozialkompetenz oder zur Nachhaltigkeitskompetenz	6	9	3 LN ¹⁾	
	Summe 7. Semester	12	30		

* in Klammern angegeben, wenn die ECTS erst auf das komplett abgeschlossene Modul vergeben werden wie z.B. beim Modul 1.6 „Digital Business Grundlagen“

- 1) Bei dem Leistungsnachweis handelt es sich alternativ um eine schriftliche Prüfung, um eine mündliche Prüfung oder um eine Seminararbeit. Das Nähere wird vom Fakultätsrat im

Modulhandbuch festgelegt. Jeder einzelne Leistungsnachweis muss mit mindestens ausreichender Bewertung bestanden sein.

2) Praktikumsbericht

5. Module der Virtuellen Hochschule Bayern

Folgende Kurse der „Virtuellen Hochschule Bayern“ (vhb) können als Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach angerechnet werden:

- European and International Monetary Law-
- Internetkompetenz: Intranet-Grundlagen
- Internetkompetenz: Webdesign 1
- Internetkompetenz: Webdesign 2
- Internetkompetenz: Webdesign 3
- Mathematik I / Wirtschaftsmathematik
- Scientific Writing

Folgende Kurse der „Virtuellen Hochschule Bayern“ (vhb) können als Wahlpflichtfach zur Sprach- und Sozialkompetenz angerechnet werden:

- Angewandte Schreibkompetenz
- Gender Studies
- Stress und Stressbewältigung

Folgende Kurse der „Virtuellen Hochschule Bayern“ (vhb) können als Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz angerechnet werden:

- Fallstudien zur Unternehmensethik
- Markt - Macht – Moral
- Nachhaltigkeit durch Logistik und Informationsverarbeitung

Nähere Informationen zu Inhalten, Lernzielen, Prüfungsterminen, Prüfungsform und Prüfungsort finden Sie unter www.vhb.org. Wenn Sie an dem Kurs teilnehmen möchten, müssen Sie sich dazu bei der vhb anmelden, eine Prüfungsanmeldung an der THI ist nicht nötig. Nach bestandener Prüfung kommen Sie mit dem benoteten Zertifikat des Prüfers und einem Anrechnungsbogen zur Unterschrift auf den Studiengangleiter zu. Anschließend laden Sie die Dokumente in PRIMUSS für die Anrechnung hoch. Bitte beachten Sie, dass eine reine Teilnahmebestätigung für eine Anrechnung nicht ausreicht.

Möchten Sie einen **anderen Kurs der vhb** als die oben genannten angerechnet bekommen, wenden Sie sich **vor Beginn des Kurses** an den Studiengangleiter um abzuklären, ob der Kurs angerechnet werden kann.

Bitte beachten Sie, dass **keine Kurse mit Online-Prüfungen angerechnet** werden. Die vhb-Kurse „Verstehen und Einschätzen empirischer Ergebnisse (VEMPIRIE)“, „Verhandlungsführung, Konfliktmanagement und Mediation“ sowie „Vertragsgestaltung und Vertragsmanagement“ können daher nur angerechnet werden, wenn eine Präsenzprüfung an der anbietenden Universität/Hochschule abgelegt wurde.

Achtung: Die Ausstellung der benoteten Zertifikate nach erfolgter Prüfung an der VHB dauert erfahrungsgemäß einige Zeit und zieht sich häufig bis ins nächste Semester. Wir empfehlen deshalb, Kurse der VHB nicht im letzten Semester des Studiums zu besuchen, da dies zu einer Verlängerung des Studiums führen kann! Möchten Sie trotzdem im letzten Semester des Studiums Veranstaltungen der VHB besuchen, nehmen Sie unbedingt Kontakt zum jeweiligen Dozenten des Kurses auf, damit ggfs. die Ausstellung des Zertifikats beschleunigt werden kann.

6. Virtuelles Fach „International Experience an Summer Schools“

Es besteht die Möglichkeit, sich die erfolgreiche Teilnahme an einer Summer School als FW-/SW-/NW-Fach (abhängig vom besuchten Fachgebiet) anerkennen zu lassen. Auf dem Zertifikat/Transkript, das Sie von der Hochschule für die Teilnahme erhalten, müssen Fach und ECTS/credits erkenntlich sein.

Bitte gehen Sie hierzu vor dem Auslandsaufenthalt auf den Internationalisierungsbeauftragten, Prof. Augsdorfer (peter.augsdorfer@thi.de) zu, um mit ihm ein Learning Agreement zu vereinbaren. Nach bestandener Teilnahme reichen Sie dies zusammen mit dem Zertifikat/Transkript bei ihm für die Anrechnung ein.

Das International Office (IO) informiert auf seinen Seiten über die Summer School-Angebote aller Partnerhochschulen.

Auch an der Technischen Hochschule Ingolstadt wird eine Summer School angeboten. Dort absolvierte Kurse können ebenfalls als FW-/SW-/NW-Fach (abhängig vom besuchten Fachgebiet) angerechnet werden. Bitte wenden Sie sich, wenn Sie dort Fächer belegen und anrechnen lassen möchten, vor der Teilnahme an den Studiengangleiter.

7. Einführende Erläuterungen zu den Modulbeschreibungen

1. Übergeordnete Rechtsvorschriften

Der Studienplan erläutert den Ablauf des Studiums im Einzelnen und die beschreibt detailliert die einzelnen Module. Übergeordnet zum Studienplan wird auf die gültige Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs sowie die gültige Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen in Bayern hingewiesen.

2. Häufigkeit des Angebots

Die Häufigkeit des Angebots wird in jeder Modulbeschreibung unter „Häufigkeit des Angebots des Moduls“ ausgewiesen. Insbesondere bei den Schwerpunktmodulen sowie den FW-/SW-/NW-Fächern richtet sich das Angebot nach dem Bedarf, der jedes Semester berechnet wird, so dass es dort teilweise wechselnde Angebotssemester gibt.

3. Studienschwerpunktangebote

Schwerpunkt-Angebot
AM-Module = Automotive und Mobility Management
CF-Module = Controlling und Finance
DB-Module = Digital Business
HR-Module = HR Management und CSR
MS-Module = Marketing und Sales
OM-Module = Operations und Supply Chain Management
TIE-Module = Technologie, Innovation, Entrepreneurship
UR-Module = Unternehmensbesteuerung und Rechnungslegung
IM-Module* = International Management

* IM-Module können an Partnerhochschulen absolviert werden.

Es werden nach Bedarf jeweils ausreichend Module pro Schwerpunkt in jedem Semester angeboten.

4. Voraussetzung für die Teilnahme

Voraussetzungen für die Teilnahme sind in den Zulassungsvoraussetzungen angegeben. In diesem Zusammenhang wird ausdrücklich auf die gültige Studien- und Prüfungsordnung hingewiesen.

5. Verwendbarkeit des Moduls

Die Verwendbarkeit des Moduls ist auf den Studiengang Betriebswirtschaft beschränkt. Sollte das Modul auch für andere Studiengänge verwendbar sein, wird dies gesondert angegeben.

8. Modulbeschreibungen

1.1 Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken und Sprachkompetenz						
Modulbezeichnung	Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken und Sprachkompetenz			Modulnummer	1.1	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	BW_BAT_: Lösel, Walter; Schmidt, Werner; <u>Lieske, Claudia</u> ; Zellner, Elisabeth BW_WIENGCOR_: Heigemeir, Andrea; Schlereth, Christina					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken und Sprachkompetenz (BW_AT-SK) Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken (BW_BAT_) Wirtschaftsenglisch Correspondence (BW_WIENGCOR_)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken: Die Studierenden können: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken anwenden wie z.B. Lernorganisation, Zeit- und Selbstmanagement, Problemlösungstechniken. • Recherchetechniken ausführen und anwenden. Wirtschaftsenglisch Correspondence: Die Studierenden können: <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Korrespondenzen in verschiedenen betriebswirtschaftlichen Themen in englischer Sprache durchführen 					
Inhalte des Moduls	Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken: <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die betriebswirtschaftlichen Grundlagen • Betriebliche Praxis: Exkursion mit Betriebsanalyse • Einführung in betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken • Betriebswirtschaftliche Recherchetechniken und Wissensmanagement • Planspiel Wirtschaftsenglisch Correspondence: Selected business correspondence topics:					

	<ul style="list-style-type: none"> • International Trade • Terms and conditions of international business • Letters of enquiry • Offers of products and services for sale • Ordering goods and services • Writing and dealing with complaints–customer service (CRM) • Job Applications: CVs and cover letters
Hinweis	
Literatur	<p>Betriebswirtschaftliche Arbeitstechniken:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BASTIAN, Jasmin und Lena GROß-MLYNEK, 2019. Lernen und Wissen: der richtige Umgang mit Information im Studium. 3. Auflage. Konstanz: UTB. ISBN 978-3-8385-5099-2 • STICKEL-WOLF, Christine und Joachim WOLF, 2016. Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: erfolgreich studieren - gewusst wie! 8. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-11116-8 • LEITNER, Sebastian, 2011. So lernt man lernen: der Weg zum Erfolg. 18. Auflage. Hamburg: Nikol. ISBN 978-3-86820-115-4 • SEIWERT, Lothar, 2014. Das neue 1 x 1 des Zeitmanagement. 3. Auflage. München: Gräfe und Unzer. ISBN 978-3-8338-3859-0 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BIRKENBIHL, Vera, 2019. Prüfungen bestehen: gezielte Vorbereitung durch gehirn-gerechtes Lernen. München: mvgverlag. ISBN 978-3-7474-0035-7 <p>Wirtschaftsenglisch Correspondence:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ABEGG, Birgit und Michael BENFORD, 2000. Communication for business: short course; Kurzlehrgang englische Handelskorrespondenz und Bürokommunikation. 1. Auflage. Ismaning: Hueber. ISBN 3-19-002695-5 • COTTON, David und David FALVEY, 2011. Upper Intermediate Business English Course Book. • MYENGLISHLAB. ohne Lizenz. ISBN nähere Informationen folgen in der ersten Lehrveranstaltung <p>Empfohlen:</p> <p>Keine</p>

1.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen						
Modulbezeichnung	Betriebswirtschaftliche Grundlagen		Modulnummer	1.2		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Bauer, Mathias; Büchl, Reinhard; <u>Jünger, Michael</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Betriebswirtschaftliche Grundlagen (BW_BWL)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt. Dies gilt insbesondere für das Modul 2.10 „Betriebswirtschaftliches Vertiefungsseminar“.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aussagen über Erkenntnisobjekt, theoretische Ansätze und die Differenzierung der Betriebswirtschaftslehre treffen. • Unternehmen als Träger des Wirtschaftens anhand unterschiedlicher Kriterien klassifizieren. • die Aufgaben der betrieblichen Funktionsbereiche benennen und ihr Zusammenwirken erkennen. • die Abhängigkeit unternehmerischer Entscheidungen von der wirtschaftlichen, juristischen, politischen, gesellschaftlichen und ökologischen Umweltsituation erkennen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe, Theorieansätze und Einteilung der Betriebswirtschaftslehre • Die Betriebswirtschaftslehre als Managementlehre • Unternehmensziele und betriebswirtschaftliche Unternehmenskennzahlen • Unternehmen und ihre Umwelt • Konstitutive Entscheidungen von Unternehmen • Rechtsformen von Unternehmen • Unternehmenskooperationen und -konzentrationen • Sanierung, Insolvenz und Liquidation von Unternehmen • Betriebliche Grundfunktionen: Material-, Produktions- und Absatzwirtschaft • Betriebliche Querschnittsfunktionen: Personal-, Kapital-, Organisations- und Informationswirtschaft • Abwicklung von Geschäftsprozessen 					
Hinweis						

Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none">• JUNG, Hans, 2016. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 13., aktual. Auflage. München: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-763768• THOMMEN, Jean-Paul und Ann-Kristin ACHLEITNER, 2017. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. 8., vollst. überarb. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3658077679 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• LITERATUREMPFEHLUNGEN ERFOLGEN IN DER LEHRVERANSTALTUNG
------------------	---

1.3 Mikroökonomik						
Modulbezeichnung	Mikroökonomik			Modulnummer	1.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Clostermann, Jörg</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Mikroökonomik (BW_MikÖ)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden in Makroökonomik vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Theorem der komparativen Kosten verstehen und anwenden • den Unterschied zwischen Angebots- und Nachfrageveränderungen erkennen • Nachfrage- und Angebotsänderung hinsichtlich der Wirkungen auf Absatz, Preise und Umsätze beurteilen • Elastizitäten interpretieren und Veränderungen derselben hinsichtlich der Wirkungen auf Absatz, Preise und Umsätze beurteilen • die wohlfahrtsökonomische Analyse auf Steuern, Subventionen, Exporte und Importe anwenden • Kostenarten und -verläufe unterscheiden und interpretieren • verschiedenen Marktformen definieren und das unterschiedliche Marktverhalten der Unternehmen erkennen und analysieren • optimale Produktionsentscheidungen vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation vorbereiten und implementieren • die Notwendigkeit von Staatseingriffen erkennen, evaluieren und wohlfahrtsökonomisch beurteilen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Die "Grundgesetze" der VWL • Theorem der komparativen Kosten • Bestimmungsfaktoren von Angebot / Nachfrage, Elastizitäten, Steuern / Subventionen • Wohlfahrtsökonomische Betrachtung der Märkte, insbesondere von Steuern, Subventionen und Freihandel • Preis- und Marktverhalten von Unternehmen: Kostenfunktion, Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistischer Wettbewerb 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Der öffentliche Sektor: Externe Effekte und Umweltpolitik, Öffentliche Güter <p>DIESE VERANSTALTUNG WIRD AUF VIDEO AUFGEZEICHNET:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mit Betreten des Veranstaltungsraums nehmen Sie Kenntnis von der Aufzeichnung der Veranstaltung. Diese Aufzeichnung kann öffentlich zur Verfügung gestellt werden. • Sie willigen mit dem Betreten des Raumes in die möglicherweise erfolgende, unbeabsichtigte Aufnahme Ihrer Person ein. • Soweit individualisierbare Wortbeiträge Ihrerseits Bestandteil der Finalversion der Aufzeichnung sind, können Sie innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Finalversion und Ihrer Kenntnisnahme schriftlich bei dem Dozenten widersprechen. Dann wird ihr Beitrag gelöscht, soweit Sie innerhalb der Gruppe individualisierbar sind und der Beitrag Ihnen direkt zugeordnet werden kann. • Die Aufzeichnung endet mit Veranstaltungsende.
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MANKIW, Nicholas Gregory, Mark P. TAYLOR und Marco HERRMANN, 2018. Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 7. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-4142-1; 3-7910-4142-8 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PINDYCK, Robert S. und Daniel L. RUBINFELD, 2018. Microeconomics. N. Auflage. New York: Pearson. ISBN 978-0-13-418424-1, 0-13-418424-6

1.4 Wirtschaftswissenschaften Communication						
Modulbezeichnung	Wirtschaftswissenschaften Communication		Modulnummer	1.4		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Binder, Nicole; Kotowich, Timothy; <u>McDonald, James</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Allgemeines Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftswissenschaften Communication (BW_WIENGCOM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Niveau Englisch B2 wird vorausgesetzt.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • handle various situations they might encounter in today's business world, including meetings, negotiations and telephoning • give a presentation on a current international business topic and lead a discussion on the topic. • become aware of presentation skills including effective structuring, body language, time management and describing business trends • use visual aids for effective presentation of business content including statistics and numbers • develop Business English vocabulary 					
Inhalte des Moduls	<p>Selected business skills, for example:</p> <ul style="list-style-type: none"> • presentations • meetings and negotiations • interviews • telephoning <p>Selected current business topics, companies and events.</p> <p>The instructor can suggest topics for student presentations, but students are encouraged to choose their own presentation topic.</p>					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SWEENY, Simon, 2012. English for Business Communication. 2. Auflage. Cambridge: Cambridge Univ. Press. ISBN 0 521 75 449 6 (student's book) 					

	<p>978-0-521-75449-1, 978-3-12-539135-2</p> <ul style="list-style-type: none">• COTTON, David, David FALVEY und Simon KENT, 2016. Market leader: Upper Intermediate Business English course book. 3. Auflage. Harlow, Essex, England: FT Publishing Financial Times. ISBN 978-1-292-13481-9 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• MYENGLISHLAB, ONLINE LIZENZ; NÄHERE INFORMATIONEN FOLGEN IN DER ERSTEN LEHRVERANSTALTUNG
--	--

1.4 Wirtschaftsfranzösisch						
Modulbezeichnung	Wirtschaftsfranzösisch			Modulnummer	1.4	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Witschel, Laura Valérie</u>					
Lehrsprache	Französisch					
Art der Lehrveranstaltung	Allgemeines Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsfranzösisch (WIFRA_BW)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Niveau Französisch B1 wird vorausgesetzt.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse für andere fremdsprachige Veranstaltungen im Studiengang.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • have improved their French communication skills by doing extensive text work • are able to implement current business topics • deepened their knowledge of general issues as well as in the area of marketing and finance 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Large French business enterprises and the French Industry • History of a family enterprise • Organizational chart – Work in different levels of a family enterprise • Different types of companies (legal status) • The application process: CV and cover letter • The application process: a traditional job application, an unsolicited application, an online application, • commercialization of a product • Marketing • Promotion of sales • Public relations • The distribution process • Methods of payment – banking and finance • Business loans • Accounting • Financial Accounting • The fiscal system • Current topics, class discussions and presentations 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Grammar: past tense, passive voice, future tense, conditional tense, pronouns • The conditional, the subjunctive
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PENFORNIS, Jean-Luc, 2013. Vocabulaire progressif du français des affaires / [1]. [Livre]: avec 250 exercices. ISBN 978-2-09-038143-6; 978-3-12-529857-6 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRÉGOIRE, Maïa und Odile THIÉVENAZ, 2014. Grammaire progressive du français. [4, 1]. [Hauptband]: niveau intermédiaire; mit 680 Übungen. 1. Auflage. ISBN 978-3-12-529854-5

1.4 Wirtschaftsspanisch						
Modulbezeichnung	Wirtschaftsspanisch			Modulnummer	1.4	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Benito Miranda, Ana Maria</u>					
Lehrsprache	Spanisch					
Art der Lehrveranstaltung	Allgemeines Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsspanisch (BW_WISPAN)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Niveau Spanisch B1 wird vorausgesetzt.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse für andere fremdsprachige Veranstaltungen im Studiengang.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand and use sentences used in real life situations • handle basic business situations and have gained some insight into business communication • cope with cultural differences and intercultural aspects • apply their everyday vocabulary and have a better insight into the grammar. 					
Inhalte des Moduls	<p>Knowledge of Spanish grammatical structures:</p> <ul style="list-style-type: none"> • direct / indirect pronouns, orthography, Phonetic, Prepositions, etc. • different verb tenses, including: Pretérito imperfecto, pretérito indefinido, condicional simple, pretérito pluscuamperfecto, subjuntivo, affirmative / negation imperative, futuro simple. • They also practiced reporting experiences/events in the past tense, expressing opinion, talking about plans, accept them and reject them, making suggestions, expressing wishes, expressing doubt, etc. 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • POZO VICENTE, Cristina und Núria XICOTA TORT, 2016. Universo.ELE B1. ISBN 978-3-19-254334-0 <p>Empfohlen: Keine</p>					

1.5 Quantitative Methoden						
Modulbezeichnung	Quantitative Methoden			Modulnummer	1.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	BW_QM 1: <u>Bernhard, Anna</u> ; Kempf, Axel BW_QM 2: <u>Ruschinski, Monika</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Quantitative Methoden (BW_QM) Quantitative Methoden 1 (BW_QM 1) Quantitative Methoden 2 (BW_QM 2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt. Äquiva- lent zu IG-B: Quantitative Methoden (IG)					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	6	7	70 h	0 h	105 h	175 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Quantitative Methoden 1: Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die für das mittlere und höhere Management erforderlichen statistisch-mathematischen Methoden überblicken. • Zins- und Zinseszinsrechnungen durchführen. • Einen Sparplan differenziert nach Einzahlungsrythmus und Einzahlungsdauer aufstellen. • Einen Rentenplan differenziert nach Einzahlungsrythmus und Einzahlungsdauer aufstellen. • Eine Barwertberechnung durchführen. • Einen Tilgungsplan differenziert nach Einzahlungsrythmus und Einzahlungsdauer aufstellen. • die grundlegenden Methoden der deskriptiven Statistik anwenden. • die Relevanz der Konzepte der deskriptiven Statistik für Probleme der Praxis erkennen. • Methoden der deskriptiven Statistik angemessen einsetzen und die Ergebnisse fundiert bewerten. • Verschiedene Lage- und Streuungsparameter berechnen und interpretieren. • Eine Konzentrationsberechnung durchführen und interpretieren. • Zusammenhangsmaße für nominale, ordinale und metrische Merkmale berechnen und interpretieren. • Eine multiple Korrelations-/Regressionsberechnung durchführen, selektieren und interpretieren. 					

	<p>Quantitative Methoden 2:</p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zufallsprozesse mit Hilfe der Wahrscheinlichkeitsrechnung analysieren • Zufallsvariablen durch Wahrscheinlichkeits- und Verteilungsfunktion definieren • stochastische Modelle und spezielle Verteilungen adequat einsetzen • die grundlegenden Methoden der induktiven Statistik anwenden • die Relevanz der Konzepte der induktiven Statistik für Probleme der Praxis erkennen • Methoden der induktiven Statistik angemessen einsetzen und die Ergebnisse fundiert bewerten.
Inhalte des Moduls	<p>Quantitative Methoden 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exponentialfunktion • Logarithmus • Zins- und Zinseszinsrechnungen • Renten und Barwertberechnung • Annuitätentilgung und Tilgungsrechnung • Grundlegende Begriffe der deskriptiven Statistik, insbesondere Merkmale, Merkmalsausprägung, Skalierung, empirische Verteilungen, Häufigkeiten, Analysemethoden • Beschreibung und Analyse von Daten • Mittelwerte, Streuungsmaße, Konzentrationsmaße, Korrelationsmaße, Indizeszahlen, Zeitreihenanalyse • Lineare Einfachregression • Multiple Regression <p>Quantitative Methoden 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Wahrscheinlichkeitstheorie • Konzeptionen und Wahrscheinlichkeitskalkulationen • Zufallsvariablen und Verteilungen von Zufallsvariablen • Stochastische Modelle und spezielle Verteilungen • Parameterschätzungen und Hypothesentests
Hinweis	
Literatur	<p>Quantitative Methoden 1:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TIETZE, Jürgen, 2015. Einführung in die Finanzmathematik: Klassische Verfahren und neuere Entwicklungen: Effektivzins- und Renditeberechnung, Investitionsrechnung, Derivative Finanzinstrumente [online]. Wiesbaden: Springer Spektrum PDF e-Book. ISBN 978-3-658-07156-1, 3-658-07156-7. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-07157-8. • BOURIER, Günther, 2018. Beschreibende Statistik: praxisorientierte Einführung, mit Aufgaben und Lösungen [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-21486-9. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-21486-9. <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PURKERT, Walter, 2014. Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-8348-2325-0, 978-3-8348-1932-1. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-8348-2325-0. • TIETZE, Jürgen, 2015. Übungsbuch zur Finanzmathematik: Aufgaben, Testklausuren und ausführliche Lösungen [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-09074-6, 978-3-658-09073-9. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-09074-6. • BOURIER, Günther, 2014. Statistik-Übungen: beschreibende Statistik, Wahrscheinlichkeitsrechnung, schließende Statistik [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-05994-1, 978-3-658-05995-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-05995-8.

	<p>Quantitative Methoden 2:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BOURIER, Günther, 2018. Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik: praxisorientierte Einführung - mit Aufgaben und Lösungen. 9. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-07480-7, 3-658-07480-9 • BOURIER, Günther, 2018. Statistik-Übungen: beschreibende Statistik - Wahrscheinlichkeitsrechnung - schließende Statistik [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-23635-9. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-23635-9. <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SCHIRA, Josef, 2016. Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis. 5. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86326-789-6 • WEWEL, Max-Christoph, 2014. Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL: Methoden, Anwendungen, Interpretation. 3. Auflage. Hallbergmoos/Germany: Pearson. ISBN 978-3-86894-220-0, 3-86894-220-3 • BÄRTL, Mathias, August 2017. Statistik Schritt für Schritt: das Lehrbuch vom Autor des YouTube-Kanals "Kurzes Tutorium Statistik". 2. Auflage. [Offenburg]: Kindle direct publishing. ISBN 9781520186832 • BÄRTL, Mathias, Oktober 2016. Klausur-Coach Statistik: das Aufgabenbuch vom Autor des YouTube-Kanals "Kurzes Tutorium Statistik". 1. Auflage. [Offenburg]: Kindle direct publishing. ISBN 9781520453538
--	--

1.6 Digital Business Grundlagen						
Modulbezeichnung	Digital Business Grundlagen			Modulnummer	1.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	BW_GDB: <u>Schmidt, Werner</u> ; Schneider, Michael BW_QD: <u>Dizdarevic, Amela</u> BW_ERP: Kaufmann, Eva Maria; Längst, Reiner; <u>Weichselsdorfer, Kerstin</u> BW_GPM: <u>Schmidt, Werner</u> ; Schneider, Michael					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	2 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	1.6.1 Grundlagen Digital Business (BW_GDB, 1-semesterig) 1.6.2 Quantitative Datenanalyse (BW_QD, 1-semesterig) 1.6.3 Informationsverarbeitung ERP (BW_ERP, 1-semesterig) 1.6.4 Informationsverarbeitung GPM (BW_GPM, 1-semesterig)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1.6.1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung 1.6.2, 1.6.3, 1.6.4: Pr – Praktikum					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Inhalte von 1.6.1 Grundlagen Digital Business und 1.6.2 Quantitative Datenanalyse sollten für das erfolgreiche Bestehen von 1.6.3 Enterprise Resource Planning sowie 1.6.4 Geschäftsprozessmanagement durchdrungen sein.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt, insbesondere im Schwerpunkt „Digital Business“, vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	6	6	70 h	0 h	80 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	1.6.1 schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten 1.6.2 Computerbasierter Test 15-30 Min. - o./m. Erfolg 1.6.3 Computerbasierter Test 30-45 Min. 1.6.4 Computerbasierter Test 15-30 Min. - o./m. Erfolg					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	1.6.1 Grundlagen Digital Business: Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • sind mit den Grundbegriffen und technologischen Grundlagen und -prinzipien von Digital Business vertraut. • kennen die wesentlichen Hardware-, Software- und Netzwerkkomponenten und können das Zusammenspiel dieser Elemente beschreiben. • kennen grundlegende Aspekte der Analyse, Konzeption und Modellierung von Geschäftsprozessen und deren Unterstützung durch Anwendungssysteme. • verstehen die verschiedenen Anwendungssysteme sowie ihre Einsatzgebiete in Unternehmen, können diese in Klassen einordnen und sind in der Lage, den Nutzen dieser Systeme im Unternehmensumfeld einzuschätzen und wirtschaftlich abzuwägen. • können die Kernelemente von digitalen Geschäftsmodellen beschreiben und verschiedene Geschäftsmodelle miteinander vergleichen. • sind in der Lage, die Erfolgsfaktoren für ausgewählte Geschäftsmodelle der Praxis abzuleiten. • können Services und Servitization im Kontext von Digital Business grund- 					

	<p>sätzlich und anhand praktischer Beispiele beschreiben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • können aktuelle Aspekte von Digital Business (wie z.B. Internet of Things, Künstliche Intelligenz) in den unternehmerischen und gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang stellen. • sind in der Lage, ausgewählte Aufgaben des IT-Managements, wie z.B. Organisation der IT und IT-Prozesse zu beschreiben. <p>1.6.2 Quantitative Datenanalyse: Die Studierenden beherrschen die Analyse und das Reporting von Daten mit Hilfe von Microsoft Excel.</p> <p>1.6.3 Enterprise Resource Planning: Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundfunktionalitäten von SAP ERP beherrschen • die Prinzipien, die grundlegende Architektur und den zentralen Komponenten eines ERP-Systems wiedergeben • in einem konfigurierten ERP-System typische Geschäftsvorfälle selbstständig erfassen und anhand von Fallstudien im System erfolgreich bearbeiten <p>1.6.4 Geschäftsprozessmanagement: Die Studierenden können die wesentlichen Aktivitäten des Geschäftsprozessmanagementzyklus, dazugehörige Methoden und Werkzeugunterstützung nachvollziehen und ausschnittsweise anwenden. Der Schwerpunkt liegt auf der Prozessmodellierung mit praktischen Übungen.</p>
<p>Inhalte des Moduls</p>	<p>1.6.1 Grundlagen Digital Business:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fachliche und technologische Grundlagen für Digital Business • Geschäftsprozesse und Anwendungssysteme in Unternehmen • Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle und digitaler Transformation • Grundlagen der Künstlichen Intelligenz • Grundlagen IT-Organisation und IT-Management <p>1.6.2 Quantitative Datenanalyse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenquellen, Daten importieren, Daten aufbereiten, Spalten-/Zeilen-Vertauschen • Datenquellen vergleichen, verknüpfen • Rechen-Funktionen: WENN, SVERWEIS, INDEX, VERGLEICH, Textfunktionen, statistische Rechenfunktionen • Relative und absolute Bezüge, Arbeiten mit Bereichsnamen • Verschachtelte Funktionen, Beispiele für anspruchsvolle Berechnungen • Sortieren mit mehreren Sortierschlüsseln • Selektieren von Daten mit AutoFilter • Auswertungen mit „intelligenten“ Tabellen • Einfache Datenauswertung mittels Teilergebnisberechnung. • Mit Pivot-Tabellen Daten analysieren, auswerten, zusammenfassen • Daten visualisieren: Diagramme, Pivot-Diagramme, Bedingte Formatierung, Sparklines, Datenschnitte • Reports drucken oder als PDF speichern: Drucktitel, Seitenwechsel, Druckbereich <p>1.6.3 Enterprise Resource Planning:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verständnis, Einordnung und Funktionsumfang von ERP-Systemen • Stamm- und Bewegungsdaten sowie Geschäftsprozesse • Architektur, Komponenten und Anpassungsmöglichkeiten von SAP ERP • Einführung in die Funktionsweise; die Bedienung und das Zusammenspiel einzelner Komponenten von SAP ERP anhand von Übungsbeispielen • Abbildung von Stamm- und Bewegungsdaten sowie Geschäftsprozessen

	<p>zur Verknüpfung der drei originären betriebswirtschaftlichen Produktionsfaktoren für die Leistungserstellung aus den Bereichen Materialwirtschaft, Produktion und Controlling in SAP ERP</p> <p>1.6.4 Geschäftsprozessmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements (GPM, engl. BPM) • Aktivitäten im integrierter BPM-Zyklus • IT-Unterstützung der Zyklusaktivitäten • Praktikum zur Modellierung
Hinweis	
Literatur	<p>1.6.1 Grundlagen Digital Business:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MERTENS, Peter, 2017. Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. 12. Auflage. ISBN ISBN 978-3-642-30514-6, 978-3-642-30515-3 • FLEISCHMANN, Albert und andere, 2018. Ganzheitliche Digitalisierung von Prozessen. 1. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-22647-3 • LEIMEISTER, Jan-Marco, 2015. Einführung in die Wirtschaftsinformatik. 12. Auflage. ISBN ISBN 978-3-540-77846-2, 978-3-540-77847-9 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LAUDON, Kenneth, 2016. Wirtschaftsinformatik: eine Einführung. 3. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN ISBN 978-3-86894-269-9, 3-86894-269-6 <p>1.6.2 Quantitative Datenanalyse:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • WIES, Peter, 2016. Excel 2016 Formeln und Funktionen. Bodenheim: Herdt Verlag. ISBN 978-3-86249-597-9 <p>Empfohlen:</p> <p>Keine</p> <p>1.6.3 Enterprise Resource Planning:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DRUMM, Christian, Marlene KNIGGE und Bernd SCHEUERMANN, 2019. Geschäftsprozesse, Komponenten, Zusammenhänge. Bonn: Rheinwerk Verlag GmbH. ISBN 978-3-8362-6298-9 <p>Empfohlen:</p> <p>Keine</p> <p>1.6.4 Geschäftsprozessmanagement:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SCHMIDT, Werner, 2009. Integrierter Business-Process-Management-Zyklus [online]. Ingolstadt: Hochschule Ingolstadt PDF e-Book. Verfügbar unter: http://opus4.kobv.de/opus4-haw/frontdoor/index/index/docId/31. • FLEISCHMANN, Albert und andere, 2018. Ganzheitliche Digitalisierung von Prozessen - Perspektivenwechsel-Design Thinking-Wertegeleitete Interaktion. 1. Auflage. Wiesbaden: SpringerVieweg. ISBN 978-3-658-22647-3 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GADATSCH, Andreas, 2017. Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-17179-7. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-17179-7. • SEIDLMEIER, Heinrich, 2015. Prozessmodellierung mit ARIS: eine beispielorientierte Einführung für Studium und Praxis in ARIS 9 [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien PDF e-Book. ISBN 978-3-658-03905-9, 978-3-658-03904-2. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-03905-9.

1.7 Investitions- und Finanzierungsentscheidungen						
Modulbezeichnung	Investitions- und Finanzierungsentscheidungen			Modulnummer	1.7	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Habermann, Mandy; Sinha, Tanja					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Investitions- und Finanzierungsentscheidungen (BW_IFE)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • beherrschen unterschiedliche Finanzierungsformen (Beteiligungsfinanzierung, Fremdfinanzierung, mezzanine Finanzierungsformen) • erkennen die Aussagen und die Bedeutung des Leverage-Effektes und können dies praxisorientiert anwenden • sind in der Lage, den Stellenwert von Finanzierungskennziffern und –regeln einzuschätzen und zu diskutieren • erwerben die Fähigkeit, Urteile über Investitionsentscheidungen durch Verwendung verschiedenster Methoden abzugeben • sind in der Lage, Entscheidungsunsicherheiten im Rahmen von Investitionsentscheidungen zu berücksichtigen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Finanzierungs- und Investitionslehre • Aussage und Interpretation der wichtigsten Finanzkennzahlen • Finanzierungsformen • Bedeutung von Kapitalstrukturentscheidungen mittels Leverage-Effektes • Statische Investitionsrechenverfahren • Dynamische Investitionsrechenverfahren • Unsicherheit als Kategorie von Investitionsentscheidungen 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PAPE, Ulrich, 2018. Grundlagen der Finanzierung und Investition: mit Fallbeispielen und Übungen. 4. Auflage. Berlin [u.a.]: De Gruyter Oldenbourg. 					

	<p>ISBN 978-3-11-057864-5, 978-3-11-057866-9, 978-3-11-057921-5</p> <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BREALEY, Richard A., Stewart C. MYERS und Alan J. MARCUS, 2015. Fundamentals of corporate finance. E. Auflage. New York, NY: McGraw-Hill Education. ISBN 978-0-07-786162-9 • BIEG, Hartmut, KUßMAUL, Heinz, WASCHBUSCH, Gerd, 2017. Finanzierung in Übungen [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-5340-9. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800653409. • BIEG, Hartmut, KUßMAUL, Heinz, WASCHBUSCH, Gerd, 2015. Investition in Übungen [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-4971-6. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800649716. • SCHMIDT, Reinhard H. und Eva TERBERGER, 2006. Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie. 4. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-409-43700-2, 978-3-409-43700-4 • PERRIDON, Louis, STEINER, Manfred, RATHGEBER, Andreas W., 2017. Finanzwirtschaft der Unternehmung [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-5268-6. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800652686. • LUDERER, Bernd, 2015. Starthilfe Finanzmathematik, Zinsen - Kurse - Renditen. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-658-08425-7
--	--

1.8 Wirtschaftsprivatrecht						
Modulbezeichnung	Wirtschaftsprivatrecht			Modulnummer	1.8	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	BW_WPR Gr: Braun, Aylin; Lengl, Christian; <u>Regler, Michaela</u> BW_WPR: <u>Alt, Markus</u> ; Braun, Aylin; Lengl, Christian					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	2 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	1.8.1 Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen (BW_WPR Gr, 1-semesterig) 1.8.2 Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung (BW_WPR Ver, 1-semesterig)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1.8.1: Pr - Praktikum; 1.8.2: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	1.8.1 ist Zulassungsvoraussetzung für 1.8.2					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Inhalte von 1.8.1 Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen sollten für das erfolgreiche Bestehen von 1.8.2 Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung durchdrungen sein.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	6	6	70 h	0 h	80 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	1.8.1 schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten 1.8.2 schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>1.8.1 Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen: Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Themengebiet Wirtschaftsprivatrecht überblicken • mit dem allgemeinen Teil des Bürgerlichen Gesetzbuches sowie dem allgemeinen Schuldrecht umgehen <p>einfache privatrechtliche Fälle bearbeiten</p> <p>1.8.2 Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung: Die Studierenden können: Fälle aus den Gebieten des Allgemeinen Teils des Bürgerlichen Gesetzbuches, des Schuldrechts und des Sachenrechts bearbeiten und das Handels- und Gesellschaftsrecht in Grundzügen anwenden.</p>					
Inhalte des Moduls	<p>1.8.1 Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertragsabschluss • Willenserklärung, Geschäftsfähigkeit • Einbeziehung Dritter in Vertragsabschluss • Form von Rechtsgeschäften • Anfechtung • Wirkung der Schuldverhältnisse • Vertragsdurchführung <p>1.8.2 Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über Leistungsstörungen • Überblick über einzelne Vertragstypen 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Leistungsstörungen • Einzelne Vertragstypen • Besitz und Eigentum und Sicherungsrechte • Handelsstand und Handelsgeschäfte <p>Ausgewählte Gesellschaftsformen</p>
Hinweis	
Literatur	<p>1.8.1 Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FÜHRICH, Ernst, 2017. Wirtschaftsprivatrecht: Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-5459-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800654598. • ZWECKER, Kai-Thorsten und Kathrin ZWECKER, 2017. Wirtschaftsrecht an Hochschulen: ein vorlesungsbegleitendes Arbeitsbuch. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. ISBN 978-3-17-032133-5, 3-17-032133-1 • SCHADE, Friedrich und Daniel GRAEWE, 2017. Wirtschaftsprivatrecht: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts und des Wirtschaftsrechts. 4. Auflage. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. ISBN 978-3-17-032145-8, 3-17-032145-5 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FÜHRICH, Ernst, WERDAN, Ingrid, 2020. Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen: Übungsfälle und Wiederholungsfragen zur Vertiefung des Wirtschaftsprivatrechts [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-54581. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800653928. • ANN, Christoph, Ronny HAUCK und Eva Inés OBERGFELL, 2017. Wirtschaftsprivatrecht kompakt. 3. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5450-5 • MUSIELAK, Hans-Joachim und Wolfgang HAU, 2019. Grundkurs BGB: eine Darstellung zur Vermittlung von Grundlagenwissen im bürgerlichen Recht mit Fällen und Fragen zur Lern- und Verständniskontrolle sowie mit Übungsklausuren. 16. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3406739811 • MÜSSIG, Peter, 2019. Wirtschaftsprivatrecht: rechtliche Grundlagen wirtschaftlichen Handelns. 21. Auflage. Heidelberg: C.F. Müller. ISBN 978-3-8114-5313-5 • KORNBLUM, Udo, Wolfgang B. SCHÜNEMANN und Stefan MÜLLER, 2016. Privatrecht für den Bachelor: Multiple-choice-Aufgaben mit Lösungen. 13. Auflage. Heidelberg: C.F. Müller. ISBN 978-3-8114-9539-5 • ANN, Christoph, Ronny HAUCK und Eva Inés OBERGFELL, 2017. Wirtschaftsprivatrecht kompakt. 3. Auflage. ISBN 978-3800654505 • FISCHER, Peter, 2018. Die Prüfung im Wirtschaftsprivatrecht. Stuttgart: Kohlmann. ISBN 978-3-17-031564-8 <p>1.8.2 Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MÜSSIG, Peter, 2019. Wirtschaftsprivatrecht: rechtliche Grundlagen wirtschaftlichen Handelns. 21. Auflage. Heidelberg: C.F. Müller. <p>Empfohlen:</p> <p>Keine</p>

1.9 Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss						
Modulbezeichnung	Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss			Modulnummer	1.9	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	BW_BF: <u>Zellner, Elisabeth</u> BW_BILJA: Bader, Axel; <u>Zellner, Elisabeth</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	2 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	1.9.1 Buchführung (BW_BF, 1-semesterig) 1.9.2 Bilanzierung und Jahresabschluss (BW_BILJA, 1-semesterig)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1.9.1: Pr - Praktikum 1.9.2: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	1.9.1 ist Zulassungsvoraussetzung für 1.9.2					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Inhalte von 1.9.1 Buchführung sollten für das erfolgreiche Bestehen von 1.9.2 Bilanzierung und Jahresabschluss durchdrungen sein.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	6	6	70 h	0 h	80 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	1.9.1 schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten 1.9.2 schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>1.9.1 Buchführung:</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen die rechtlichen Grundlagen der Buchhaltung. beherrschen die Technik der Finanzbuchhaltung als Grundlage des gesamten Rechnungswesens. kennen die grundlegenden handelsrechtlichen Vorschriften der Buchführung nach dem aktuellen Stand sowie ausgewählte grundlegende ertrags- bzw. umsatzsteuerrechtliche Aspekte in der Buchführung <p>1.9.2 Bilanzierung und Jahresabschluss:</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen die Aufgaben der handels- und steuerrechtlichen sowie der IFRS-Rechnungslegung beherrschen die Instrumente der Bilanzierung und Bewertung können einzelne Bilanzposten unter Berücksichtigung der nationalen und teils der IFRS-Rechnungslegungsstandards bilanzieren und bewerten kennen die Grundzüge der Konzernbilanzierung und verstehen die Instrumente der Abschlussanalyse 					
Inhalte des Moduls	<p>1.9.1 Buchführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> Buchführung als Teil des betrieblichen Rechnungswesens, Aufgaben der Buchführung, gesetzliche Grundlagen Die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB) Der Zusammenhang von Inventar und Bilanz 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzbuchhaltung auf Bestandskonten • Finanzbuchhaltung auf Erfolgskonten • Organisation der Buchführung, Kontenrahmen und Kontenplan • Vertiefung zur Finanzbuchhaltung: Umsatzsteuer • Vertiefung zur Finanzbuchhaltung: Anlagenbuchhaltung • Vertiefung zur Finanzbuchhaltung: Vorratsvermögen und Forderungen • Vertiefung zur Finanzbuchhaltung: Forderungen • Vertiefung zur Finanzbuchhaltung: Personalbereich • Vertiefung zur Finanzbuchhaltung: Finanzverkehr • Vertiefung zur Finanzbuchhaltung: Privateinlagen und –entnahmen • Vertiefung zur Finanzbuchhaltung: Rechnungsabgrenzungen und Rückstellungen <p>1.9.2 Bilanzierung und Jahresabschluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Grundlagen des Jahresabschlusses und der Rechnungslegung • Ansatz-, Ausweis- und Bewertungsvorschriften • Bilanzspezifische Positionen: Anlage- und Umlaufvermögen, Eigenkapital, Fremdkapital (Rückstellungen und Verbindlichkeiten), latente Steuern • Gewinn- und Verlustrechnung • Weitere Bestandteile des Jahresabschlusses bzw. der externen Rechnungslegung • Grundlagen der IFRS-Rechnungslegung • Grundlagen der Konzernrechnungslegung • Grundlegendes zur Bilanzpolitik • Grundzüge der Abschlussanalyse
Hinweis	
Literatur	<p>1.9.1 Buchführung:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BUCHHOLZ, Rainer, 2019. Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS: mit Aufgaben und Lösungen [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-5883-1. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800658831. • DÖRING, Ulrich und Rainer BUCHHOLZ, 2018. Buchhaltung und Jahresabschluss: mit Aufgaben und Lösungen. [... mit 200 MC-Aufgaben]. 15. Auflage. Berlin: Schmidt. ISBN ISBN-10: 3800651890 ISBN-13: 978-3800651894 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DEITERMANN, Manfred, Siegfried SCHMOLKE und Wolf-Dieter RÜCKWART, 2017. Industrielles Rechnungswesen. 46. Auflage. ISBN 978-3804568488 • ZSCHENDERLEIN, Oliver, 2017. Kompakt-Training Buchführung. 6. Auflage. Herne: Kiehl Verlag. ISBN 978-3470623467 <p>1.9.2 Bilanzierung und Jahresabschluss:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • COENENBERG, Adolf Gerhard, Axel HALLER und Wolfgang SCHULTZE, 2018. Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen–HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS. 25. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3791041124 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BUCHHOLZ, Rainer, 2019. Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS: mit Aufgaben und Lösungen. 10. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3800658824 • MEYER, C. und C. THEILE, 2018. Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht. 29. Auflage. Herne/Berlin: NWB-Verlag. ISBN 978-3482605093

1.10 Kostenrechnung und Kostenmanagement						
Modulbezeichnung	Kostenrechnung und Kostenmanagement			Modulnummer	1.10	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Mayr, Michael; Sendtner, Rupert					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Kostenrechnung und Kostenmanagement (BW_KRKM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ... kennen die Aufgaben und Ziele der Kosten- und Leistungsrechnung. ... können mit den Instrumenten der Betriebsabrechnung arbeiten. ... beherrschen die Kalkulation von Produkten und Aufträgen nach verschiedenen Methoden der Kostenrechnung. ... sind in der Lage, die Kostenrechnung als Informationsinstrumentarium für die betriebliche Entscheidungsfindung zu nutzen und haben deren Möglichkeiten und Grenzen verinnerlicht. ... können die Einsatzmöglichkeiten der Kostenrechnung für die Unternehmenssteuerung und das Controlling richtig einschätzen und Kostenrechnungsmethoden zielorientiert auswählen. ... können die Basiswerkzeuge des Kostenmanagements, wie die Prozesskostenrechnung und das Target Costing, praxisorientiert einsetzen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen und Systeme der betrieblichen Kosten- und Leistungsrechnung Instrumentarium der traditionellen Betriebsabrechnung auf Vollkostenbasis (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung) Einsatzbereiche und Mängel der Vollkostenrechnung Teilkostenrechnung und Einsatzbereiche in der Praxis Verfahren der Plankostenrechnung und der Abweichungsanalyse Entwicklung der Ansätze des Kostenmanagements Notwendigkeit und Methodik der Prozesskostenrechnung Einsatzgebiete und Vorgehensweise des Target Costing 					

Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FRIEDL, Gunther, HOFMANN, Christian, PEDELL, Burkhard, 2017. Kostenrechnung: eine entscheidungsorientierte Einführung [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-5373-7. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800653737. • COENENBERG, Adolf Gerhard, Thomas M. FISCHER und Thomas GÜNTHER, 2016. Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3612-0, 3-7910-3612-2 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SCHWEITZER, Marcell, Hans-Ulrich KÜPPER und Gunther FRIEDL, 2016. Systeme der Kosten- und Erlösrechnung. 11. Auflage. München: Vahlen. • EISELE, Wolfgang und Alois Paul KNOBLOCH, 2011. Technik des betrieblichen Rechnungswesens: Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen. 8. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-3784-3, 3-8006-3784-7

1.11 Operations Management						
Modulbezeichnung	Operations Management			Modulnummer	1.11	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Mayr, Michael</u> ; Sternbeck, Michael					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Operations Management (BW_OpMan)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... kennen die Inhalte der wesentlichen Kernprozesse produzierender Unternehmen. • ... kennen die verschiedenen Möglichkeiten der Beschaffung und haben zudem vielfältige Alternativen der Lagerhaltung kennen gelernt. • ... beherrschen die wesentlichen Entscheidungshilfen zur wirtschaftlichen Lösung der anstehenden logistischen Aufgabenstellungen. • ... sind in der Lage, die technische und administrative Auftragsabwicklung nachzuvollziehen. • ... kennen den Ansatz der Industrie 4.0 und den dessen Einfluss auf die logistischen Prozesse. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über die industrielle Leistungserstellung • Abläufe in der Material- und Fertigungswirtschaft • Wichtige Verfahren und Methoden der Bedarfsplanung und -steuerung • Wesentliche Grundsätze der Produktionsplanung und -steuerung • Grundlagen und Aufgabengebiete der Logistik • Methoden zur Konzeption und effizienten Gestaltung von Produktionsabläufen • Grundlagen der Personalwirtschaft in Industrieunternehmen 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • SCHULTE, Christof, 2016. Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3- 					

	<p>8006-5119-1. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800651191.</p> <ul style="list-style-type: none"> • PFOHL, Hans-Christian, 2010. Logistiksysteme: betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage. Heidelberg [u.a.]: Springer. ISBN 978-3-642-04161-7, 3-642-04161-2 • BAUERNHANSL, Thomas, TEN HOMPEL, Michael, VOGEL-HEUSER, Birgit, 2014. Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik: Anwendung, Technologien, Migration [online]. Wiesbaden: Springer Vieweg PDF e-Book. ISBN 978-3-658-04682-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-04682-8. <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • KUMMER, Sebastian, Oskar GRÜN und Werner JAMMERNEGG, 2013. Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. 3. Auflage. München [u.a.]: Pearson. ISBN 978-3-86894-093-0
--	---

1.12 Steuern						
Modulbezeichnung	Steuern			Modulnummer	1.12	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Alt, Markus</u> ; Amann, Georg; Arnst, Erika					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Steuern (BW_STEUERN)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> haben einen Überblick über das System der Besteuerung in Deutschland besitzen Grundkenntnisse in den wichtigsten Steuerarten einschließlich der Bezüge zum Handels- und Steuerbilanzrecht. sind in der Lage, in ausgewählten Bereichen Steuerfälle einschließlich der vorbereitenden handelsrechtlichen Buchungen und Bilanzen zu bearbeiten. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Einführung in das System der Besteuerung Überblick über die verschiedenen Steuerarten Grundbegriffe der Steuerlehre Steuerermittlung, -festsetzung, -erhebung und Rechtsschutz Grundlagen der Einkommensteuer Grundlagen des Bilanzsteuerrechts (aufbauend auf der handelsrechtlichen Buchführung und Bilanzierung) Grundlagen der Körperschaftsteuer Grundlagen der Gewerbesteuer Grundlagen der Umsatzsteuer Einblick in die Erbschaftsteuer Einblick in das Bewertungsrecht 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> BORNHOFEN, Manfred und Ernst BUSCH, 2019. Steuerlehre 1. 39. Auf- 					

	<p>lage. Wiesbaden: Gabler. ISBN: 978-3658216979</p> <ul style="list-style-type: none">• BORNHOFEN, Manfred und Ernst BUSCH, 2019. Steuerlehre 2. 38. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3658239923 <p>Empfohlen: Keine</p>
--	---

1.13 Marketing						
Modulbezeichnung	Marketing			Modulnummer	1.13	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Decker, Alexander; <u>Raab-Kuchenbuch, Andrea</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Marketing (BW_Market)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt. Äquivalent zu: GUESTSTUDENTS: Marketing					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • define the nature, function and basic principles of marketing. • describe the strategic planning processes of a company in order to understand marketing as a market driven philosophy. • apply the marketing research process as a framework to analyze broad and task marketing environment of a company. • understand the nature of positioning and differentiation. • describe the concept and key elements of the marketing mix and their application. • solve case studies on realistic marketing problems. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Nature and function of marketing • Marketing planning processes: Analyzing market opportunities <ul style="list-style-type: none"> ○ Conducting market research ○ Forecasting and Demand measurement ○ Dealing with the competition ○ Identifying and selecting market segments • Designing marketing strategies <ul style="list-style-type: none"> ○ Positioning strategies ○ Differentiation strategies • Marketing process <ul style="list-style-type: none"> ○ Developing marketing programs 					

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Setting the product and branding strategy ▪ Developing pricing strategies and programs ○ Managing the marketing effort: Designing and managing marketing channels ○ Designing and managing integrated marketing communications
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • KOTLER, Philip und andere, 2016. Marketing management. 3. Auflage. Harlow, England: Pearson. ISBN 978-1-292-14235-7, 978-1-292-10608-3 <p>Empfohlen:</p> <p>Keine</p>

1.14 Personal und Organisation						
Modulbezeichnung	Personal und Organisation			Modulnummer	1.14	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	David, Ulla; Keller, Jochen; <u>Lieske, Claudia</u> ; Quenzler, Alfred					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Personal und Organisation (BW_PO)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> kennen die methodischen Grundlagen und Instrumente für Personalmanagement, Führung und Organisationsstrukturen können die Instrumente für Personalmanagement, Führung und Organisationsstrukturen anwenden. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Personalmanagements Arbeitsumfeld des HR Business Partners Grundlagen des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts Grundlagen des integrierten Personalmarketings Einführung in die Organisationslehre Begründung, Inhalt und Beendigung von Arbeitsverträgen Labour Relations Grundlagen der Personalcontrollings Führung und Motivation Vergütung und Entlohnung Grundlagen der Personalentwicklung und des Talent Managements Auswahlverfahren 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> BARTSCHER, Thomas und Regina NISSEN, 2017. Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. 2. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-281-1, 3-86894-281-5 					

	<ul style="list-style-type: none">• EISELE, Daniela und Thomas DOYÉ, 2010. Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre. 7. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3170200951 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• OLFERT, Klaus, 2015. Personalwirtschaft. 16. Auflage. Herne: Verlag Neue Wirtschafts-Briefe GmbH & Co. KG. ISBN 978-3470543864• JUNG, Hans, 2017. Personalwirtschaft. 10. Auflage. Oldenbourg: De Gruyter. ISBN 978-3-11-049205-7
--	--

1.15 Projektmanagement bei Entrepreneurship-Projekten						
Modulbezeichnung	Projektmanagement bei Entrepreneurship-Projekten			Modulnummer	1.15	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Dizdarevic, Amela; Dörr, Monika; <u>Weichselsdorfer, Kerstin</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektmanagement (BW_PM EP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt, insbesondere für das Modul 2.4 Projektseminar zum Studienschwerpunkt.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • mit Hilfe einer Kreativitätsmethode eine Projektidee zu entwickeln. • Einen Überblick über Methoden und Anwendungsfelder des klassischen wie auch des agilen Projektmanagements widerzugeben. • Hierdurch (Entrepreneurship-) Projekte strukturiert vorzubereiten und durchzuführen. • Dabei die Instrumente des Projektmanagements phasenorientiert und situationsgerecht einzusetzen. • Aus der Projektidee und auf Basis der selbsterstellten Projektplanung mit Hilfe einer agilen Methode einen Prototyp (z.B. Produkt- und/ oder Geschäftsmodellprototyp) zu entwickeln. • Die erarbeiteten Ergebnisse präsentationsfähig aufzubereiten und vorzustellen. • Können in diesem Zusammenhang das Tool „MS-Project 2013“ anwenden. 					
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über Methoden und Anwendungsfelder des Projektmanagements. Insbesondere wird hierbei ein Fokus auf das Management von Entrepreneurship-Projekten (Themengebiete: „Klassisches“ Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Corporate Entrepreneurship) gelegt.</p> <p>Das Seminar hat einen modularen Aufbau und gliedert sich in die drei Themenschwerpunkte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Soft Skills, Teamarbeit und Ideenentwicklung 2. Klassisches und agiles Projektmanagement 3. Agile Prototypenentwicklung 					

	Die Vorlesung orientiert sich somit an einem Stage-Gate-Prozess, in dem die Studierenden nach jedem Abschnitt die erarbeiteten Ergebnisse vorstellen und auf dieser Basis die Grundlage für den nächsten Abschnitt schaffen.
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SCHELLE, Heinz, 2014. Projekte zum Erfolg führen. München: Dt. Taschenbuchverlag. ISBN 978-3-40662-050-8 • STÖGER, Roman, 2011. Wirksames Projektmanagement - Mit Projekten zu Ergebnissen. 3. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3074-6 • ANDLER, Nicolai, 2015. Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting: Kompendium der wichtigsten Techniken und Methoden. 6. Auflage. Erlangen: PUBLICIS. ISBN 978-3-89578-453-8, 3-89578-453-2 • TIMINGER, Holger, 2017. Modernes Projektmanagement. Weinheim: Wiley. ISBN 978-3-527530489 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SCHWAB, Josef, 2011. Projektplanung mit Project 2010: Das Praxisbuch für alle Project-Anwender. München: Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG. ISBN 978-3446423978 • NAUSNER, Peter, 2006. Projektmanagement - Die Entwicklung und Produktion des Neuen in Form von Projekten. Wien: Facultas. ISBN 978-3-8252-2851-7 • GRICHNIK, Dietmar und andere, 2017. Entrepreneurship. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3659-5 • NAGEL, Michael und Christian MIEKE, 2014. BWL-Methoden: Handbuch für Studium und Praxis. Stuttgart: UTB. ISBN 978-3825285647 • PREUßIG, Jörg, 2015. Agiles Projektmanagement - Scrum, Use Cases, Task Boards & Co. Freiburg: Haufe-Lexware. ISBN 978-3-648-06518-1 • HESSELER, Michael, 2015. Projektmanagement. o.O.: Franz Vahlen. • RIES, Eric, 2015. The Lean Startup; How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses Therey and Application. New York: Crown Business. • KAWASAKI, Guy. Art of the Start 2.0. New York: Portfolio/ Penguin.

1.16 Grundpraktikum						
Modulbezeichnung	Grundpraktikum			Modulnummer	1.16	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	NN					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundpraktikum (BW_GrdPr)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	0	10	0 h	0 h	250 h	250 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktikumsbericht					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Tätigkeitsgebiete in Unternehmen oder vergleichbaren Organisationen • definieren kaufmännische Aufgabenstellungen und bewältigen sie in Ansätzen • besitzen kaufmännische Fähigkeiten in mindestens zwei Funktionsbereichen. 					
Inhalte des Moduls	Einsatz in zwei kaufmännischen Tätigkeitsbereichen über einen Zeitraum von jeweils mind. vier Wochen. Exemplarische Tätigkeitsbereiche sind: Einkauf; Materialwirtschaft; Logistik; Finanz- und Rechnungswesen; Personalwirtschaft; Organisation; Marketing; Vertrieb; Steuerabteilung; IT-Abteilung					
Hinweis						
Literatur	Pflicht: Keine Empfehlung: Keine					

2.1 Strategic Management						
Modulbezeichnung	Strategic Management			Modulnummer	2.1	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	BW_StratM: Islam, Tas; <u>Wittmann, Robert</u> BW_StratM-CS: Bauer, Mathias; Becker, Thomas; <u>Jünger, Michael</u> ; Wittmann, Robert					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	2 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	2.1.1 Strategic Management (BW_StratM, 1-semesterig) 2.1.2 Strategic Management / Case Studies (BW_StratM-CS, 1-semesterig)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	2.1.1: SU - seminaristischer Unterricht; 2.1.2: Pr - Praktikum					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Inhalte von 2.1.1 Strategic Management sollten für das erfolgreiche Bestehen von 2.1.2 Strategic Management/Case Studies durchdrungen sein.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Äquivalent zu: GUESTSTUDENTS: Strategic Management					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	6	8	70 h	0 h	130 h	200 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	2.1.1 schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten 2.1.2 Präsentation 15-30 min. mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>2.1.1 Strategic Management:</p> <p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> are able to understand the leadership challenges in today's world understand the dimensions of Entrepreneurial Spirit are able to put strategic questions and to apply instruments of strategic leadership and innovation are ready to create the dimensions of a competitive Business Design <p>2.1.2 Strategic Management / Case Studies:</p> <p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> can apply the instruments of strategic and operational management with a clear focus on customer advantage and competitive advantage know how to develop certain topics of strategic management within a business framework can apply business cases within certain topics of strategic management have the competence to apply management tools 					
Inhalte des Moduls	<p>2.1.1 Strategic Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> Introduction to Executive Management The tools of strategy analysis The analysis of competitive advantage Business strategies in different industry contexts Implementing and managing corporate strategies Value Based Management 					

	<p>2.1.2 Strategic Management / Case Studies:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Business Planning • Business Models • Business Development • Strategy Implementation
Hinweis	
Literatur	<p>2.1.1 Strategic Management:</p> <p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • WITTMANN, Rorbert G., Michael JÜNGER, Matthias REUTER und Norbert ALEXI, 2019. Strategy Design Innovation – How to create business success using a systematic toolbox, 5. vollst. überarb. Aufl. Augsburg: Ziel Verlag. ISBN 978-3965570771 • GRANT, Robert M., 2010. Contemporary strategy analysis. 7. Auflage. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. ISBN 0-470-74710-2, 978-0-470-74710-0 • HABERBERG, Adrian und Alison RIEPLE, 2008. Strategic management: theory and application. Oxford [u.a.]: Oxford Univ. Press. ISBN 978-0-19-921646-8 • HUNGENBERG, Harald, 2008. Strategisches Management in Unternehmen: Ziele, Prozesse, Verfahren. 5. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1260-2 • MACHARZINA, Klaus und Joachim WOLF, 2008. Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis. 6. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1119-3 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • WELGE, Martin K. und Andreas AL-LAHAM, 2008. Strategisches Management: Grundlagen, Prozess, Implementierung. 5. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-0313-6, 3-8349-0313-2 • WHEELLEN, Thomas L. und J. David HUNGER, 2008. Strategic management and business policy: concepts and cases. 11. Auflage. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. ISBN 978-0-13-606827-3, 0-13-606827-8 • WITTMANN, Robert und Matthias REUTER, 2008. Strategic planning: how to deliver maximum value through effective business strategy. London [u.a.]: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-5233-9 <p>2.1.2 Strategic Management / Case Studies:</p> <p>Pflicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • WITTMANN, Rorbert G., Michael JÜNGER, Matthias REUTER und Norbert ALEXI, 2019. Strategy Design Innovation – How to create business success using a systematic toolbox, 5. vollst. überarb. Aufl. Augsburg: Ziel Verlag. ISBN 978-3965570771 • GRANT, Robert M., 2010. Contemporary strategy analysis. 7. Auflage. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. ISBN 0-470-74710-2, 978-0-470-74710-0 • HABERBERG, Adrian und Alison RIEPLE, 2008. Strategic management: theory and application. Oxford [u.a.]: Oxford Univ. Press. ISBN 978-0-19-921646-8 • HUNGENBERG, Harald, 2008. Strategisches Management in Unternehmen: Ziele, Prozesse, Verfahren. 5. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1260-2 • MACHARZINA, Klaus und Joachim WOLF, 2008. Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis. 6. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1119-3 • WELGE, Martin K. und Andreas AL-LAHAM, 2008. Strategisches Management: Grundlagen, Prozess, Implementierung. 5. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-0313-6, 3-8349-0313-2 • WHEELLEN, Thomas L. und J. David HUNGER, 2008. Strategic management and business policy: concepts and cases. 11. Auflage. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. ISBN 978-0-13-606827-3, 0-13-606827-8 • WITTMANN, Robert und Matthias REUTER, 2008. Strategic planning: how to deliver maximum value through effective business strategy. London

	<p>[u.a.]: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-5233-9</p> <p>Empfehlung: Keine</p>
--	--

2.2 Makroökonomik						
Modulbezeichnung	Makroökonomik			Modulnummer	2.2	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Clostermann, Jörg; Ruschinski, Monika					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Makroökonomik (BW_MakÖ)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Inhalte des Moduls 1.3 Mikroökonomik werden vorausgesetzt. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftliche Daten wie Bruttoinlandsprodukt und Lebenshaltungspreisindex interpretieren • die Merkmale wichtiger Konjunkturindikatoren beschreiben • die Bestimmungsfaktoren der wirtschaftlichen Entwicklung erkennen • die Finanzmarktmodelle anwenden • die maßgeblichen Ursache der Arbeitslosigkeit erkennen • die Konsequenzen volkswirtschaftlicher Instabilitäten beurteilen • die Wirkungsweise der Geldpolitik und Fiskalpolitik nachvollziehen • Zahlungsbilanz-/Leistungsbilanzanalysen durchführen • Die Ursachen von Wechselkursentwicklungen analysieren • Aktuelle Probleme der Wirtschaftspolitik erläutern 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Bruttoinlandsprodukt, Wohlstand, Wachstum • Lebenshaltungspreisindex und Inflation • Finanzsystem • Arbeitslosigkeit • Geld und Inflation • Internationale Zusammenhänge <ul style="list-style-type: none"> ○ Zahlungsbilanz ○ Wechselkurs(systeme) • Kurzfristige Betrachtung <ul style="list-style-type: none"> ○ Wirtschaftliche Schwankungen ○ Instrumente der Stabilisierung 					

Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MANKIW, Nicholas Gregory und Mark P. TAYLOR, 2018. Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 7. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-4142-1; 3-7910-4142-8 • MANKIW, Nicholas Gregory, 2019. Macroeconomics. 10. Auflage. New York, NY: Worth Publishers. ISBN 978-1-319-10599-0; 1-319-10599-8 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BLANCHARD, Olivier und Gerhard ILLING, 2017. Makroökonomie. 7. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86326-797-1 • BOFINGER, Peter, 2015. Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten. 4. Auflage. Halbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86326-751-3

2.3 AM: Global Automotive Industry						
Modulbezeichnung	Global Automotive Industry			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Becker, Thomas; <u>Wagner, Harry</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Global Automotive Industry (SP_AM 1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> understand the automotive industry structure, current issues, industry trends as well as industry challenges and will have a broad overview on automotive core competencies understand effective leadership and management skills with respect to special issues surrounding the automotive industry know how to research, organize, evaluate, synthesize and analyze economic information for business decision making purposes understand the project problem resolution processes by applying structured approaches for logic writing and thinking 					
Inhalte des Moduls	<p>This business management course with applied focus on the automotive industry covers the following contents:</p> <ul style="list-style-type: none"> Automotive markets and structure of domestic and global automotive industry Technical basics of automotive products and industry/ technology trends Process model and core processes in the automotive supply chain Product manufacturing, procurement and logistics in the automotive industry Marketing and sales in the automotive industry 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> GOBETTO, Marco, 2014. Operations Management in Automotive Industries: From Industrial Strategies to Production Resources Management, Through the Industrialization Process and Supply Chain to Pursue Value Creation 					

[online]. PDF e-Book. ISBN 978-94-007-7593-0. Available via:
<https://doi.org/10.1007/978-94-007-7593-0>.

Empfohlen:

- MORGAN, James M. and Jeffrey K. LIKER, 2006. *The Toyota product development system: integrating people, process, and technology*. New York, NY: Productivity Press. ISBN 1-56327-282-2, 978-1-563-27282-0
- SHINGŌ, Shigeo, 2008. *A study of the Toyota production system from an industrial engineering viewpoint*. Boca Raton, Fla. [u.a.]: CRC Press. ISBN 0-915299-17-8
- WOMACK, James P., Daniel T. JONES and Daniel ROOS, 2007. *The machine that changed the world: the story of lean production; Toyota's secret weapon in the global car wars that is revolutionizing world industry*. 1. edition. New York, NY [u.a.]: Free Press. ISBN 978-0-7432-9979-4
- KAPLAN, Len and A. SMOLKIN, 2009. *Is Automotive Industry Dead or just stuck? Future Innovation for New Leaders in Car Transportation*. Future Mapping Series Vol. II.
- MINTO, Barbara, 2002. *The pyramid principle: logic in writing and thinking; [present your thinking so clearly that the ideas jump off the page and into the reader's mind]*. Second edition, published 2002. London: Prentice Hall. ISBN 0-273-65903-0

2.3 AM: Produktentstehung in der Automobilindustrie

Modulbezeichnung	Produktentstehung in der Automobilindustrie	Modulnummer	2.3			
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Becker, Thomas</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Produktentstehung in der Automobilindustrie (SPAM 2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ...Begriffsdefinitionen zur Automobilindustrie, ihren Akteuren und der Wertschöpfungskette wiedergeben zu können. • ...die Merkmale und Herausforderungen der Automobilindustrie zu verstehen und den Bezug zur Produktentwicklung herzustellen. • ...die Ziele und Aufgaben der Entwicklungsorganisation zu benennen. • ...die Phasen, Inhalte und Meilensteine des Produktentstehungsprozesses der Automobilindustrie zu verstehen. • ...den organisatorischen Aufbau eines Entwicklungsbereichs und das Zusammenarbeitsmodell einer Projektorganisation mit Simultaneous Engineering (SE)-Teams zu verstehen. • ...die Rolle des Entwicklungsbereichs während eines Fahrzeuganlaufs zu beschreiben. • ...die Wertschöpfungsstruktur der automobilen Entwicklung eines Original Equipment Manufacturer (OEM) und die Integration von Zulieferern, Entwicklungsdienstleistern und Kooperationspartnern zu verstehen. • ...wichtige Effizienzmaßnahmen wie Gleichteile-/Plattform- und Automatisierungsstrategien oder agile Entwicklungsmethoden zu erläutern. • ...Kosten- und Leistungskennzahlen zur Steuerung eines Entwicklungsbereichs anzuwenden. • ...die Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation anhand von Beispielen wie der virtuellen Absicherung zu erklären. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Automobile Supply Chain und Lieferantenintegration 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Produktstruktur eines Fahrzeugs und Baukastenentwicklung • Funktionaler Aufbau der Entwicklungsorganisation und deren Kerneigenleistungen • Zerlegung des Produktentstehungsprozesses in seine Einzelschritte und Meilensteine, Freigabeprozesse und Gremien • Baureihenorganisation eines Automobilherstellers zur Projektsteuerung: Rollen- und Aufgabenverteilung in interdisziplinären SE-Teams • Steuerung von finanziellen Kennzahlen und Leistungsdaten in der Forschung und Entwicklung • Neuproduktentwicklung mit agilen Methoden wie Scrum und Kanban • Chancen und Risiken der virtuellen Entwicklung • Fallbeispiel Elektromobilität: Auswirkungen des Megatrends auf die Entwicklung eines Automobilherstellers
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LINDEMANN, Udo, 2016. Handbuch Produktentwicklung, Carl Hanser Verlag; ISBN 978-3-446-44518-5 • KAMPKER, Achim, Dirk VALLEE et al., 2018. Elektromobilität: Grundlagen einer Zukunftstechnologie, Springer; ISBN 978-3-662-53136-5 • PFEFFER, Joachim, 2019. Grundlagen der agilen Produktentwicklung: Basiswissen zu Scrum, Kanban, Lean Development, Peppair; ISBN 3947487002/ EAN 9783947487004 • Beate Bender, Kilian Gericke Hrsg. (2019): Pahl/Beitz Konstruktionslehre: Methoden und Anwendung erfolgreicher Produktentwicklung; Springer Vieweg; ISBN 978-3-662-57302-0 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DIEZ, Willi, 2018. Wohin steuert die Automobilindustrie? 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Berlin (u.a.): De Gruyter. ISBN 978-3110481150 • EHRENSPIEL, Klaus und Harald MEERKAMM, 2017. Integrierte Produktentwicklung: Denkabläufe, Methodeneinsatz, Zusammenarbeit, Hanser; ISBN 3110481154/ EAN: 9783110481150 • JOCHEM, Roland und Katja LANDGRAF, 2011. Anforderungsmanagement in der Produktentwicklung: Komplexität reduzieren, Prozesse optimieren, Qualität sichern, Symposium; ISBN 978-3939707844 • RADEMACHER, Martin H. H., 2014. Virtual Reality in der Produktentwicklung: Instrumentarium zur Bewertung der Einsatzmöglichkeiten am Beispiel der Automobilindustrie, Springer Vieweg; ISBN 978-3658070120

2.3 AM: Mobilitätstrends und Konzepte						
Modulbezeichnung	Mobilitätstrends und Konzepte			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Wagner, Harry</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Mobilitätstrends und Konzepte (SP_AM 3)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN – mündliche Prüfung					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen des Mobilitätsmanagements und sind in der Lage die unterschiedlichen Mobilitätslösungen nach ihren prinzipiellen Strukturierungsmerkmalen zu unterscheiden (Personenbeförderung, Gütertransport, Stadtmobilität, überregionale Mobilität). • sind in der Lage einzelne urbane Mobilitätskonzepte anhand verschiedener Abgrenzungskriterien einzuordnen. • haben einen Überblick über verschiedene Mobilitätskonzepte globaler Metropolen und sind in der Lage deren Vor- und Nachteile zu beschreiben. • haben verstanden, wie sich innovative Mobilitätskonzepte von den traditionellen unterscheiden und können die sich verschiebenden Wertschöpfungsanteile vom reinen Transport hin zu Mobilitätsinformationsdienstleistungen beschreiben. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Mobilitätsmanagements • Mobilitätstrends • Strukturierungsmerkmale von Mobilitätslösungen • Mobilitätsmodi: Motorisierter Individualverkehr (MIV), Öffentlicher Verkehr (ÖV), nicht-motorisierter Verkehr (NMIV), Güterverkehr (GV) • Urbanisierung und Städteentwicklung • Mobilitätskonzepte im urbanen und ruralen Umfeld 					
Hinweis						
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • WAGNER, Harry, und Stefanie Kabel, 2018. Mobilität 4.0 – neue Geschäftsmodelle für Produkt- und Dienstleistungsinnovationen. Wiesbaden: 					

	<p>SpringerGabler. ISBN 978-3-658-21105-9</p> <ul style="list-style-type: none">• PROFF, Heike, 2014. Radikale Innovationen in der Mobilität – technische und betriebswirtschaftliche Aspekte. Wiesbaden: SpringerGabler. ISBN 978-3-658-03102-2• BRAKE, Matthias, 2009. Mobilität im regenerativen Zeitalter: Was bewegt uns nach dem Öl? Hannover: Heise. ISBN 978-3-936931-61-7• ILLGMANN, Gottfried und Klemens Polatschek, 2013. Zukunft der Mobilität: Wie viel Personenverkehr werden wir uns leisten können? Berlin: Collective Intelligence Press. ISBN 978-3944744001
--	---

2.3 CF: Methoden & Instrumente des Strategischen Controllings						
Modulbezeichnung	Methoden & Instrumente des Strategischen Controllings			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Graap, Torsten (WS), <u>Schmidt, Karin</u> (SS)					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Strategisches Controlling (SP_CF1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - mündliche Prüfung 15-30 min					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können das Themengebiet des „Strategischen Managements“ richtig einordnen • und erkennen die Möglichkeiten und Grenzen der Unterstützung durch das „Strategische Controlling“ • sind in der Lage, Ziele zu definieren und die dazugehörigen Instrumenten des „Strategischen Controllings“ anzuwenden • lernen den Umgang mit der Zukunftsforschung aus diversen Quellen kennen und können daraus eigenständig kreative strategische Entwicklungsmöglichkeiten für Unternehmen entwickeln • werden befähigt, die Anwendungsmöglichkeiten und den Einsatz des beschriebenen Instrumentariums in der betrieblichen Praxis einzuschätzen und zu beherrschen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Strategischen Managements • Unterschiede zwischen Operativem und Strategischem Controlling • Diverse Konzepte von Zukunftsentwicklungen (z.B. Megatrendtheorie, Club of Rome, Transformationstheorie) • Werkzeuge des Strategischen Controlling, wie z.B. SWOT-Analyse, Früherkennungssysteme, diverse Strategiekonzepte 					
Hinweis						
Literatur	Pflicht: <ul style="list-style-type: none"> • ALTER, Roland: Strategisches Controlling, 2013. Unterstützung des strate- 					

	<p>gischen Managements, 2. Aufl., München: Oldenbourg. ISBN 9783486756036</p> <ul style="list-style-type: none"> • BAUM, Heinz-Georg, Adolf G. COENENBERG und Thomas GÜNTHER, 2013. Strategisches Controlling, 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer Poeschel. ISBN 978-3-7910-2971-9. • HORX, Matthias. 2014. Das Megatrend-Prinzip. München: Pantheon Verlag. ISBN 978-3570552148 • MÜLLER, Armin, 2009. Grundzüge eines ganzheitlichen Controlling, München: Oldenbourg, 2. Auflage. ISBN 978-3486583434 <p>Empfehlung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HORVATH, Peter, Ronald GLEICH und Mischa SEITER, 2019. Controlling, 14. Aufl., München: Vahlen. ISBN 978-3800658695
--	---

2.3 CF: Methoden & Instrumente des Operativen Controllings

Modulbezeichnung	Methoden & Instrumente des Operativen Controllings		Modulnummer	2.3		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Mayr, Michael</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Operatives Controlling (SP_CF2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... beherrschen das klassische Instrumentarium sowie die Methoden des Operativen Controllings. • ... kennen das Werkzeug der integrierten Unternehmensplanung detailliert und können die erforderlichen Methoden praxisbezogen anwenden. • ... können betriebswirtschaftliche Entscheidungen auf der Grundlage von Kennzahlen vorbereiten. • ... sind mit modernen Instrumenten der Ergebnisabweichungsanalyse vertraut. • ... sind mit der Strukturierung und der Darstellung eines zielorientierten Berichtswesens vertraut. • ... haben auf Basis praxisbezogener Fallstudien den Anwendungsbezug erlernt. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffsbestimmung und Aufgaben des operativen Controllings • Integrierte Unternehmensplanung und Budgetierung • Instrumente und Varianten der Planung • Methoden des Investitionscontrollings • Methodiken der Verrechnungspreise • Systematische Ergebnisabweichungsanalyse • Berichtswesen und Kennzahlensysteme • Fallstudien zu ausgewählten Themenbereichen 					

Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FISCHER, Thomas M., Klaus MÖLLER und Wolfgang SCHULTZE, 2015. Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3390-7, 3-7910-3390-5 • WEBER, Jürgen und Utz SCHÄFFER, Juli 2016. Einführung in das Controlling. 15. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3574-1, 3-7910-3574-6 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • STEINLE, Claus und Andreas DAUM, 2007. Controlling: Kompendium für Ausbildung und Praxis. 4. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-2679-4, 3-7910-2679-8 • GLADEN, Werner, 2014. Performance Measurement: Controlling mit Kennzahlen [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-05138-9. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-05138-9.

2.3 CF: Portfoliomanagement – Institutionen, Modellierung und praktische Umsetzung

Modulbezeichnung	Portfoliomanagement – Institutionen, Modellierung und praktische Umsetzung		Modulnummer	2.3		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Sinha, Tanja</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Portfoliomanagement – Institutionen, Modellierung und praktische Umsetzung (SP_CF3)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben einen Überblick über die geläufigen Finanzmarktindizes und kennen zugleich die grundlegenden Funktionsweisen von Aktien-, Renten- und Devisenmärkten • kennen die Grundlagen der Portfoliotheorie sowie die Zusammenhänge zwischen Rendite und Risiko • kennen die Inhalte der Portfolio-Selection-Theorie nach Markowitz • kennen die Aussagen des Capital Asset Pricing Model sowie darauf aufbauende risikoadjustierte Performance-Maße • verstehen die Eigenschaften von Kursen und Kursverläufen • kennen Prozesse zur Beschreibung von Kurs- und Renditezeitreihen • kennen Index- und Faktormodelle zur Prognose erwarteter Renditen • haben einen Überblick über die verschiedenen Konzeptionen der Markteffizienz 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzmarktindizes und Funktionsweisen von Finanzmärkten • Grundlagen der Portfoliotheorie • Portfolio-Selection-Theorie • Capital Asset Pricing Model • Empirisches Verhalten von Kursen und Renditen • Index- und Faktormodelle • Die verschiedenen Konzeptionen der Markteffizienz 					

Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FRANZEN, Dietmar und SCHÄFER, Klaus, 2018, Assetmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3829-2, 978-3-7910-3830-8 • SPREMANN, K. und P. GANTENBEIN, 2014. Zinsen, Anleihen, Kredite. 5. Auflage. München [u.a.]: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-70269-9 • ELTON, Edwin J. und Martin Jay GRUBER, 1995. Modern portfolio theory and investment analysis. 5. Auflage. New York, NY [u.a.]: Wiley. ISBN 0-471-00743-9 • BREALEY, Richard A., Stewart C. MYERS und Franklin ALLEN, 2017. Principles of corporate finance. T. Auflage. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 978-1-259-25333-1, 978-1-259-14438-7 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MARKOWITZ, Harry, 1952. Portfolio Selection. In: The Journal of Finance. 7(1), S.77-91. ISSN http://links.jstor.org/sici?sici=0022-1082%28195203%297%3A1%3C77%3APS%3E2.0.CO%3B2-1 • SHARPE, William F., 1964. Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk. In: The Journal of Finance. 19(3), S. 425-442.

2.3 CF: Unternehmensfinanzierung – Instrumente, Bewertung und Kapitalstruktur						
Modulbezeichnung	Unternehmensfinanzierung – Instrumente, Bewertung und Kapitalstruktur			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Habermann, Mandy</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Unternehmensfinanzierung – Instrumente, Bewertung und Kapitalstruktur (SP_CF4)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen originäre Finanzierungsinstrumente, insbesondere solche, die an Finanzmärkten gehandelt werden. • können die wichtigsten Methoden und Instrumente, mit deren Hilfe diese Finanzierungsinstrumente bewertet werden, anwenden. • können die unternehmerische Kapitalstruktur und die damit verbundenen Kapitalkosten ermitteln. • kennen Maßnahmen zur Optimierung der Kapitalkosten und können diese einschätzen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Darstellung und Analyse der wichtigsten originären Finanzinstrumente • Bewertungsmethoden von Aktien und Zinsprodukten • Überblick über wesentliche Theorien zum Thema Kapitalstruktur • Ermittlung der Kapitalkosten wesentlicher Finanzinstrumente • Maßnahmen zur Veränderung der Kapitalstruktur und der Kapitalkosten 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PAPE, U., 2018. Grundlagen der Finanzierung und Investition, 4. Auflage. Berlin [u.a.]: Oldenbourg. ISBN 978-3-11-057864-5 • PERRIDON, L., M. STEINER und A. RATHGEBER, 2017. Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage. München: Verlag Vahlen. ISBN 978-3-8006-5267-9, 978-3-8006-4900-6 • SPREMANN, K. und P. GANTENBEIN, 2014. Zinsen, Anleihen, Kredite. 5. 					

	<p>Auflage. München [u.a.]: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-70269-9</p> <ul style="list-style-type: none"> • SPREMANN, K. und A. GRÜNER, 2019. Finance, Investition – Unternehmensfinanzierung - Kapitalstruktur, 5. Auflage. Berlin [u.a.]: Oldenbourg. ISBN 978-3-11-047221-9 • SCHMIDT, R. und E. TERBERGER, 1997. Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie. 4. Auflage, Wiesbaden: Gabler. 3409437002 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BREALEY, Richard A., Stewart C. MYERS und Franklin ALLEN, 2017. Principles of corporate finance. T. Auflage. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 978-1-259-25333-1, 978-1-259-14438-7 • DRUKARCZYK, J. und A. SCHÜLER, 2016. Unternehmensbewertung. 7. Auflage. München: Verlag Vahlen. ISBN 978-3-8006-4777-4, 978-3-8006-4778-1 • KROLLE, S., Schmitt, G. und B. Schwetzler, 2005. Multiplikatorverfahren in der Unternehmensbewertung: Anwendungsbereiche, Problemfälle, Lösungsalternativen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. 978-3-7910-2390-8 • LUDERER, B. 2015. Starthilfe Finanzmathematik, 4. Auflage. Wiesbaden: Springer. 978-3-658-08424-0 • PEEMÖLLER, V., 2019. Praxishandbuch der Unternehmensbewertung. 7. Auflage. Herne: NWB. ISBN 978-3-482-51187-5
--	---

2.3 OM: Logistikmanagement						
Modulbezeichnung	Logistikmanagement			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Mayr, Michael; Schuderer, Peter					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Logistikmanagement (SP_OM 1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen grundlegende Logistikdefinitionen sowie -probleme und sind in der Lage Prozesse im Unternehmen modellhaft zu beschreiben. beherrschen die methodischen Grundlagen, den gegenwärtigen Stand sowie Optimierungspotenziale von Material- und Informationsflüssen analytisch zu erarbeiten. haben einen Überblick über innovative Methoden zu logistischen Prozessen insbesondere der operativen Beschaffungs- und Distributionslogistik haben die Bedeutung eines kennzahlenorientierten Logistikmanagements erfasst und sind in der Lage problemorientiert logistische Kennzahlen einzusetzen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der Logistik und des Logistikmanagements Ziele und Methoden des Logistikmanagements Gestaltungsprinzipien in Fließsystemen Verschwendung in Wertschöpfungssystemen Wertstromanalyse und -design Problemstellungen und Lösungsmethoden der Beschaffungslogistik Zentrale Problemstellungen und Lösungsmethoden der Distributionslogistik Konzepte zum Bestandsmanagement und Methoden zur Optimierung der Lagerbestandsarten Transportkonzepte und Methoden zur Optimierung der außerbetrieblichen Transportströme Konzepte des Logistikmanagements und -controllings 					

Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HEIZER, Jay; RENDER, Barry, 2020. Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 13th edition, Boston: Pearson • KLAUS, Peter, Winfried KRIEGER und Michael KRUPP, 2012. Gabler Lexikon Logistik: Management logistischer Netzwerke und Flüsse. ISBN 978-3-8349-7172-2 • SCHÖNSLEBEN, Paul, 2016. Integrales Logistikmanagement: Operations und Supply Chain Management innerhalb des Unternehmens und unternehmensübergreifend. ISBN 978-3-662-48334-3 • SCHULTE, Christof, 2017. Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain. 7. Auflage. München: Vahlen. • SLACK, Nigel; BRANDON-JONES, Alistair, 2019; Operations Management, 9th edition, Boston: Pearson • THONEMANN, Ulrich, 2015. Operations Management - Konzepte, Methoden und Anwendungen. 3. Auflage. München: Pearson Studium. <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter, 2014. Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung. 5. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-188-3 • ERLACH, Klaus, 2010. Wertstromdesign: Der Weg zur schlanken Fabrik. 2. Auflage. Heidelberg: Springer. • ROTHER, Mike und John SHOOK, 2015. Sehen lernen: Mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen. 4. Auflage. • WANNENWETSCH, Helmut, 2014. Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung. ISBN 978-3-642-45023-5

2.3 OM: Industrielle Logistik und Lean Production						
Modulbezeichnung	Industrielle Logistik und Lean Production			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Schuderer, Peter</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Industrielle Logistik und Lean Production (SP_OM 2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • beherrschen die wichtigsten Komponenten des Material- und Informationsflusses im industriellen Wertschöpfungsprozess unter wirtschaftlichen und technischen Gesichtspunkten • können die relevanten Systeme zur Planung und Steuerung der Supply Chain mit Schwerpunkt auf den Wertschöpfungsprozessen einordnen • haben einen Überblick über logistische Informationssysteme und vertieftes Wissen in den Funktionsgruppen und Funktionen der Produktionsprozesse (Make), im Management der vorgelagerten (Source) und nachgelagerten Prozesse (Deliver) sowie in der Reverse Logistics (Return) • haben anhand konkreter Fallbeispiele aus der betrieblichen Praxis einen Überblick über die logistischen Funktionen 					
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1 Grundlagen zu Materialfluss und Wertschöpfungssystemen 2 Transport- und Lagersysteme <ul style="list-style-type: none"> • Transport- und Umschlagssysteme • Lager- und Kommissioniersysteme • IT-Unterstützung in Transport, Lager und Kommissionierung 3 Beschaffungslogistik <ul style="list-style-type: none"> • Wareneingang • Konzepte der externen Materialbeschaffung • IT-Unterstützung in der Beschaffung (eProcurement) 4 Produktionslogistik und Lean Production 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Materialflussgerechte Fabrikplanung • Produktionsplanung und –steuerung • Produktionssynchrone Materialversorgung etc.) • Innovative Fertigungskonzepte und Produktionssysteme • Industrie 4.0/Logistik 4.0 • IT-Unterstützung in der Produktion (eProduction) <p>5 Distributionslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Just-in-Time / Just-in-Sequence • IT-Unterstützung in der Distribution (eDistribution) <p>6 Entsorgungslogistik (Sustainable SCM)</p> <p>Schlagwörter: Transport-/Förder-/Ladehilfsmittel, Stetig-/Unstetigförderer, Lager-technik, Kommissioniertechnik, Grundlagen und Einordnung logistischer Informationssysteme (Supply Chain, Geschäftsprozesse, Funktionen, Techno-logien), Supply-Chain-Anwendungssysteme (SCM, ERP, PPS, JiT/JiS-Systeme, SynchroLog, Cyber-Physische Systeme, Industrie 4.0), Produktionsplanung und –steuerung (Grunddatenerzeugung/-verwaltung, Absatz-/Produktionsprogrammplanung, Mengenplanung, Termin- und Kapazitätsplanung, Auftragsveranlassung/-überwachung), Werkstatt-/Fertigungssteuerung, Lean Management, Produktionssysteme</p>
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HAUSLADEN, Iris, 2016. IT-gestützte Logistik - Systeme - Prozesse - Anwendungen. 3. Auflage. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-13079-4 • KLAUS, Peter, KRIEGER, Winfried und KRUPP, Michael, 2012. Gabler Lexikon Logistik: Management logistischer Netzwerke und Flüsse. 5. Auflage., Gabler, ISBN 978-3-834-93371-3 • SCHÖNSLEBEN, Paul, 2016. Integrales Logistikmanagement: Operations und Supply Chain Management innerhalb des Unternehmens und unternehmensübergreifend. 7. Aufl. Berlin: Springer. ISBN 978-3-662-48334-3, • SCHULTE, Christof, 2017. Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain. 7. Auflage. München: Vahlen, ISBN 978-3-800-65118-4 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ARNOLD, Dieter und Kai FURMANS, 2019. Materialfluss in Logistiksystemen. 7. Auflage. Berlin: Springer, ISBN 978-3-662-60387-1 • KLUG, Florian, 2018. Logistikmanagement in der Automobilindustrie: Grundlagen der Logistik im Automobilbau. 2. Auflage. Berlin: Springer. ISBN 978-3-662-55872-0 • MERTENS, Peter, 2013. Integrierte Informationsverarbeitung 1: Operative Systeme in der Industrie. 18. Auflage. Berlin: Springer. ISBN 978-3-8349-4394-1 • WANNENWETSCH, Helmut, 2014. Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung. 5. Aufl. Berlin: Springer. ISBN 978-3-642-45023-5

2.3 OM: Praxisprojekt zur Operational Excellence

Modulbezeichnung	Praxisprojekt zur Operational Excellence	Modulnummer	2.3			
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Schuderer, Peter</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxisprojekt zur Operational Excellence (SP_OM 3)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - mündliche Prüfung					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> wenden die in den Veranstaltungen L1 und L2 erlernten Inhalte (Methoden und Techniken) in realen Anwendungsfällen in Unternehmen an tragen nachhaltig zu Verbesserungen innerhalb der jeweiligen Unternehmen bei (keine Spielprojekte!) führen im Rahmen des Projektes in einem Unternehmen zu einer konkreten Aufgabenstellung eine Ist-Analyse durch erstellen ein Sollkonzept präsentieren erfolgreich vor den Entscheidungsträgern des Unternehmens bereiten die Projektergebnisse auf und dokumentieren diese in einem Ergebnisbericht gewinnen Kompetenzen, um im Praxiseinsatz logistische Problemstellungen eigenständig lösen zu können. 					
Inhalte des Moduls	<p>Methoden und Techniken der Operational Excellence</p> <ul style="list-style-type: none"> Grundsätze Analysemethoden (ABC-, XYZ-Analyse, Prozessdarstellung, Muda etc.) Informationsfluss Materialfluss Wertstromanalyse und -design Prozessanalyse <p>Praxisprojekt im Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> Einführung in das Projekt Datenaufnahme Ist-Analyse (Prozesse, IT-Systeme, Stärken- und Schwächenanalyse) 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Sollkonzept • Präsentation • Nachbereitung/Dokumentation
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ERLACH, Klaus, 2010. Wertstromdesign - der Weg zur schlanken Fabrik. 2. Auflage. Berlin/Heidelberg: Springer. ISBN 978-3-540-89866-5 • KLAUS, Peter, KRIEGER, Winfried und KRUPP, Michael, 2012. Gabler Lexikon Logistik: Management logistischer Netzwerke und Flüsse. 5. Auflage., Gabler, ISBN 978-3-834-93371-3 • ROTHER, Mike, und Rick HARRIS, 2006. Kontinuierliche Fließfertigung organisieren: Praxisleitfaden zur Einzelstück-Fließfertigung für Manager, Ingenieure und Meister in der Produktion. Lean Enterprise Institute. ISBN 978-0-974-32258-2 • ROTHER, Mike und John SHOOK, 2015. Sehen lernen: mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen. LMI Forum GmbH. ISBN 978-3-9809521-1-8 • SCHULTE, Christof, 2017. Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain. 7. Auflage. München: Vahlen, ISBN 978-3-800-65118-4 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • KLUG, Florian, 2018. Logistikmanagement in der Automobilindustrie: Grundlagen der Logistik im Automobilbau. 2. Auflage. Berlin/Heidelberg: Springer. ISBN 978-3-662-55872-0 • OHNO, Taiichi, 2013. Das Toyota-Produktionssystem. 3. Auflage. Frankfurt/New York: Campus. ISBN 978-3-593-39929-4

2.3 MS: B2B Vertriebsmanagement und Psychologie der Kommunikation

Modulbezeichnung	B2B Vertriebsmanagement und Psychologie der Kommunikation	Modulnummer	2.3			
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Hofbauer, Günter; Sangl, Anita					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	B2B Vertriebsmanagement und Psychologie der Kommunikation (SP_MS 1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Instrumente und Methoden der marktorientierten Unternehmensführung auf verschiedene Aufgabenstellungen in Vertrieb und Kommunikation anwenden und deren Erfolg anhand konkreter Erfolgskennziffern messen und beurteilen • besitzen das Wissen über den Erfolgsbeitrag der Marketing-Kommunikation und des Vertriebsmanagements und können Aufgabenstellungen adäquat formulieren • sind befähigt zur Erkennung und umsetzungsbezogenen Anwendung der Psychologie der Kommunikation im speziellen Einzelfall • können Sozialtechniken der Kommunikation anwenden • haben die Kompetenz durch Maßnahmen der integrierten Marketing-Kommunikation die zielführende Aktivierung des Marktpotenzials zu erreichen • sind fähig, die Möglichkeiten der Akquisition und Kundenbindung durch das professionelle Vertriebsmanagement zu beurteilen und einzusetzen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Psychologische Aspekte im Marketing Relationship Management • Bedeutung und Aufgaben der Marketing-Kommunikation • Aufmerksamkeitsstarke Bildkommunikation und Sozialtechniken • Markenmanagement, Imagepolitik und Corporate Identity • Der Communication Cycle – mit 11 Phasen zum Erfolg • Kreativität und Gestaltungsprinzipien • Grundlagen für professionelles Vertriebsmanagement • Inhalt und Zielsetzung des Vertriebsmanagements • Kundenlebenszykluskonzept und Vorgehensweisen 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Der Selling Cycle – mit 11 Phasen zum Erfolg • Wirkungsgrößen, Erfolgskennziffern und Controlling
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter und Claudia HELLWIG, 2016. Professionelles Vertriebsmanagement: der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht. 4. Auflage. Erlangen: PUBLICIS. ISBN 978-3-89578-437-8, 978-3-89578-938-0 • HOFBAUER, Günter und Christina HOHENLEITNER, 2005. Erfolgreiche Marketing-Kommunikation: Wertsteigerung durch Prozessmanagement. München: Vahlen. ISBN 3-8006-3239-X • HOFBAUER, Günter, 2015. The Characterization of Alpha Communicators in the Context of Communication and Diffusion. In: Journal of Business and Economics. 6(1), S.50-58. ISSN 2155-7950 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter und Barbara SCHÖPFEL, 2010. Professionelles Kundenmanagement: ganzheitliches CRM und seine Rahmenbedingungen. Erlangen: PUBLICIS. ISBN 978-3-89578-331-9, 3-89578-331-5 • HOFBAUER, Günter, Thomas FINK und Karina HOFBAUER, 2014. Erfolgreich verhandeln: so kommen Sie gezielt zum Vertragsabschluss. Berlin: Uni-Edition. ISBN 978-3-944072-25-8

2.3 MS: Marktforschung						
Modulbezeichnung	Marktforschung			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Heinisch, Stefan; <u>Raab-Kuchenbuch, Andrea</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Marktforschung (SP_MS2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 – schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind mit den in der Praxis eingesetzten Marketingfor- schungsmethoden vertraut und können diese systematisch im Rahmen des Marketingforschungsprozesses anwenden. • Studierende können die wichtigsten Verfahren der statistischen Datenana- lyse anwenden und kennen deren Möglichkeiten und Grenzen. • Studierende sind in der Lage, praktische Marketingforschungsproblemstel- lungen eigenständig zu lösen. • Studierende bekommen eine praktische Einführung in die Software SPSS und sind in der Lage, Outputs zu interpretieren 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Marktforschung und Marketingforschung im Kontext • Der Marketingforschungsprozess • Untersuchungsziel erkennen und definieren • Forschungsplan erstellen und Daten erheben • Erhobene Daten analysieren und interpretieren • Marketingforschung anhand einer praktischen Arbeit • Einführungstraining in SPSS 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • RAAB, Andrea, Andreas POOST und Simone EICHHORN, 2009. Marke- tingforschung - Ein praxisorientierter Leitfaden. ISBN 978-3170207509 • BEREKOVEN, Ludwig, ECKERT, Werner, ELLENRIEDER, Peter, 2006. Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung [on- line]. Wiesbaden: Gabler PDF e-Book. ISBN 3-8349-0317-5, 978-3-8349- 0317-4. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9062-4. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • NIESCHLAG, Robert, Erwin DICHTL und Hans HÖRSCHGEN, 2002. Marketing. 19. überarb. u. erg. Aufl., Duncker & Humblot. ISBN 978-3-428-10930-2 • SCHWARZE, Jochen, 2013. Aufgabensammlung zur Statistik. 7., vollst. überarb. Auflage. Berlin: NWB Verlag. ISBN 978-3-482434570 • BOURIER, Günther, 2014. Statistik-Übungen: beschreibende Statistik, Wahrscheinlichkeitsrechnung, schließende Statistik [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-05994-1, 978-3-658-05995-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-05995-8. • GÜNTHER, Martin, Ulrich VOSSEBEIN und Raimund WILDNER, 2006. Marktforschung mit Panels: Arten, Erhebung, Analyse, Anwendung. 2. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-409-22244-8, 978-3-409-22244-0 <p>Empfohlen: Keine</p>
--	---

2.3 MS: Marketing Performance mit Produkt und Preis

Modulbezeichnung	Marketing Performance mit Produkt und Preis	Modulnummer	2.3			
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Hofbauer, Günter; Sangl, Anita					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Marketing Performance mit Produkt und Preis (SP_MS3)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können Kundenwünsche zur Aufdeckung von Marktpotenzialen interpretieren und eine bedarfsgerechte Angebotserstellung formulieren • können Kaufentscheidungsprozesse analysieren und erhalten ein tiefes Verständnis für das Käuferverhalten sowohl von Unternehmen als auch von Konsumenten • können dieses Wissen nutzen, um die Performance bildenden Komponenten zu gestalten und aufeinander abzustimmen • kennen durch die vertiefende Darstellung des Produktmanagementprozesses die kritischen Erfolgsgrößen für Innovationen • besitzen die Kompetenz durch Maßnahmen des Produktmanagements die Erfolgspotenziale des Unternehmens zu nutzen • sind befähigt zur selbstständigen Anwendung der Marketinginstrumente in der Praxis • sind befähigt, Produkt- und Innovationsprozesse zielorientiert zu führen und adäquat zu beurteilen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen für das Produktmanagement • Innovation und Technologie • Kaufentscheidungsprozesse als Basis für die Produktgestaltung • Integriertes Beschaffungsmarketing • Diffusionsmanagement und die Verbreitung von Innovationen • Professionelles Preis- und Kostenmanagement • Rechtliche Rahmenbedingungen • Organisation und Anforderungen an das Produktmanagement 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Prozessorientierung im Produktmanagement • Der Produktmanagement Cycle – mit 11 Phasen zum Erfolg
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter und Anita SANGL, 2018. Professionelles Produktmanagement: der prozessorientierte Ansatz, Rahmenbedingungen und Strategien. 3. Auflage. Erlangen: Publicis Pixelpark. ISBN 978-3-89578-473-6, 3-89578-473-7 • HOFBAUER, Günter und Sabine KNÖR, 2015. Professionelles Preismanagement: die Komponenten langfristig wirksamer Preisgestaltung. Erlangen: Publicis. ISBN 978-3-89578-454-5, 3-89578-454-0 • HOFBAUER, Günter und Sabine BERGMANN, 2012. Prinzipien des Innovations- und Technologiemanagements. Ingolstadt: Fachhochschule. ISBN http://opus4.kobv.de/opus4-haw/frontdoor/index/index/id/39/docId/39 • HOFBAUER, Günter und HOFBAUER, Karina, 2016. The Innovation-Alignment-Portfolio to balance Exploitation and Exploration of Innovations. In: China-USA Business Review. 2016(9), S.417-424. ISSN 1537-1514 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter und Karoline DÜRR, 2011. Der Kunde - das unbekannte Wesen: psychologische und soziologische Einflüsse auf die Kaufentscheidung. 2. Auflage. Berlin: Uni-Ed. ISBN 978-3-942171-19-9

2.3 MS: Digital Marketing						
Modulbezeichnung	Digital Marketing			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Decker, Alexander</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Digital Marketing (SP_MS4)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben; v.a. auch über Online-Recherche) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erwerben vor allem anwendungs- und praxisorientiertes Wissen rund um Digital Marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie verstehen die Grundlagen der Strategieentwicklung in Online Marketing inkl. Social Media. • Sie verstehen die wichtigsten Tools im Digital Marketing und deren Aufbau und Funktionsweisen. • Sie kennen die Formen, Anwendungsmöglichkeiten, Analyse-Methoden von Social-Media-Plattformen. • Sie können Best von Worst Cases im Digital Marketing unterscheiden. • Sie wissen wie die verschiedenen Tools im unternehmerischen Alltag anzuwenden sind und worauf bei welchem Tool gesondert zu achten ist. • Sie lernen ausgewählte Digital-Marketing-Tools zu verstehen und anzuwenden. • Sie kennen die wichtigsten Do's and Don'ts im digitalen Marketing. • Sie sind fähig das erworbene Wissen im Rahmen eines Praxisprojekts anzuwenden. • Sie trainieren auch ihre analytischen Fähigkeiten, Präsentationstechniken und Kommunikationsfähigkeiten. 					
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung und Überblick zum Digitalen Marketing 2. Grundlagen der Website-Gestaltung 3. Klassische Instrumente des Digitalen Marketing <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Display Advertising 					

	<p>3.2 SEO</p> <p>3.3 SEA</p> <p>3.4 Affiliate Marketing</p> <p>3.5 E-Mail-Marketing</p> <p>4. Weiterführende Instrumente im Digitalen Marketing</p> <p>4.1. Content Marketing</p> <p>4.2. Virales Marketing</p> <p>4.3. AR, MR und VR</p> <p>4.4. Gamification</p> <p>5. Social Media Marketing – Der SoMe-Strategie-Prozess</p>
Hinweis	Keine
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DECKER, Alexander (2019): Der Social-Media-Zyklus. Springer Gabler. ISBN 3658228725/ EAN 9783658228729 • KINGSNORTH, Simon (2016): Digital Marketing Strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page. ISBN 978-0749474706 • KREUTZER, Ralf T. (2018): Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte Instrumente – Checklisten. Springer Gabler. ISBN 978-3658179113 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BABKA, Stefanie (2016): Social Media für Führungskräfte: Behalten Sie das Steuer in der Hand. Springer Gabler. ISBN 978-3658057664 • CHAFFEY, Dave & ELLIS-CHADWICK, Fiona (2012): Digital Marketing – Strategy, Implementation and Practice. 5. Auflage. Harlow: Pearson. ISBN 978-0273746102 • GRABS, Anne; BANNOUR, Karim-Patrick; VOGL, Elisabeth (2018): Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram und Co. Rheinwerk Computing. ISBN 978-3836262316 • JARVIS, Jeff (2009): What would Google do. Harper Business. ISBN 978-0061709715 • KREUTZER, Ralf T.; LAND, Karl-Heinz (2016): Digitaler Darwinismus: Der stille Angriff auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Marke. Springer Gabler. ISBN 978-3-658-11305-6 • LAMMENNETT, Erwin (2019): Praxiswissen Online-Marketing. Springer Gabler. 7. Auflage. ISBN 978-3658251345 • PEIN, Vivian (2018) Der Social Media Manager. Handbuch für Ausbildung und Beruf. Reinwerk Computing. 3. Auflage. ISBN 978-3836256193 • RYAN, Damian (2015): Understanding Social Media: How to create a plan for your business that works. Kogan Page. ISBN 978-0749473563 <p>Aber v.a. auch viel Recherche im WWW</p>

2.3 HR: Personal- und Organisationsentwicklung						
Modulbezeichnung	Personal- und Organisationsentwicklung			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Doyé, Thomas; Grein, Eberhard; <u>Lieske, Claudia</u> ; Regler, Michaela					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Personal- und Organisationsentwicklung (SP_HR1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Personal- und Organisationsentwicklung):</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen und Bestandteile des HR Managements und des Organisationsmanagements. Die Studierenden sind mit den Grundlagen und -prinzipien der Personal- und Organisationsentwicklung vertraut.</p> <p>Die Studenten haben einen tieferen Einblick in Arbeitsrechtsthemen sowie internationales HR Management und einen Überblick über Change Management als aktuelles Feld des Organisations- und Personalmanagements. Sie verstehen die Bedeutung von Mitarbeitern als Human Capital und kennen verschiedene Aspekte der Vergütung von Mitarbeitern.</p>					
Inhalte des Moduls	<p>Personal- und Organisationsentwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgabenfelder des HR Managements und des Organisationsmanagement in Zeiten der Digitalisierung und Globalisierung • HR Rollen, Human Capital, HR Werttreiber+ Feedback • Internationales HR-Management • Variable Vergütung + Betriebliche Zusatzleistungen • Begründung, Inhalte + Beendigung von Arbeitsverträgen • Besonderer Kündigungsschutz • Change Management als aktuelles Feld des Organisations- und Personalmanagements • Personalbeurteilung + Personalplanung 					

Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DOWLING, Peter J., Marion FESTING und Allen D. ENGLE, 2017. International human resource management. 7. Auflage. Andover: Cengage Learning. ISBN 978-1-4737-1902-6 • EISELE, Daniela und Thomas DOYÉ, 2010. Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre: Wertschöpfungskette Personal. 7. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-020095-1, 978-3-17-029451-6 • BERTHEL, Jürgen und Fred G. BECKER, 2017. Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 11. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH. ISBN 978-3-7910-3738-7 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DOYÉ, Thomas, MARTIN, Richard, 2010. Organisationsentwicklung und Abbau von Widerständen gegen Veränderungen. In: Change management. • APPEL, Wolfgang, 2013. Digital Natives: was Personaler über die Generation Y wissen sollten [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-00543-6, 978-3-658-00542-9. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-00543-6. • OLFERT, Klaus, 2016. Personalwirtschaft. 10. Auflage. Herne: Kiehl. ISBN 978-3-470-49680-1

2.3 HR: Human Resource Management						
Modulbezeichnung	Human Resource Management		Modulnummer	2.3		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Münichsdorfner, Daniel; <u>Quenzler, Alfred</u> ; Schütz, Stefan					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Human Resource Management (SP_ HR2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Human Resource Management Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> kennen die wichtigsten Aufgabenfelder, Instrumente und Themengebiete des Human Resource Management können diese Kenntnisse auf konkrete Problemstellungen anwenden. 					
Inhalte des Moduls	Human Resource Management: Exemplarische Vertiefung ausgewählter Schwerpunktthemen anhand von Übungen und Case Studies. <ul style="list-style-type: none"> Employer Branding und Arbeitgeberattraktivität in Zeiten des Fachkräftemangels Arbeitsorganisation 4.0. und New Work in Zeiten der Digitalisierung Die Bedeutung von Unternehmenskultur und Werten Social Media als zentrales Instrument im Recruitingprozess Arbeitszufriedenheit und lebensbegleitendes Lernen Demographiebasiertes Personalmanagement Talent Management als strategisches HR Thema Kennen von innovativen Personalinstrumenten wie Talent Relationship Management Einsatz konkreter Instrumente und Verfahren des operativen Personalmanagements HR Controlling als Basis sinnvoller Planungen Bearbeitung praxisbezogener Fallstudien und Beispiele 					
Hinweis						

<p>Literatur</p>	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • EISELE, Daniela und Thomas DOYÉ, 2010. Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre: Wertschöpfungskette Personal. 7. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-020095-1 • FESTING, Marion, 2011. Internationales Personalmanagement [online]. Wiesbaden: Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-8349-0379-2, 3-8349-0379-5. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6421-2. • DESSLER, Gary, 2017. Human resource management. 15. Auflage. Boston; Munich [und viele weitere]: Pearson. ISBN 978-1-292-15210-3, 1-292-15210-9 • BARTSCHER, Thomas und Regina NISSEN, 2017. Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. 2. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-281-1, 3-86894-281-5 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ULRICH, David, 1999. Strategisches Human-Resource-Management. München; Wien: Hanser. ISBN 3-446-21228-0 • JUNG, Hans, 2017. Personalwirtschaft [online]. Berlin; Boston: De Gruyter Oldenbourg PDF e-Book. ISBN 978-3-11-049309-2, 978-3-11-049153-1. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1515/9783110493092. • SCHOLZ, Christian, 2014. Personalmanagement: informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. 6. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-4869-6, 978-3-8006-3680-8
-------------------------	--

2.3 HR: Personal- und Organisationsentwicklung Projekte						
Modulbezeichnung	Personal- und Organisationsentwicklung Projekte			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Quenzler, Alfred</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Personal- und Organisationsentwicklung Projekte (SP_ HR3)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen Konzepte, Verfahren und Instrumente der Organisationsentwicklung und des HR-Managements sind fähig, anhand konkreter Praxisprojekte von Partnerunternehmen Konzeptionen und konkrete Lösungsvorschläge für aktuelle Fragestellungen von Unternehmen und Praxisprobleme zu erarbeiten können problemlösungsorientiert und strukturiert arbeiten, konkrete Umsetzungskompetenz anwenden sowie zielgerichtet präsentieren. 					
Inhalte des Moduls	<p>Beispiele bisheriger Projekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> Optimierung von Studentenbindungsprogrammen Social Media: Welche Kanäle sind für Zielgruppen relevant? Analyse des spanischen Arbeitgebermarktes Erarbeitung eines Konzeptes zur Einführung von „Campus Scouts“ Benchmark Karriereseiten international agierender Unternehmen Evaluierung der Unternehmenskultur in Unternehmen Prozessorientierte Organisation des Personalwesens Einführung eines firmenspezifischen PE/OE-Konzeptes Talent Relationship Management in internationalen Unternehmen Konzeption und Durchführung einer Mitarbeiterbefragung Analyse und Einführungsstrategie für ein Online-Game eines Großunternehmens 					
Hinweis						

Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none">• MEYER, Helga, REHER, Heinz-Josef, 2016. Projektmanagement: Von der Definition über die Projektplanung zum erfolgreichen Abschluss [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-07569-9, 978-3-658-07568-2. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-07569-9. <p>Empfohlen: Keine</p>
------------------	---

2.3 HR: CSR and Compliance Management

Modulbezeichnung	CSR and Compliance Management	Modulnummer	2.3			
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Barfuß, Georg Stephan</u> ; Büchl, Reinhard; Kühl, Christian					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	CSR and Compliance Management (SP_ HR4)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN – mündliche Prüfung					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know the concept of CSR and are able to explain the theoretical background to the concept. • are able to embed the CSR concept into the framework of sustainable development in general and business administration in particular. • know the shareholder and the stakeholder approach and have formed their own idea of what a business is there for and what place it takes in society. • are able to work with the basic concepts of sustainability controlling and understand the most important key performance indicator (KPI) in that respect. • are able to relate their theoretical knowledge to practical case studies and form an opinion on the CSR activities of companies. • know the concept of compliance and are able to comprehend compliance as a major issue when doing business globally. • understand how compliance influenced by law and company regulations is linked to the ethical behavior of each individual and how they can act accordingly. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • CSR and the theory of business administration: contradiction in terms? • Is business part of society or “is the business of business business”? • Definition of CSR and relation to the concept of sustainability/sustainable development • Shareholder vs. Stakeholder approach • The four theories of CSR, or: why business should try to do good • Is there a “business case” for CSR? 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Sustainability Controlling: green controlling and other measurement techniques • How to implement CSR: examples/case studies from the automotive (and other) industry • Definition of compliance with an international scope • Perception of compliance in different countries and companies • Structure and concepts for corporate compliance • Compliance challenges when making business in a global environment
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FREEMAN, R. Edward, Jeffrey S. HARRISON, Andrew WICKS, Bidhan L. PARMAR and Simone DE COLLE, 2011. Stakeholder Theory. The State of the Art. New York: Cambridge University Press. ISBN 978-0521137935 • ERNST & YOUNG, 2014. Global Fraud Survey; Overcoming compliance fatigue; Reinforcing the commitment to ethical growth. 13th Global Fraud Survey • http://www.thinkib.net/psychology/page/676/compliance-techniques <p>Empfohlen:</p> <p>None</p>

2.3 DB: Business Intelligence & Business Analytics						
Modulbezeichnung	Business Intelligence & Business Analytics			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Bernhard, Anna</u> ; Weichselsdorfer, Kerstin					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business Intelligence & Business Analytics (SP_DB1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer sollten das Modul 1.6 Digital Business Grundlagen erfolgreich abgelegt haben. Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> verstehen die Datenflüsse innerhalb von Unternehmen und sind mit den Prinzipien der Systemlandschaften innerhalb von Unternehmen von der Erhebung der Daten über die Verarbeitung bis hin zum Reporting auf verschiedenen Management-Ebenen vertraut. kennen den Business Intelligence Prozess, die Entwicklungen und die Einsatzmöglichkeiten von BI-Systemen. kennen die Abgrenzung zu operativen Systemen und die Gründe dafür. kennen die Grundlagen betriebswirtschaftlicher Kennzahlensysteme für verschiedene Management-Ebenen und können diese Kennzahlen konkret aus einer Menge an Daten erarbeiten. sind vertraut im Umgang mit Big Data und sind in der Lage mit verschiedenen Analysemöglichkeiten des Data Minings umzugehen. kennen die Architektur und die wichtigsten Elemente eines Data Warehouse. sind in der Lage - auf Basis eines konkreten Business Cases - den kompletten BI-Prozess inkl. Reporting auf Basis einer betriebswirtschaftlichen Fragestellung anhand einer BI-Software in Grundzügen selbst umzusetzen. sind in der Lage, die Eigenschaften von Enterprise Resource Planning zu beschreiben und können in diesem Zusammenhang ERP-Systeme und deren Architektur im Kontext des Informationsmanagements einordnen. kennen Vor- und Nachteile einer Standardsoftware und können diese in ihren wesentlichen Grundzügen an die unternehmensspezifischen Anforderungen anpassen. 					

	<p>rungen anpassen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • können Geschäftsvorfälle in einem bereits konfigurierten System erfassen und mittels Fallstudien im System arbeiten. • verstehen die Herausforderungen bei der Einführung neuer ERP-Systeme im Unternehmen.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung eines oder mehrerer klassischer Prozesse (z.B. Purchase-to-Pay, Order-to-Cash, Produktion) in SAP ERP anhand einer konkreten Fallstudie • Anpassungen der Organisationsstruktur beim Setup eines neuen Systems (nur lesend) • Anwender- und Beratersicht • Überblick und Einordnung von Data Analytics, Big Data und Business Intelligence • Schichtenarchitektur analytischer Anwendungssysteme • Data-Warehousesysteme und Architekturvarianten • Anwendung von Datenanalysemethoden • Entwicklung und Umsetzung von Reporting- Lösungen mittels BI-Tools
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRONAU, Norbert, 2014. Enterprise Ressource Planning - Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen. Berlin [u.a.]: De Gruyter Oldenbourg. ISBN 978-3-486755749 • KEMPER, Hans-Georg, Henning BAARS und Walid MEHANNA, 2010. Business Intelligence- Grundlagen und praktische Anwendung. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3-4807192 • GLUCHOWSKI, Peter und Peter CHAMONI, 2016. Analytische Informationssysteme: Business Intelligence-Technologien und -Anwendungen. 5. Auflage. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3-662-47762-5, 3-662-47762-9 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MERTENS, Peter, 2013. Integrierte Informationsverarbeitung 1. 18. Aufl. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3834943941 • MERTENS, Peter und Marco Meier, 2009. Integrierte Informationsverarbeitung 2. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3834910011

2.3 DB: Electronic und Mobile Business						
Modulbezeichnung	Electronic und Mobile Business			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Locher, Christian; <u>Stummeyer, Christian</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Electronic und Mobile Business (SP_DB2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer sollten das Modul 1.6 Digital Business Grundlagen erfolgreich abgelegt haben. Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> kennen die betriebswirtschaftlichen und technischen Hintergründe des E- und M-Business verstehen die besondere Mechanik internetbasierter Geschäftsmodelle sind in der Lage, eine E-Business-Geschäftsidee in einen aussagekräftigen Business Case umzusetzen können die Komplexität der technischen Unterstützung eines E-Business-Prozesses einschätzen, nachdem sie dies exemplarisch im Rahmen einer praktischen Arbeit im Team umsetzen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Was heißt E- und M-Business? Betriebswirtschaftliche und technische Hintergründe Klassische Anwendungsfälle – unternehmensinterne und unternehmensübergreifende Prozesse Internet-Ökonomie: Regeln und Mechanik internetbasierter Geschäftsmodelle Vertiefung E-Commerce Arbeit im Team zur Ausarbeitung eines E-Business-Geschäftsmodells Arbeit im Team zur Planung und Umsetzung eines Anwendungssystems 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> KOLLMANN, Tobias, 2016. E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der digitalen Wirtschaft. 6. Auflage. Wiesbaden: 					

	<p>Springer Gabler. ISBN 978-3-658-07669-6, 3-658-07669-0</p> <ul style="list-style-type: none">• HEINEMANN, Gerrit, 2017. Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-15384-7, 978-3-658-15383-0. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-15384-7. <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• GRAF, Alexander und Holger SCHNEIDER, 2015. Das E-Commerce Buch: Marktanalysen - Geschäftsmodelle - Strategien. Frankfurt am Main: dfv Mediengruppe Fachbuch. ISBN 978-3-86641-307-8
--	--

2.3 DB: Prozess- und IT-Management						
Modulbezeichnung	Prozess- und IT-Management			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Hofmann, Jürgen; <u>Schmidt, Werner</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Prozess- und IT-Management (SP_DB3)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Teilnehmer sollten das Modul 1.6 Digital Business Grundlagen erfolgreich abgelegt haben. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Bedeutung des Geschäftsprozessmanagements (GPM / BPM) für die beständige (Neu-)Ausrichtung der Geschäftsprozesse der Unternehmen am Kunden • können ausgewählte Methoden und Softwarewerkzeuge des integrierten BPM-Zyklus in den einzelnen Aktivitätsbündeln des Zyklus anwenden • kennen das Betätigungsfeld und das Aufgabenspektrum von IT-Führungskräften • kennen wesentliche Aspekte von IT-Organisation ebenso wie die aktuellen organisatorischen Ansätze im Zusammenhang mit der Digitalisierung von Unternehmen • verstehen die wesentlichen IT-Prozesse gemäß ITIL und ISO 20.000 und können sie im Unternehmenskontext anwenden • haben das Hintergrundwissen über die relevanten IT-Outsourcingformen sowie die wesentlichen Schritte und die damit zusammenhängenden Aufgabenstellungen und kritischen Erfolgsfaktoren beim Prozess des Outsourcings von IT-Dienstleistungen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Geschäftsprozessmanagement (GPM) / Business Process Management (BPM): GPM/BPM als Motor der Digitalisierung • Vorgehensmodell (Identifikation, Darstellung, Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen) • Gestaltung von Prozessen mit Hilfe moderner IT-Werkzeuge: Vom Modell zum ausführbaren Workflow • Monitoring von Prozessen: Business Process Intelligence • Aufbauorganisatorische Aspekte der IT (inkl. Zusammenarbeit IT- und 					

	<p>Fachabteilung), auch im Zusammenhang mit Digital Business</p> <ul style="list-style-type: none"> • IT-Outsourcing (inkl. Cloud Computing) • IT-Prozesse (inkl. Ansätze zu ITIL)
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFMANN, Jürgen und Werner SCHMIDT, 2010. Masterkurs IT-Management. 2. Auflage. Wiesbaden: Vieweg+Teubner Verlag. ISBN 978-3-8348-0842-4 • WESKE, Mathias, 2012. Business Process Management. 2. Auflage. Berlin: Springer-Verlag. ISBN 978-3-642-44441-8 <p>Empfohlen:</p> <p>Keine</p>

2.3 UR: Ertragsteuern						
Modulbezeichnung	Ertragsteuern			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Alt, Markus; Bauer, Christian					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Ertragsteuern (SP_UR1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • können mit dem Ertragsteuerrecht arbeiten • kennen die Normen und Wirkungen der Ertragsteuern sowie die Wechselwirkungen von Steuer- und Handelsbilanz • können die für Unternehmen relevanten ertragsteuerlichen Zusammenhänge erkennen und Gestaltungen erarbeiten 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Einkommensteuer mit Schwerpunkt auf der Besteuerung unternehmerischer Tätigkeit natürlicher Personen • Besonderheiten bei der Mitunternehmerschaft • Vertiefung der Körperschaftsteuer • Vertiefung der Gewerbesteuer • Bilanzsteuerliche Grundlagen • Überblick zur Organschaft und zum Umwandlungssteuerrecht 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • HOTTMANN, Jürgen, Markus BECKERS und Heribert SCHUSTEK, 2017. Einkommensteuer. 22. Auflage. • ZENTHÖFER, Wolfgang und Matthias ALBER, 2016. Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer. 17. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3558-1, 3-7910-3558-4 Empfohlen: Keine					

2.3 UR: Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern						
Modulbezeichnung	Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Jordan, Markus</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern (SP_UR2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, die wichtigsten Grundlagen des Besteuerungsverfahrens in Deutschland auf einfach strukturierte praxisorientierte Fallgestaltungen anzuwenden, • kennen die Grundlagen des deutschen Erbrechts und der wesentlichen Normierungen des Erbschaft- und Schenkungsteuerrechts einschließlich der maßgebenden Vorgaben des Bewertungsgesetzes, • verstehen die praktische Relevanz grundlegender Regelungen des deutschen Umsatzsteuerrechts einschließlich der Umsatzbesteuerung innerhalb der Europäischen Union (EU), • wissen wesentliche Normen der Verkehrssteuern, der Substanzsteuern und des Bewertungsrechts und • kennen die Wirkungen und die Gestaltungen der Verkehrs- und der Substanzsteuern. 					
Inhalte des Moduls	<p>Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern:</p> <p>Grundlagen des Steuerverfahrens:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsbestimmungen der Abgabenordnung • Grundlagen des Steuerschuldverhältnisses und Besteuerungsverfahrens • Ausgewählte Grundlagen der Durchführung der Besteuerung • Grundlagen des außergerichtlichen sowie des gerichtlichen Rechtsbehelfsverfahrens • Grundlagen des Steuerstraf- und -Ordnungswidrigkeitsrechts <p>Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge des Erbrechts 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zum Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht • Steuerliche Bewertung, vor allem von Grundstücken und Betriebsvermögen <p>Grundlagen des Umsatzsteuerrechts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Steuerbare und steuerpflichtige Umsätze einschließlich der Umsatzbesteuerung in der EU • Ortsbestimmung und Steuerbefreiungen im Umsatzsteuerrecht • Der Vorsteuerabzug • Grundlegendes zum Besteuerungsverfahren im Umsatzsteuerrecht
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ANDRASCEK-PETER, Ramona und Wernher BRAUN, 2018. Lehrbuch Abgabenordnung. 21. Auflage. Herne/Berlin: nwb-Verlag. ISBN 978-3-482-67511-9 • ANDRASCEK-PETER, Ramona und Wernher BRAUN, 2017. Fallsammlung Abgabenordnung. 18. überarb. Auflage. Herne/Berlin: nwb-Verlag. ISBN 978-3-482-53638-0 • HELMSCHROTT, Hans, Jürgen SCHAEBERLE und Thomas SCHEEL, 2016. Abgabenordnung. 16. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag. ISBN 978-3-7910-3676-2 • HEIL, Michael, 2017. Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer. 4. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7992-6998-8 • MEISSNER, Gabi und Alexander NEESER, 2017. Umsatzsteuer. 24. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-4446-0 • HORSCHITZ, Harald, Walter GROß und Peter SCHNUR, 2011. Bewertungsrecht. 13. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3080-7 • GROOTENS, Mathias und Jörg KOLTERMANN, 2019. Lehr- und Trainingsbuch Bewertung und Erbschaftsteuer. 10. Auflage. Herne/Berlin: nwb-Verlag. ISBN 978-3-482-75500-2 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • AX, Rolf und andere, 2017. Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung. 21. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3705-9 • HORSCHITZ, Harald und andere, 2018. Erbschaft- und Schenkungsteuer, Bewertungsrecht. 19. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3701-1 • KURZ, Dieter und Gabi MEISSNER, 2017. Umsatzsteuer. 18. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3671-7

2.3 UR: Internationales Steuerrecht und unternehmerische Entscheidungen						
Modulbezeichnung	Internationales Steuerrecht und unternehmerische Entscheidungen			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Zellner, Elisabeth</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Internationales Steuerrecht und unternehmerische Entscheidungen (SP_UR3)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> haben Kenntnisse und Fähigkeiten zur fallorientierten Anwendung der Normen des Außensteuerrechts und der Doppelbesteuerungsabkommen auf kennen die Wirkungen des Außensteuerrechts und von Doppelbesteuerungsabkommen auf Inbound und Outbound – Investitionen kennen Gestaltungsmöglichkeiten bei grenzüberschreitenden Sachverhalten in Grundzügen können den Einfluss der Besteuerung auf unternehmerische Entscheidungen beurteilen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Internationalen Steuerrechts System des DBA-Rechts und die Zuordnung der Besteuerungsrechte anhand des OECD Musterabkommens Grundzüge des deutschen Außensteuergesetzes, insbesondere der Hinzuverdienstbesteuerung und Verrechnungspreise Gestaltung von Inbound und Outbound Investitionen aus deutscher steuerlicher Sicht Steuerbelastungsvergleiche und Rechtsformwahl Grundzüge der Internationalen Konzern-Steuerplanung. 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend:					

	<ul style="list-style-type: none">• BRÄHLER, Gernot, 2014. Internationales Steuerrecht: Grundlagen für Studium und Steuerberaterprüfung [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-03845-8, 9783658038441. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-03845-8. <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• FROTSCHER, Gerrit, 2015. Internationales Steuerrecht. 4., völlig überarbeitete Auflage 2015. München: BECK. ISBN 978-3-406-67870-7
--	--

2.3 UR: Internationale Rechnungslegung						
Modulbezeichnung	Internationale Rechnungslegung		Modulnummer	2.3		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Jordan, Markus</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Internationale Rechnungslegung (SP_UR4)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang IG geöffnet					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, sämtliche Elemente der externen Rechnungslegung nach HGB und IFRS zu benennen und entsprechende Aufstellungspflichten nach HGB und IFRS zu beschreiben • kennen das Instrumentarium der externen Rechnungslegung nach HGB und IFRS für verschiedene Bilanzposten • haben die Fähigkeit, bilanzpolitische Spielräume in der Jahresabschlussstellung sowohl zu erkennen und zu gestalten, wie auch zu analysieren und zu kritisieren • kennen die Grundlagen, Aufgaben und Methoden der Wirtschaftsprüfung sowie das generelle Vorgehen bei einer Abschlussprüfung • haben die praktische Umsetzung des erworbenen Wissens über Fallstudien trainiert. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Funktionen der (Konzern-)Rechnungslegung • Überblick über die Internationale Rechnungslegung nach IFRS • Überblick über die Konzernrechnungslegung nach IFRS im Vergleich zu HGB • Vergleich der Bilanz nach IFRS zur Bilanz nach HGB • Vergleich der Ergebnisrechnung nach IFRS zur Gewinn- und Verlustrechnung nach HGB • Gegenüberstellung der Berichterstattung im Anhang nach IFRS zur nationalen Rechnungslegung nach HGB • Segmentberichterstattung nach IFRS • Eigenkapitalveränderungsrechnung nach IFRS • Kapitalflussrechnung nach IFRS • Grundlagen der externen Konzernrechnungslegung 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Tätigkeitsfelder eines Wirtschaftsprüfers und normative Grundlagen der Abschlussprüfung • Berufsgrundsätze und Siegelführung • Grundlagen des risikoorientierten Prüfungsansatzes • Übersicht über die Bausteine einer Abschlussprüfung • Inhalte der wesentlichen Prüfungsaussagen in Prüfungsbericht, Bestätigungsvermerk und Sitzungen der Kontrollorgane
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GESETZESSAMMLUNG/STANDARDS, IFRS-Texte sowie HGB bzw. Wirtschaftsgesetze (aus dem NWB- oder Beck-Verlag). • BAETGE, Jörg, Hans-Jürgen KIRSCH und Stefan THIELE, 2019. Bilanzen. 15. Auflage. Düsseldorf: IDW Verlag GmbH. ISBN: 978-3-8021-2431-0 • BAETGE, Jörg, Hans-Jürgen KIRSCH und Stefan THIELE, 2017. Konzernbilanzen. 12. Auflage. Düsseldorf: IDW-Verl. ISBN 978-3802121371 • COENENBERG, Adolf Gerhard, Axel HALLER und Wolfgang SCHULTZE, 2018. Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 25. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag. ISBN 978-3-7910-4112-4 • KIRSCH, Hanno, 2017. Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS. 11., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Herne/Berlin: NWB-Verlag. ISBN 978-3-482-67121-0 • KÜTING, Karlheinz und Claus-Peter WEBER, 2018. Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS. 14. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3730-1 • MARTEN, Kai-Uwe, Reiner QUICK und Klaus RUHNKE, 2015. Wirtschaftsprüfung: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und internationalen Normen. 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3438-6 • PELLENS, Bernhard und andere, 2017. Internationale Rechnungslegung: IFRS 1 bis 16, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe: mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie. 10. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3661-8 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BUCHHOLZ, Rainer, 2018. Internationale Rechnungslegung: die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und HGB – mit Aufgaben und Lösungen. 14. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. ISBN 9783503181889 • INSTITUT DER WIRTSCHAFTSPRÜFER (IDW) (HRSG.), 2019. Wirtschaftsprüfer-Handbuch. 16. Auflage. Düsseldorf: IDW-Verlag. ISBN 978-3-8021-2193-7 • INSTITUT DER WIRTSCHAFTSPRÜFER (IDW) (HRSG.), 2017. IDW-Praxishandbuch zur Qualitätssicherung ...: mit Arbeitshilfen zur internen Qualitätssicherung und zum risikoorientierten Prüfungsvorgehen bei der Prüfung kleiner und mittelgroßer Unternehmen. 11. Auflage. Düsseldorf: IDW-Verlag. ISBN: 978-3-8021-2136-4

2.3 IM: International Business						
Modulbezeichnung	International Business			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Dozent im Ausland					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	International Business (SP_IM1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Wird von der Partnerhochschule bestimmt					
Inhalte des Moduls	Wird von der Partnerhochschule bestimmt					
Hinweis						
Literatur	Wird von der Partnerhochschule bestimmt					

2.3 IM: International Culture						
Modulbezeichnung	International Culture			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Dozent im Ausland					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	International Culture (SP_IM2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Wird von der Partnerhochschule bestimmt					
Inhalte des Moduls	Wird von der Partnerhochschule bestimmt					
Hinweis						
Literatur	Wird von der Partnerhochschule bestimmt					

2.3 IM: International Finance						
Modulbezeichnung	International Finance			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Dozent im Ausland					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	International Finance (SP_IM3)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Wird von der Partnerhochschule bestimmt					
Inhalte des Moduls	Wird von der Partnerhochschule bestimmt					
Hinweis						
Literatur	Wird von der Partnerhochschule bestimmt					

2.3 TIE: Statik, Festigkeit, Technische Systeme						
Modulbezeichnung	Statik, Festigkeit, Technische Systeme			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Wellnitz, Jörg</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Statik, Festigkeit, Technische Systeme (SP_TIE1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Der Studierende ist in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> eigene Berechnungen und Analysen für statische Tragwerke durchzuführen. einfache Aufgaben der Festigkeitslehre mit und ohne Hilfsmittel zu lösen und Berechnungsergebnisse angeben. eigenständige einfache Tragwerken der Technischen Mechanik zu bewerten und zu beurteilen. einfache Konstruktionszeichnungen durchzuführen und Zeichnungssätze abzuleiten. die Festigkeit von 1D und 2D Tragwerken einfacher Art für den Einsatz im Fahrzeugbau statisch und dynamisch zu analysieren. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Statik eindimensionaler und zweidimensionaler Systeme der Technischen Mechanik Flächenträgheitsmomente und Flächenmomente der Tragwerke der Technischen Mechanik Freischneiden und Definition von Schnittkräften von Spannungen und Dehnungen Tragwerkstheorie für Stab- und Balkentragwerke Festigkeitsbewertung und Analyse von Strukturbauteilen des Fahrzeugbaus. 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> BALKE, Herbert, 2014. Einführung in die Technische Mechanik: Festigkeitslehre [online]. Berlin [u.a.]: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-642-40981-3. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-642-40981-3. 					

	<ul style="list-style-type: none">• BALKE, Herbert, 2010. Einführung in die Technische Mechanik: Statik [online]. Berlin [u.a.]: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-642-10397-1, 978-3-642-10398-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-642-10398-8.• BERGER, Joachim, 1994. Technische Mechanik für Ingenieure: Band 2: Festigkeitslehre [online]. Wiesbaden: Vieweg+Teubner Verlag PDF e-Book. ISBN 978-3-322-89898-2, 978-3-528-04930-0. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-322-89898-2. <p>Empfohlen: Keine</p>
--	--

2.3 TIE: Technologie- und Innovationsmanagement						
Modulbezeichnung	Technologie- und Innovationsmanagement			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Augsdörfer, Peter</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Technologie- und Innovationsmanagement (SP_TIE2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung. Das Modul ist eine 1-semesterige, 50% wöchentliche virtuelle, 50% geblockte Präsenz-Lehrveranstaltung. Der virtuelle Teil wird jedes Semester angeboten, die geblockte Lehrveranstaltung nur nach dem Prüfungszeitraum im Sommersemester.					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> mit den erlernten Grundlagen zum Zusammenhang zwischen Unternehmenswert und Technologie eine semantisch und inhaltlich richtige Fachdiskussion auf Managementebene zu führen mit dem Ziel unternehmerische Vorteile zu erkennen, zu bewerten und in gewinnbringende Aktionen (Neu-Produktenwicklung oder Start-up) umzusetzen den Verlauf einer Technologieentwicklung und ihren Wandel zu verstehen und daraus eine unternehmerische Sensibilität zu entwickeln Neues anzugehen Innovationsprozesse zu organisieren mit besonderen Fokus auf die frühe Phase der Innovation („fuzzy front end“) Eine Technologie- und Innovationsstrategie zu entwickeln zur erfolgreichen Positionierung einer Firma die Bedeutung der evolutionstheoretischen Aspekte in der Unternehmensführung zu erkennen, mit dem Ziel, eine Firma langfristig finanziell erfolgreich und zugleich ökologisch zukunftsorientiert zu führen. 					
Inhalte des Moduls	<p>Inhaltlich hat der Kurs vier große Themen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Propädeutikum <ul style="list-style-type: none"> Einführung in das Technologie - Management Technologie-Verständnis <ul style="list-style-type: none"> Evolution der Technologie Technologie - Vektoren Technologie - Vielfalt 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Technologie - Design <p>3. Betriebliche Organisation von Innovation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation von F.u.E. • Innovationsprozesse • Gründe für innovative Aktivität • Management von kreativen Mitarbeitern • Technologie - Strategie • Technologie - Vorhersage • Lernprozesse von Technologie - Kompetenzen <p>4. Nationale Innovationssysteme</p>
Hinweis	Die Überprüfung der Ziele (Zielerreichungsgrad) wird durch die am Ende des Semesters stattfindende 90 min Prüfung festgestellt. Die Prüfung findet an der THI während des Prüfungszeitraums statt.
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TIDD, Joe und John BESSANT, 2018. Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. 5. Auflage. Chichester: Wiley. ISBN 111836063X <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BURGELMAN, Robert, Clayton CHRISTENSEN and Steven WHEEL-WRIGHT, 2008. Strategic Management of Technology and Innovation. 5. Aufl. Irwin, USA: McGraw-Hill Education. ISBN 978-0073381541

2.3 TIE: Entrepreneurship und Geschäftsmodelle						
Modulbezeichnung	Entrepreneurship und Geschäftsmodelle			Modulnummer	2.3	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Bader, Martin</u> ; Jünger, Michael					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Entrepreneurship und Geschäftsmodelle (SP_TIE3)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Instrumente der Geschäftsmodellierung gegeneinander abzugrenzen und anzuwenden. • die Bausteine eines Geschäftsmodells aufzuzählen und die Gestaltungselemente zu erläutern, die bei dessen Entwicklung zu beachten sind. • Informationskanäle als Datenbasis für die Erstellung eines Business Plans zu benennen und darin zielorientiert zu recherchieren. • als Entrepreneur einen Business Plan zu entwickeln und diesen vor einem Investorengremium zu verteidigen. • Praktische Tipps zur Geschäftsentwicklung erfolgreich anzuwenden. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Themen Business Planung und Geschäftsmodellierung. • Einführung in das computergestützte Planspiel TOPSIM - easyStartup! Produktion. • Erstellung eines Business Plans und dessen Verteidigung vor einem Investorengremium. • Durchführung des Planspiels mit einem 4-Perioden-Szenario in 5 Gruppen. • Endpräsentation mit Gegenüberstellung der geplanten Geschäftsentwicklung und der tatsächlich realisierten. 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • SCHALLMO, Daniel, 2013. Geschäftsmodellinnovation. München: Gabler. 					

	<p>ISBN 978-3-658-00245-9</p> <ul style="list-style-type: none"> • OSTERWALDER, Alexander und Yves PIGNEUR, 2010. Business Model Generation. Wiley. ISBN 978-0470876411 • OSTERWALDER, Alexander und andere, 2014. Value Proposition Design. Wiley. ISBN 9781118968055 • GRASSMANN, Oliver, Karolin FRANKENBERGER und Michael CSIK, 2013. Geschäftsmodelle entwickeln. Carl Hanser Verlag. ISBN: 978-3446435674 • FORD, Brian R., Jay M. BORNSTEIN und Patrick PRUITT, 2007. Business Plan Guide. 3. Auflage. Wiley. ISBN 978-0470112694 • VOGELSANG, Eva, Christian FINK und Matthias BAUMANN, 2012. Existenzgründung und Businessplan. Erich Schmidt Verlag ISBN: 978-3503138883 <p>Empfohlen: Keine</p>
--	---

2.4 Projektseminar zum Studienschwerpunkt Controlling und Finance						
Modulbezeichnung	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Controlling und Finance			Modulnummer	2.4	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Jordan, Markus</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Allgemeines Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Controlling und Finance (BW_PROJ_SEM_C)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	S - Seminar					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Teilnehmer sollten schon Module ihrer gewählten Schwerpunkte und das Modul 1.15 Projektmanagement erfolgreich abgelegt haben.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation 15-30 min mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • für sie neue Problemstellungen eigenständig zu strukturieren und dafür Lösungen zu entwickeln. • die in ihren Schwerpunktmodulen erworbenen Kenntnisse in einem realen Projekt mit externen Auftraggebern anzuwenden. • sich innerhalb einer angemessenen Zeit in eine Problemstellung einzuarbeiten und mögliche Problemlösungen zu erarbeiten. • die erarbeiteten Lösungsansätze zielgerichtet aufzubereiten und einem externen Auditorium zu präsentieren. 					
Inhalte des Moduls	Analyse ausgewählter für die externe Rechnungslegung bzw. für die Wirtschaftsprüfung maßgebender Aspekte bei diversen praktischen Fragestellungen; Kooperation mit dem Praxispartner Deloitte (München)					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • COENENBERG, Adolf Gerhard, Axel HALLER und Wolfgang SCHULTZE, 2018. Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 25. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag. ISBN 978-3-7910-4112-4 • BAETGE, Jörg, Hans-Jürgen KIRSCH und Stefan THIELE, 2019. Bilanzen. 15. Auflage. Düsseldorf: IDW Verlag GmbH. ISBN: 978-3-8021-2431-0 • BAETGE, Jörg, Hans-Jürgen KIRSCH und Stefan THIELE, 2017. Konzernbilanzen. 12. Auflage. Düsseldorf: IDW-Verl. ISBN 978-3802121371 • KÜTING, Karlheinz und Claus-Peter WEBER, 2018. Der Konzernab- 					

	<p>schluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS. 14. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3730-1</p> <ul style="list-style-type: none">• PELLENS, Bernhard und andere, 2017. Internationale Rechnungslegung: IFRS 1 bis 16, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe: mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie. 10. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3661-8 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Keine
--	---

2.4 Projektseminar zum Studienschwerpunkt Operations und Supply Chain Management						
Modulbezeichnung	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Operations und Supply Chain Management			Modulnummer	2.4	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Schröder, Jürgen</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Allgemeines Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Operations und Supply Chain Management (BW_PROJ_SEM_L)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	S - Seminar					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Teilnehmer sollten schon Module aus den gewählten Schwerpunkten sowie das Modul 1.15 Projektmanagement erfolgreich abgelegt haben.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation 15-30 min mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • können für sie neue Problemstellungen eigenständig strukturieren und dafür Lösungen entwickeln. • kennen verschiedene Verfahren wie Sankey-Diagramm, Wertstromanalyse, SMED, Value Added Heatmap. • können die in ihren Schwerpunktmodulen erworbenen Kenntnisse in einem realen Projekt mit externen Auftraggebern anwenden. 					
Inhalte des Moduls	Erarbeitung einer Ist-Analyse und eines Sollkonzepts sowie Präsentation der Ergebnisse vor den Entscheidungsträgern des Unternehmens. <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Projekt • Ist-Datenerhebung • Ist-Analyse (u.a. Sankey-Diagramm, Wertstromanalyse, SMED, Value Added Heatmap) mit Prozessdarstellung • Sollkonzept • Präsentation in englischer Sprache • Nachbereitung 					
Hinweis	Das Seminar richtet sich nicht nur an Studenten des Studienschwerpunktes Logistik. Die benötigten Methoden dienen der Prozessverbesserung, sind somit unabhängig vom Studienschwerpunkt, und werden in der Einführungsveranstaltung sowie dem Seminar erläutert.					

Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none">• SCHULTE, Christof, 2016. Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-5119-1. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800651191. Empfohlen: Keine
------------------	--

2.4 Projektseminar zum Studienschwerpunkt Marketing und Sales						
Modulbezeichnung	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Marketing und Sales			Modulnummer	2.4	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Kriegl, Bettina</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Allgemeines Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Marketing und Sales (BW_PROJ_SEM_M)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	S- Seminar					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Teilnehmer sollten schon Module aus den gewählten Schwerpunkten sowie das Modul 1.15 Projektmanagement erfolgreich abgelegt haben.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation 15-30 min mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Arbeit in einer Projektgruppe und damit auch der Teamarbeit in Unternehmen • sind in die Lage, selbständig ein Forschungsprojekt zu einer konkreten marketingspezifischen Fragestellung durchzuführen • sind sicher im Umgang mit Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens • sind im Stande, in der empirischen Untersuchung gewonnene Ergebnisse angemessen zu interpretieren und Implikationen für Forschung und Unternehmenspraxis abzuleiten 					
Inhalte des Moduls	Das Projektseminar zum Studienschwerpunkt Marketing und Sales erfordert von den Studierenden in Form von Arbeitsgruppen die Festlegung der Projektziele, eine fundierte Literaturanalyse, die Ableitung von Hypothesen, die Durchführung der Hauptstudie sowie die Auswertung der erhobenen Daten und abschließend die Interpretation der Ergebnisse. Die eigenständige Arbeit der Studierenden wird durch Lehrmodule zur qualitativen und quantitativen Marketingforschung ergänzt.					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • RAAB, Andrea, Andreas POOST und Simone EICHHORN, 2009. Marketingforschung - Ein praxisorientierter Leitfaden. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3170207509 Empfohlen: <ul style="list-style-type: none"> • FANTAPIÉ ALTOBELLI, Claudia, 2017. Marktforschung: Methoden, An- 					

Projektseminar zum Studienschwerpunkt HR Management und CSR						
Modulbezeichnung	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Personalmanagement			Modulnummer	2.4	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Regler, Michaela</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Allgemeines Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Personalmanagement (BW_PROJ_SEM_P)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	S - Seminar					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Teilnehmer sollten schon Module aus den gewählten Schwerpunkten sowie das Modul 1.15 Projektmanagement erfolgreich abgelegt haben. Wegen der Arbeit in Teams und in Workshops besteht aus zwingend didaktischen Gründen Anwesenheitspflicht für einige Blocktermine!					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation 15-30 min mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können in einem realen Projekt Projektmanagementtools auf eine spezifische Fragestellung der Personal- und Organisationsentwicklung anwenden - sind in der Lage, sich durch ein systematisches Projektmanagement innerhalb einer angemessenen Zeit in eine Problemstellung einzuarbeiten und qualitative hochwertige Problemlösungen für die Praxis zu erarbeiten - können die erarbeiteten Lösungsansätze zielgerichtet in Trainingsmaßnahmen umsetzen und durchführen 					
Inhalte des Moduls	Lehrinhalte und Trainingssequenzen mit Rollenspielen, Übungen, Partner- und Gruppenarbeiten, Fallstudien zu einem ausgewählten Gebiet aus dem Bereich „Soft Skills und Change Management“ zu erarbeiten und durchzuführen.					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DEUTSCHER MANAGERVERBAND E.V., (Hrsg.), 2003. Handbuch soft skills. Zürich: vdf Hochschulverl. AG an der ETH Zürich. ISBN: 978-3-7281-2878-2 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MARTIN, Richard und Otilia SCHUSTER, 2005. Survivalstrategien für Beruf und Alltag: Überleben im Veränderungsdschungel. Weinheim [u.a.]: Beltz. 					

	<p>ISBN 3-407-36028-2</p> <ul style="list-style-type: none">• DOYÉ, Thomas, MARTIN, Richard, . Organisationsentwicklung und Abbau von Widerständen gegen Veränderungen. In: Change Management.• MARSCHOLLEK, Günter, 2019. Arbeitsrecht. 22. Auflage. ISBN 978-3-86752-6210
--	--

Projektseminar zum Studienschwerpunkt Unternehmensbesteuerung						
Modulbezeichnung	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Unternehmensbesteuerung			Modulnummer	2.4	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Zellner, Elisabeth</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Allgemeines Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektseminar zum Studienschwerpunkt Unternehmensbesteuerung (BW_PROJ_SEM_U)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	S - Seminar					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Teilnehmer sollten schon Module aus den gewählten Schwerpunkten sowie das Modul 1.15 Projektmanagement erfolgreich abgelegt haben.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation 15-30 min mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Studierende sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • für sie neue Problemstellungen eigenständig zu strukturieren und dafür Lösungen zu entwickeln. • die in ihren Schwerpunktmодulen erworbenen Kenntnisse in einem realen Projekt mit externen Auftraggebern anwenden. • sich innerhalb einer angemessenen Zeit in eine Problemstellung einzuarbeiten und mögliche Problemlösungen zu erarbeiten. • die erarbeiteten Lösungsansätze zielgerichtet aufzubereiten und einem externen Auditorium zu präsentieren 					
Inhalte des Moduls	Analyse steuerlich maßgebender Aspekte bei diversen praktischen Fragestellungen; Kooperation mit einem Praxispartner.					
Hinweis						
Literatur	Pflicht: <ul style="list-style-type: none"> • BORNHOFEN, Manfred und Ernst BUSCH, 2019. Steuerlehre 1. 39. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN: 978-3658216979 					

2.5 FW: Arbeitnehmerbesteuerung						
Modulbezeichnung	Arbeitnehmerbesteuerung			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Alt, Markus; Lohrentz, Florian					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Arbeitnehmerbesteuerung (FW_ArbBest)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Präsentation (15-30 Min.) mit schriftl. Ausarbeitung (10-15 Seiten)					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden können: <ul style="list-style-type: none"> die Arbeitnehmerbesteuerung unter Einbeziehung einschlägiger Rechtsnormen, Richtlinien und aktueller Rechtsprechung fallorientiert anwenden. die Arbeitnehmerbesteuerung optimieren. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Vertiefte Behandlung der Einkünfte aus nichtselbstständiger Arbeit und des Lohnsteuerverfahrens unter Einbeziehung einschlägiger Richtlinien und aktueller Rechtsprechung. Möglichkeiten und Grenzen von Steuergestaltungen für Arbeitnehmer EDV-gestützte praktische Übungen 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> BECKERS, Markus, Jürgen HOTTMANN und Heribert SCHUSTEK, 2017. Einkommensteuer. 22. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3817-9; 3-7910-3817-6 Empfohlen: Keine					

2.5 FW: Business Planning (in englischer Sprache)						
Modulbezeichnung	Business Planning (in englischer Sprache)			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Ungrade, Carsten</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business Planning (in englischer Sprache) (FW_BP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • see the critical issues and feasibility of developing a business venture • are prepared to develop a strategic frame, an operating model and a systematic roadmap for execution. • understand the difficult political and organizational obstacles that accompany every business planning. • understand the process of an entrepreneurial business planning. 					
Inhalte des Moduls	<p>Key success factors like strategic planning, information sharing, incentives, budgeting, control, change management or the role of power and influence in a business venture will be discussed.</p> <p>Effective business planning will be divided in a comprehensive process of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifying business ideas • Screening the idea to determine feasibility • Developing a strategic plan • Developing an operating model • Transforming strategies to operational issues • Case studies, practical exercises and presentations 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend:					

	<ul style="list-style-type: none">• BARINGER, Bruce R. 2014. Preparing Effective Business Plans: An Entrepreneurial Approach. Prentice Hall. ISBN 9780132318327 Empfohlen: Keine
--	---

2.5 FW: Business in Latin America						
Modulbezeichnung	Business in Latin America			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Orozco de Plesnar, Roxana Xonale					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business in Latin America (FW_BUSLA)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> are able to understand the potential and the challenges of conducting business in Latin America have practical knowledge in cultural, managerial, economic, political and legal issues 					
Inhalte des Moduls	<p>Introduction to the Latin American subcontinent:</p> <ul style="list-style-type: none"> Geographic scope Common historic roots - Conducting business in Latin America Latin American cultures: similarities and differences Pragmatic overview of classic/ contemporary cultural studies on Latin America Economic outlook for the region Foreign direct investment 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> BALL, Donald und andere, 2012. International Business: The Challenge of Global Competition. 13. Auflage. New York: McGraw-Hill. ISBN 978-0077606121 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> BEAMISH, Paul W. und Allen J. MORRISON, 2003. International Management, Text and Cases. 5. Auflage. New York: McGraw-Hill. ISBN 978-0071151405 HOUSE, Robert J. und andere, 2004. Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE-Study of 62 Societies. London: Thousand Oaks. ISBN 					

	<p>978-0761924012</p> <ul style="list-style-type: none"> • LENARTOWICZ, Tomasz und James JOHNSON, 2002. Comparing Managerial Values in Twelve Latin American Countries: An Exploratory Study. In: Management International Review, Vol. 42. • ALBERT, Rosita Daskal, 1996. A Framework and Model for Understanding Latin American and Latino/ Hispanic Cultural Patterns. In: Landis: Handbook of Intercultural Training. , S.317-348.
--	--

2.5 FW: Customer Relationship Management mit SAP ERP						
Modulbezeichnung	Customer Relationship Management mit SAP ERP			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Rimmelspacher, Udo</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Customer Relationship Management mit SAP ERP (FW_CRM SAP ERP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden können integrierte Prozesse des Customer Relationship Management (CRM) für eine kundenorientierte Unternehmensstrategie in SAP ERP abbilden.					
Inhalte des Moduls	Abbildung typischer integrierter Prozessschritte im Kundenbeziehungs-Lebenszyklus in SAP ERP aus <ul style="list-style-type: none"> • Marketing • Vertrieb • Service/ After Sales anhand einer Fallstudie.					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • RIMMELSPACHER, Udo, 2017. Vertriebsprozesse mit SAP ERP: mit vollständig integrierten Übungen im Anwendungsmenü und Customizing von SAP ECC 6.0. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Vieweg. ISBN 978-3-658-18856-6, 3-658-18856-1 Empfohlen: Keine					

2.5 FW: Digital Services						
Modulbezeichnung	Digital Services			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Raab-Kuchenbuch, Andrea</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Digital Services (FW_DigS)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	23 h	0 h	52 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach dem Besuch der Veranstaltung „Digital Services“ können Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die theoretischen Grundlagen des Dienstleistungsmanagements nachvollziehen und erläutern • das Zustandekommen des ökonomischen Erfolgs von Dienstleistungsunternehmen erklären • die theoretischen Grundlagen der Service-Dominant Logic nachvollziehen und erläutern • die Unternehmen der Internetökonomie, die u.a. Dienstleistungen anbieten, verstehen und daraus wesentliche Implikationen für das Management ableiten • die Besonderheiten von digitalen Dienstleistungen aufzeigen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung, Begriff und Systematisierung von Dienstleistungen • Service-Profit Chain • Service-Dominant Logic • Co-Creation von Werten im Dienstleistungsmanagement • Customer Engagement • Ansätze zur Messung der Dienstleistungsqualität • Digitalisierung und Dienstleistungen 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEFFERT, Heribert, Manfred BRUHN und Karsten HADWICH, 2018. Dienstleistungsmarketing. Grundlagen - Konzepte - Methoden, 9., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-19176-4 					

	<ul style="list-style-type: none"> • VARGO, Stephen L. und Robert F. LUSCH, 2004. Evolving to a New Dominant Logic of Marketing, Journal of Marketing, 68(1), 1-17. • VARGO, Stephen L. und Robert F. LUSCH, 2008. Service-Dominant Logic. Continuing the Evolution. In: Journal of the Academy of Marketing Science 36 (1), S. 1–10. • VARGO, Stephen L. und Robert F. LUSCH, 2016. Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic. In: Journal of the Academy of Marketing Science 44 (5), 5-23 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • VARGO, Stephen L. und Robert F. LUSCH, 2018. The SAGE Handbook of Service-Dominant Logic, SAGE. ISBN: 9781526402837 • POSSELT, Tim, 2018. Organizational competence for servitization. Wiesbaden: Gabler Springer. ISBN 978-3-658-20096-1
--	---

2.5 FW: Digitale Transformation in der Praxis						
Modulbezeichnung	Digitale Transformation in der Praxis		Modulnummer	2.5		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Lau, Carsten</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Digitale Transformation in der Praxis (FW_DT)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden wissen, wie sich ein Unternehmen aufgrund der digitalen Transformation konkret neu ausrichtet (ausrichten muss). Sie sind in der Lage, die bedeutende Rolle der digitalen Transformation für Reorganisation, Kostenreduktion und auch Make or Buy einzuschätzen.					
Inhalte des Moduls	<p>Die digitale Transformation ist definiert u.a. als ein Prozess der stetigen Weiterentwicklung digitaler Technologien, die unsere Wirtschaft und Gesellschaft nachhaltig prägen. Es entstehen neue Gewohnheiten und Bedürfnisse des täglichen Lebens sowohl bei Jung und Alt, als auch im Privat- und Geschäftsleben. Beispiele der digitalen Transformation umfassen Social Media, Big Data, Cloud Services, Smart Devices, Internet of Things oder Blockchain, die unser Leben nicht nur begleiten, sondern auch beeinflussen – und verändern.</p> <p>Im Zuge der digitalen Transformation ändern sich auch die Erwartungen potentieller Kunden. Somit werden Unternehmen gezwungen, bestehende Prozesse anzupassen und durch wesentlich effizientere, digitale Prozesse abzulösen – der Kunde wird zum "König mit extremer Handlungsgeschwindigkeit". Es entstehen innovative und disruptive Geschäftsmodelle (Amazon, Ebay, Uber, Spotify,...), die neue Wünsche unserer Gesellschaft erfüllen und auch alteingesessene Unternehmen ins Wanken bringen können.</p>					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend:					

	<ul style="list-style-type: none">• SCHALLMO, Daniel R. A., Joachim REINHART und Evelyn KUNTZ, 2018. Digitale Transformation Von Geschäftsmodellen Erfolgreich Gestalten: Trends, Auswirkungen und Roadmap. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-658-20215-6 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Keine
--	---

2.5 FW: EDV-orientierte Steueranwendungen						
Modulbezeichnung	EDV-orientierte Steueranwendungen		Modulnummer	2.5		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>van den Kerkhoff, Jan</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	EDV-orientierte Steueranwendungen (FW_EDVoStAnw)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden können mit ausgewählten EDV- Modulen von DATEV einfache Aufgaben bearbeiten.					
Inhalte des Moduls	In Kleingruppen wird der Umgang mit den EDV-Modulen von DATEV eingeübt. Weitere Programme, wie etwa Excel, Access, Frontpage, PGP, etc. werden für die Bewältigung von Aufgaben aus dem Berufsfeld der Steuerberatung mit einbezogen, die in einer Steuerkanzlei anfallen können (Zusatzberechnungen, Verschlüsselung von Mandantenkorrespondenz, Kanzlei-Homepage).					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • DATEV, Anleitungen in den einzelnen Programmodulen [Software]. • ALAM, M. Daud, GÜHL, Uwe F., 2016. Projektmanagement für die Praxis: ein Leitfaden und Werkzeugkasten für erfolgreiche Projekte [online]. Berlin, Heidelberg: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-662-48047-2, 978-3-662-48046-5. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-662-48047-2. Empfohlen: Keine					

2.5 FW: EU Geldpolitik						
Modulbezeichnung	EU Geldpolitik			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Ruschinski, Monika</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	EU Geldpolitik (FW_EUGELDP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, so- weit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Die Studierenden kennen <ul style="list-style-type: none"> • die Aufgaben, Instrumente und Ziele der Europäischen Zentralbank (EZB). • die geldpolitische Strategie der EZB und können vor dem Hintergrund der wirtschaftspolitischen Situation die Geldpolitik einordnen und analysieren. • die aktuellen Probleme der europäischen Währungsunion und können aktuelle Lösungsansätze beurteilen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Entstehung der Europäischen Währungsunion • Rolle und Aufgaben der EZB • Geldpolitische Strategien von Zentralbanken • Geldpolitische Instrumente • Transmission geldpolitischer Impulse • Probleme der Europäischen Währungsunion 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • GÖRGENS, Egon, Karlheinz RUCKRIEGEL und Franz SEITZ, 2013. Europäische Geldpolitik: Theorie, Empirie, Praxis. 6. Auflage. ISBN 978-3825285555 • DEUTSCHE BUNDESBANK, 2014. Geld und Geldpolitik. ISBN 978-3865589989 • DEUTSCHE BUNDESBANK. Geldpolitische Entscheidungen [online]. Verfügbar unter: https://www.bundesbank.de/de/aufgaben/geldpolitik/geldpolitische-entscheidungen • EUROPÄISCHE ZENTRALBANK. Was ist die EZB? [online]. Verfügbar un- 					

ter: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/html/index.de.html>

Empfohlen:

- BLANCHARD, Olivier und Gerhard ILLING, 2017. Makroökonomie. 7. Auflage. Halbergmoos: Pearson. ISBN 978-3868943085
- ISSING, Ottmar, 2014. Der Euro [online]. Geburt, Erfolg, Zukunft. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-4381-3. Verfügbar unter: 10.15358/9783800643813.
- BOFINGER, Peter, 2012. Zurück zur D-Mark? Deutschland braucht den Euro. ISBN 978-3426276136
- ISSING, Ottmar, 2016. Der Euro in stürmischen Zeiten. 1. Auflage. ISBN 978-3800652563
- GERDESMEIER, Dieter, 2011. Geldtheorie und Geldpolitik: Eine praxisorientierte Einführung. 4. Auflage. ISBN 978-3940913333

2.5 FW: Existenzgründung und Gründungscoaching						
Modulbezeichnung	Existenzgründung und Gründungscoaching			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Boruth, Peter</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Existenzgründung und Gründungscoaching (FW_ExGr)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü: Individuelles Coaching von Gründern oder Gründerteams anhand eines ganz konkreten Gründungsvorhaben					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Es muss bereits eine erste grobe Geschäftsidee vorhanden sein, die dann im Rahmen des Coachings weiter differenziert wird.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine Geschäftsidee selbst zu entwickeln und zu einem konsistenten Businessplan auszudifferenzieren. • die Erfolgsfaktoren für bestimmte Geschäftsarten zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen für die Umsetzung abzuleiten. • die Umsetzung konsequent vorzubereiten und die Geschäftsidee durch eine Gründung im Markt anzubahnen bzw. tatsächlich einzuführen. • die Möglichkeiten finanzieller Förderinstrumente und der spezifischen Gründungsunterstützung durch die THI (z.B. EXISTProgramm, FLÜGGE etc.) wiederzugeben. 					
Inhalte des Moduls	<p>Im Rahmen der Vorlesung erarbeiten die Studierenden einen vollständig ausdifferenzierten Businessplan für ihre eigene Geschäftsidee. Die Ausarbeitung kann dabei in Gruppen oder auch alleine erfolgen.</p> <p>Die Vorlesung gliedert sich inhaltlich in die folgenden Themengebiete:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ideenentwicklung & -bewertung 2. Geschäftsmodellentwicklung 3. Business Planning 4. Gründung 5. Wachstum & Exit <p>Die Vorlesung bildet somit die klassischen Startup-Phasen ab. Der Fokus liegt vor allem auf den Themengebieten 1-3. Hierdurch werden die Studierenden langsam an eine Unternehmensgründung herangeführt und erwerben hierfür</p>					

	das notwendige Grundlagenwissen sowie hilfreiche Methoden und Instrumente. Die Themengebiete 4 und 5 werden als Ausblick behandelt und geben Einblicke in die mögliche Umsetzung und Weiterentwicklung der eigenen Geschäftsidee.
Hinweis	<p>WICHTIG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voraussetzung für eine Teilnahme an FW_ExGr ist eine erste Geschäftsidee
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BAYSTARTUP. Handbuch Businessplan-Erstellung [online]. Verfügbar unter: www.baystartup.de/know-how-und-kontakte/leitfaden-businessplanning-know-how.html • DIETMAR, Grichnik et al., 2017. Entrepreneurship. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3791036595 • RIES, Eric, 2015. The Lean Startup; How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses They and Application. • KAWASAKI, Guy, 2015. The art of the start 2.0: the time-tested, battle-hardened guide for anyone starting anything. r. Auflage. [London] [u.a.]: Portfolio Penguin. ISBN 978-0-241-18726-5, 978-1-59184-811-0 <p>Empfohlen: keine</p>

2.5 FW: Finanzmathematik mit Modellierung						
Modulbezeichnung	Finanzmathematik mit Modellierung		Modulnummer	2.5		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Sinha, Tanja</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Finanzmathematik mit Modellierung (FW_FM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> haben einen Überblick über wichtige finanzmathematische Modelle aus den Bereichen Investitionsrechnung, Kreditfinanzierung, Anleihenfinanzierung und Controlling können die behandelten finanzmathematischen Modelle kritisch würdigen und kennen die Vorteile, aber auch die Grenzen und Probleme des Einsatzes von Modellen sind in der Lage finanzmathematische Modelle selbständig in Excel abzubilden und für weitere Anwendungen aufzubereiten 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Möglichkeiten und Grenzen des Arbeitens mit finanztheoretischen Modellen Erstellung von Finanzmodellen in Excel zu ausgewählten Themen wie bspw. <ul style="list-style-type: none"> Investitionsrechenverfahren Eigen- und Fremdfinanzierung Bewertung von Anleihen Kosten- und Leistungsrechnung Controlling 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> ERNST, Dietmar und Joachim HÄCKER, 2016. Financial Modeling. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer Poeschel. ISBN 978-3-7910-3541-3 Empfohlen: <ul style="list-style-type: none"> SCHÜLER, Andreas, 2016. Finanzmanagement mit Excel: Grundlagen 					

	und Anwendungen. 2. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-5270-9 ; 3-8006-3662-X
--	--

2.5 FW: Gemeinkostencontrolling mit SAP ERP						
Modulbezeichnung	Gemeinkostencontrolling mit SAP ERP			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Rimmelspacher, Udo</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Gemeinkostencontrolling mit SAP ERP (FW_GKCon SAP ERP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden können in der Querschnittsfunktion Controlling ihre theoretisch erworbenen BWL-Kenntnisse in der Kostenarten-, Innenauftrags- und Kostenstellen-Rechnung (incl. Betriebsabrechnungsbogen) anhand von Übungsaufgaben in konkrete Prozesse in SAP ERP umsetzen.					
Inhalte des Moduls	1) Gesamtüberblick über das Controlling mit SAP ERP 2) Wichtige controllingrelevante Organisationsstrukturen 3) Kostenartenrechnung sowie Kostenstellen- und Innenauftragsrechnung: Stammdaten, vorgangsbezogene Ist-Buchungen, Periodenabschluss mit Ist-Werten (=BAB)					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> FRIEDL, Gunther und Burkhard PEDELL, 2017. Controlling mit SAP: Eine praxisorientierte Einführung mit umfassender Fallstudie und beispielhaften Anwendungen. Wiesbaden: Springer Vieweg. ISBN 978-3-658-17407-1 Empfohlen: Keine					

2.5 FW: Grundlagen der Sozialpsychologie						
Modulbezeichnung	Grundlagen der Sozialpsychologie		Modulnummer	2.5		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Manhart, Andreas</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundlagen der Sozialpsychologie (FW_SozPsy)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • haben einen Überblick über sozialpsychologische Phänomene • können beurteilen, inwieweit die soziale Umwelt die individuellen Entscheidungen beeinflusst • können abschätzen, inwieweit die individuellen Entscheidungen durch soziale Interaktion beeinflusst wird 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden in der Sozialpsychologie – Befragungen und Experimente • Über das Selbst und Selbstkonzept • Konsistenztheorien z.B. Theorie der kognitiven Dissonanz • Streben nach Kontrolle • Interpersonale Attraktion: Der Effekt des „Gemocht-Werdens“ • Physische Attraktivität • Soziale Wahrnehmung • Soziale Urteile, Rationalität von Entscheidungen: Urteilsheuristiken • Soziale Kognition: Kognitive Konzepte • Einstellung und Verhalten 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • ZIMBARDO, Philip G. und Richard J. GERRIG, 2008. Psychologie. 18., aktualis. Aufl. Pearson Studium. ISBN 9783827372758 • STROEBE, Wolfgang, Klaus JONAS und Miles HEWSTONE, 2014. Sozial- 					

	<p>psychologie. Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-642-41091-8</p> <ul style="list-style-type: none">• BIERHOFF, Hans-Werner und Dieter FREY, 2011. Sozialpsychologie - Individuum und soziale Welt. Göttingen [u.a.]: Hogrefe. ISBN 978-3-8017-2154-1 <p>Empfohlen: Keine</p>
--	---

2.5 FW: Grundlagen der Wirtschaftspsychologie						
Modulbezeichnung	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Graap, Torsten</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (FW_GWP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierende: <ul style="list-style-type: none"> • verstehen das psychologische Grundwissen und können die jeweiligen Denkschulen unterscheiden • können auf Basis des psychologischen Grundwissens betriebswirtschaftliche Themen analysieren bzw. ganzheitlich verstehen und erweitern dadurch Ihr Urteils- und Entscheidungsvermögen im Unternehmen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Geschichte der Psychologie • Psychologische Strömungen in der Wissenschaft (z.B. Verhaltenspsychologie, Neuropsychologie, Phänomenologische Psychologie, Psychoanalyse, Humanistische Psychologie) • Persönlichkeitspsychologie (z.B. Persönlichkeitstypologien, inkl. Eigentest) • Psychopathologische Phänomene in Betrieben, z.B. Arbeitssucht, Mobbing, Bossing, Burn-Out (inkl. Eigentest), Bore-Out, Depression, Korruption; Abwehrmechanismen menschlichen Verhaltens 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • WIEDEMANN, Wolfgang, 2005. Schnellkurs Psychologie, DuMont. ISBN 978-3832176273. • ZIMBARDO, Philip G. und Richard J. GERRIG, 2008. Psychologie. 18., aktualis. Aufl. Pearson Studium. ISBN 9783827372758 • JUNG, Hans, 2014. Persönlichkeitstypologie: Instrument der Mitarbeiterführung. 4. aktualisierte und erweiterte Auflage. De Gruyter Oldenbourg. 					

	<p>ISBN 9783486763775</p> <ul style="list-style-type: none">• KIRCHLER, Erich, 2011. Wirtschaftspsychologie. Hogrefe Verlag Göttingen. ISBN 978-3-8409-2362-3 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• RIEMANN, Fritz, 2019. Grundformen der Angst. 45. Auflage. Ernst Reinhardt Verlag. ISBN 978-3-497-02422-3• LEYMANN, Heinz, 2013 Mobbing. Psychoterror am Arbeitsplatz und wie man sich dagegen wehren kann. Rowohlt Verlag. ISBN 978-3-644-50001-3
--	--

2.5 FW: Immobilienmanagement						
Modulbezeichnung	Immobilienmanagement			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Pöll, Eleonore					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Immobilienmanagement (FW_IM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung.					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> haben einen Überblick über die Grundlagen der Immobilienwirtschaft und den Immobilienmarkt verfügen über vertiefende Kenntnisse bezüglich Analyse, Investition und die laufende Verwaltung von Immobilien beherrschen die Methoden der aktiven Steuerung und zielgerichteten Kontrolle von Immobilien kennen die Bewertung von Immobilien und können diese anwenden 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Management & Strategie bei Immobilien/Immobilienunternehmen Corporate und Public Real Estate Management Immobilien-Portfoliomanagement und –Risikomanagement Immobilienbewertung 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> SCHULTE, Karl-Werner, 2008. Immobilienökonomie: Band I: Betriebswirtschaftliche Grundlagen [online]. München: De Gruyter PDF e-Book. ISBN 978-3-486-58397-7, 978-3-486-84460-3. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1524/9783486844603. SCHULTE, Karl-Werner und E. PÖLL, 2006. Handbuch Immobilienmanagement der öffentlichen Hand. Köln: Müller. ISBN 3-89984-141-7 KLEIBER, Wolfgang, Roland FISCHER und Ullrich WERLING, 2017. Verkehrswertermittlung von Grundstücken: Kommentar und Handbuch zur Ermittlung von Marktwerten (Verkehrswerten) und Beleihungswerten sowie zur steuerlichen Bewertung unter Berücksichtigung der ImmoWertV. 8. Auflage. Köln: Bundesanzeiger Verlag. ISBN 978-3-8462-0680-5 					

	<p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• JUST, Tobias, MAENNIG, Wolfgang, 2017. Understanding German Real Estate Markets [online]. Cham: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-319-32031-1. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-319-32031-1.
--	--

2.5 FW: Kommunikations- und Branddesign						
Modulbezeichnung	Kommunikations- und Branddesign		Modulnummer	2.5		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Schmelter, Boris</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Kommunikations- und Branddesign (FW_KBD)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind für den Umgang mit Marken sensibilisiert • sind auf die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Kreativagenturen vorbereitet • haben einen grundlegenden Überblick über erfolgreiche Marken- und Designprozesse 					
Inhalte des Moduls	<p>Design ist unverzichtbarer Teil einer erfolgreichen Markenführung. Erst durch das Design entstehen konkrete Markenerlebnisse in unterschiedlichen Medien. Die Aufgabe des Designs ist es, die Identität der Marke zu verstehen und sie in visuelle Konzepte umzuwandeln. Auf diese Weise entsteht ein authentisches Image, das Vertrauen erzeugt und eine Marke nachhaltig erfolgreich macht.</p> <p>Brand Design – oder bei Unternehmen Corporate Design – ist der Grundstein eines Markenercheinungsbildes und definiert einen stringenten visuellen Rahmen. Der Prozess der Entwicklung, der Einführung und der zukünftigen Pflege wird anhand praktischer Beispiele aufgezeigt. Hierbei geht es insbesondere um die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Kreativagenturen.</p> <p>Kommunikationsdesign beschreibt die Gestaltung von Einzelmaßnahmen in unterschiedlichen Medien, die sich mit definierten Aufgaben an die Zielgruppe wenden. Hierzu zählen z. B. Broschüren, Magazine, Websites, Werbekampagnen und Markenerlebnisse auf Messen und Events. Der Kurs beschreibt den Spagat zwischen kreativer Einzelleistung und Einhaltung des Brand Designs.</p>					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BEYROW, Matthias, P. KIEDAISCH und N. DALDROP, 2013. Corporate Identity & Corporate Design: das Kompendium. 3. Auflage. Ludwigsburg: 					

	<p>Av-Ed.. ISBN 978-3-89986-185-3, 3-89986-185-X</p> <ul style="list-style-type: none"> • BURMANN, Christoph, Tilo F. HALASZOVICH und Frank HEMMANN, 2012. Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-2990-7, 3-8349-2990-5 • ABDULLAH, Rayan und Roger CZIWERNY, 2007. Corporate Design (CD): Akquisition, Sensibilisierung, Prozess, Vertragsgestaltung ; [Kosten und Nutzen]. 2. Auflage. Mainz: Schmidt. ISBN 978-3-87439-714-8 • SAUTHOFF, Daniel, Gilmar WENDT und Hans Peter WILLBERG, 2010. Schriften erkennen: eine Typologie der Satzschriften für Studenten, Grafiker, Setzer, Kunsterzieher und alle PC-User. 12. Auflage. Mainz: Schmidt. ISBN 978-3-87439-373-7 • HARA, Ken'ya, 2007. Designing design. Baden: Müller. ISBN 978-3-03778-105-0 <p>Empfohlen: Keine</p>
--	--

2.5 FW: Marketing und Recht						
Modulbezeichnung	Marketing und Recht			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Haas, Markus</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Marketing und Recht (FW_MR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Teilnehmer sind in der Lage, Marketing- und Kommunikationskampagnen rechtlich sicher zu gestalten und in allen Medien umsetzen zu können.					
Inhalte des Moduls	<p>Anhand von zahlreichen anschaulichen Beispielen aus der Praxis werden u.a. folgende Themen erarbeitet und erläutert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung von Werbeanzeigen und (Video-/Audio-)Spots • Einsatz von Social Media und Online Marketing • Einbindung fremder Texte, Musik, Logos und Bilder in die verschiedenen Mediengattungen (TV, Radio, Print, Online, Social Media, etc.) • Verwendung von (Personen-) Fotos und Videos in den Medien und Kommunikationsplattformen • Irreführende Werbung (Alleinstellungsbehauptung, Lockvogelangebote, Rabattaktionen, etc.) • Gefühlsbetonte Werbung (Schock-, Angstwerbung, etc.) • Vergleichende Werbung • "Schwarze Liste" • Einsatz von Gewinnspielen (Teilnahmebedingungen) • Schleichwerbung und Product Placement • Direktmarketing (insbesondere Telefon und e-mail Werbung) • Urheber- und Markenrecht im medien- und werberechtlichen Kontext • Folgen und Haftung unzulässiger Marketingmaßnahmen (u.a. Abmahnung, Unterlassungserklärung, einstweilige Verfügung, Schadensersatz) • Rundfunk- und presserechtliche Themen in Bezug auf Marketing • Berichterstattung • Rechtliche Themenschwerpunkte: Wettbewerbs-, Marken-, Urheber-, Presse-, Rundfunk-, Datenschutz-, und Persönlichkeitsrecht. 					

Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FECHNER, Frank, 2017. Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. 18. Auflage. Tübingen: Mohr Siebeck. ISBN 978-3-8252-4801-7, 3-8252-4801-1 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LETTL, Tobias, 2016. Wettbewerbsrecht. 3. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-68461-6, 3-406-68461-0 • WANDTKE, Artur-Axel, Claire DIETZ-POLTE und Michael KAUERT, 2016. Urheberrecht. 5. Auflage. Berlin: de Gruyter. ISBN 978-3-11-040123-3

2.5 FW: Mathematik I / Wirtschaftsmathematik						
Modulbezeichnung	Mathematik I / Wirtschaftsmathematik		Modulnummer	2.5		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Popp, Heribert</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Mathematik I / Wirtschaftsmathematik (FW_Mathe)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Achtung: Der Kurs findet als virtueller Kurs an der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb) statt. Informationen zum Kurs finden Sie unter https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true</p> <p>Der Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • verfügt über die für die moderne Betriebsführung erforderlichen mathematischen Grundkenntnisse. • hat einen Überblick über die mathematischen Denk- und Arbeitsmethoden der Wirtschaftswissenschaften vornehmlich anhand von Beispielen aus der Wirtschaftspraxis. 					
Inhalte des Moduls	<p>Aus dem vhb-Kurs sind die Kurskapitel 4-11 relevant für THI-Studierende:</p> <p>Die Anwendung der Differentialrechnung auf Funktionen in den Wirtschaftswissenschaften, Grundlagen der Integralrechnung, Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen, Differentialrechnung bei Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen, Matrizenrechnung Lineare Optimierung, Lineare Abbildungen, Determinanten.</p>					
Hinweis	<p>Achtung: Sie müssen sich für das Fach bei der vhb einschreiben und sich sowohl bei der THI als auch bei der vhb zur Prüfung anmelden!</p> <p>Aus dem kompletten Kursangebot sind als FW-Fach die Kapitel 4-11 relevant. Über diese findet die THI-Prüfung statt. Hierfür erhalten die THI-Studierenden 3 ECTS.</p> <p>Informationen zum Kurs finden Sie unter https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true</p>					

Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none">• PFUFF, Franz, 2009. Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler kompakt: kurz und verständlich mit vielen einfachen Beispielen. 1. Auflage. Wiesbaden: Vieweg + Teubner. ISBN 978-3-8348-0711-3 Empfohlen: Keine
------------------	--

2.5 FW: Produktionsorganisation						
Modulbezeichnung	Produktionsorganisation			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Hufnagl, Christine</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Produktionsorganisation (FW_PRODORG)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierende können: Inhalte, Zusammenhänge und Kenngrößen der komplexen Prozesse bei der Entstehung, Produktion und Vertrieb eines Automobils unter dem Blickwinkel von Termintreue, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit und höchster Qualität darstellen.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Digitale Fabrik • Planspiel "stabile Produktion" • Produkt- und Technologieentwicklung • Produktmanagement • Planungsabläufe im Produktentstehungsprozess • Kundenauftragsprozess • Beschaffung / Einkauf • Produktion- und Werksplanung • Personalwirtschaft • Qualitätsanalyse • Logistikplanung • Erschließung neuer Märkte • Energie- und Ressourceneffizienz in der Produktion 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • DIEZ, Willi, 2016. Grundlagen der Automobilwirtschaft: Das Standardwerk der Automobilbranche. 6. Auflage. München: Autohaus, Buch & Formular. 					

	ISBN 978-3-89059-099-8 Empfohlen: Keine
--	---

2.5 FW: Projekt Schanzer Racing Electric						
Modulbezeichnung	Projekt Schanzer Racing Electric			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Clostermann, Jörg</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Projekt Schanzer Racing Electric (FW_PSRE)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Prj - Projekt					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können Projekte strukturiert vorbereiten und durchführen • können die Instrumente des Projektmanagements phasenorientiert und situationsgerecht einsetzen • kennen deren Erfolgsfaktoren und Fallstricke- • können in Projekten selbstständig eigenverantwortlich mitarbeiten, diese führen und erfolgreich abschließen • haben konkrete Problemlösungs- und Umsetzungskompetenzen entwickelt 					
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul steht denjenigen Studierenden offen, die Mitglied im Team "Schanzer Racing Electric" sind. Im Rahmen dieses Moduls absolvieren die Studierenden ein Projekt in den Abteilungen der Stabstellen Personal und Finance) oder im Bereich Business im Team Schanzer Racing Electric. Die Projekte beschäftigen sich mit folgenden Fragestellungen: Business Plan, Marketing, Public Relations, Event und Sponsoring. Je nach Abteilung haben die Teammitglieder Einzel- oder Gruppenprojekte, welche die Themengebiete der Abteilungen betreffen. Alle Projekte dienen dem übergeordneten Unternehmensziel, nämlich eine erfolgreiche Saison in der internationalen Formula Student Rennserie zu absolvieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Projekt soll eine Arbeitsbelastung von 75-90 Zeitstunden pro Studierenden repräsentieren. Es kann während des Semesters, semesterübergreifend oder aber auch in den Semesterferien durchgeführt werden. Es ist ein formloses Zeit-Protokoll zu führen, woraus sich Ihre Arbeitsbelastung herauslesen lässt. • Nach der Projektdurchführung fragt man bei dem betreuenden Professor nach einem Präsentationstermin. Die Präsentation hat einen zeitlichen Umfang von 5-7 Minuten pro Projektteilnehmer. Inhalt der Präsentation ist, 					

	<p>Motivation, Projektinhalt, Ergebnisse, Lessons Learned. (Achtung: Die Anfrage nach einem Präsentationstermin sollte mindestens 4 Wochen vor Beginn des Prüfungszeitraums erfolgen, ansonsten ist eine Noteneintragung im gleichen Semester nicht garantiert!)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nach erfolgreicher Präsentation fertigen die Studierenden einen Steckbrief und ein Poster über das Projekt und liefern diesen per Email an Jörg Clostermann. Das Template für den Steckbrief und das Poster findet man in Moodle unter „Clostermann“ und "Projekt SRE". <p>In dem Steckbrief werden u.a. die Teammitglieder namentlich genannt. Wer gegen die Veröffentlichung des Projekt-Steckbriefs in jeglicher Form ist, soll bitte per Email an Jörg Clostermann (joerg.clostermann@thi.de) Einspruch erheben.</p>
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEYER, Helga, REHER, Heinz-Josef, 2016. Projektmanagement: Von der Definition über die Projektplanung zum erfolgreichen Abschluss [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-07569-9, 978-3-658-07568-2. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-07569-9. <p>Empfohlen: Keine</p>

2.5 FW: Retail Lab – floor mapping						
Modulbezeichnung	Retail Lab – floor mapping			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Vogler, Thomas</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Retail Lab – floor mapping (FW_RL)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, so- weit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Die Studierenden können: <ul style="list-style-type: none"> • die Grundsätze bei der Gestaltung von Einzelhandelsflächen wiedergeben. • die emotions- und wahrnehmungspsychologischen Grundsätze im Einzelhandel wiedergeben • die richtige Abteilungsabfolge nach emotions- und wahrnehmungspsychologischen Grundsätze definieren. • ein Regal nach wahrnehmungspsychologischen Grundsätzen konstruieren und pflegen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Wahrnehmungspsychologie • Grundlagen der Orientierung • Grundlagen der Emotionspsychologie • Psychologische Skripten und deren Einfluss auf die Wahrnehmung • Kaufverhalten und Kaufmotivation • Die ‚richtige‘ Abteilungsabfolge • Das ‚richtige‘ Regalbild 					
Hinweis	<p>Die Studierenden werden von Handelsunternehmen Daten erhalten, um im Rahmen einer Projektarbeit eine Einzelhandelsfläche (Abteilung oder gesamten Laden) zu strukturieren. Eventuell werden auch psychologisch begründete Regalpläne als Ergebnis geliefert werden. Das hängt vom Projektauftrag des jeweiligen Handelspartners ab.</p> <p>Die Literaturempfehlungen sind jeweils projektabhängig und werden im Rahmen der ersten Vorlesung mitgeteilt werden.</p>					

Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none">• KROEBER-RIEL, Werner und Andrea GRÖPPEL-KLEIN, 2013. Konsumentenverhalten. 10. Auflage. ISBN 9783800646180 Empfohlen: Keine
------------------	---

2.5 FW: Successful Management in a Global World						
Modulbezeichnung	Successful Management in a Global World			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Hahn, Peter</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Successful Management in a Global World (FW_SMGW)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have culture specific knowledge (East-West: USA-Europe-Asia) in relation to international management. • are aware of communication-, management-, and leadership methods in different cultures. • know about culture related techniques and behaviors. 					
Inhalte des Moduls	<p>Economical facts, historical developments as well as current living conditions of special countries (e.g. East-West: in particular USA, Europe, Asia (Japan, Taiwan, China, Korea, and Singapore) will be made a topic. According to particular participant`s interest special countries can be focused on.</p> <p>Introduction of cultural dimensions and their influence on management functions in business relations is one of the most important discussion points. Main management functions are:</p> <p>Organization, Planning, Human Resources, Leadership, and Controlling</p> <p>These functions will be discussed in the context of cultural dimensions.</p> <p>Firstly, the participants should be enabled to recognize culture specific features and peculiarities which are important to establish open-minded relations in business. This is a prerequisite for successfully executing business with customers abroad.</p> <p>Secondly, the participants will learn about the different management methods and styles which enable them to work abroad either in a foreign company or in a subdivision of their parent company.</p>					
Hinweis						

Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none">• ENGELEN, Andreas und Eva THOLEN, 2014. Interkulturelles Management. 1. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3248-1 ; 3-7910-3248-8• Website Geert Hofstede https://geerthofstede.com/• Website Fons Trompenaars https://www.crossknowledge.com/de/faculty/fons-trompenaars-biografie-de <p>Empfohlen: Keine</p>
------------------	--

2.5 FW: Technology Management (in englischer Sprache)						
Modulbezeichnung	Technology Management (in englischer Sprache)			Modulnummer	2.5	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Augsdörfer, Peter</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Technology Management (in englischer Sprache) (FW_TM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung; virtuell.					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The learning outcomes are compatible and complementary with the overall objectives of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • business administration students wanting to gain knowledge about technology related issues in industrial firms • engineering students wanting to complement their education with business elements <p>Students should have acquired the following specific competences at the end of this course:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Students are familiar with the basic models and language of technology and innovation management. 2. Students are able to use the basic tools of technology and innovation management. 3. Students have developed a critical understanding for the evolution of technology. 4. Students are able to evaluate the importance of technology-based competencies in corporate competitiveness. 5. Students have basic knowledge about how to effectively manage research, development and innovative activities in industrial firms. 6. With the help of the methods learnt, students master situations with a strategic dimension 					
Inhalte des Moduls	<p>The content of the course is divided in four sections:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to technology and innovation management 2. Understanding Technology, 3. Corporate Organisation of Innovation 4. National Innovation Systems 					
Hinweis	The learn outcome of this module will be achieved with the help of a 90 min ex-					

	am at the end of this course.
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BURGELMAN, Robert A., Clayton M. CHRISTENSEN und Steven C. WHEELWRIGHT, 2009. Strategic management of technology and innovation. 5. Auflage. New York, NY [u.a.]: McGraw-Hill. ISBN 0-07-126329-2, 978-0-07-126329-0 <p>Empfohlen:</p> <p>Keine</p>

2.6 SW: Biographie, Orientierung, Sinn						
Modulbezeichnung	Biographie, Orientierung, Sinn			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Quenzler, Alfred</u> ; Schütz, Stefan					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Biographie, Orientierung, Sinn (SW_BOS)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht / Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • verstehen, welche Anforderungen Arbeitgeber an AbsolventInnen stellen • kennen Ihre persönliche Stärken und Schwächen • denken über Sinn und Ziele aktiv nach • lernen sich aktiv mit Ihrer Biographie und Einstellungen auseinanderzusetzen • kennen Interaktionen zwischen Teammitgliedern im beruflichen Alltag • identifizieren Verhaltensmuster in Gruppen • verstehen, wie Kommunikationsmuster im beruflichen Umfeld ablaufen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendungsfelder von Team- und Projektstrukturen in der Praxis • Modelle der Kommunikation und Menschenbilder • Erfolgreiches Kommunikationsverhalten in der Gruppe • Eigenbild und Fremdbild • Selbstreflexion und Standortbestimmung • Lösungsmöglichkeiten bei konkreten Kooperations- und Kommunikationsproblemen • Gestaltung effektiver Teamprozesse 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • RAUTENBERG, Werner und Rüdiger ROGOLL, 2014. Werde, der du werden kannst: Persönlichkeitsentfaltung durch Transaktionsanalyse. V. Auflage. Freiburg, Br.: Kreuz. ISBN 978-3-451-61292-3, 3-451-61292-5 • SCHMIDT, Rainer, 2009. Immer richtig miteinander reden: Transaktions- 					

	<p>analyse in Beruf und Alltag. 5. Auflage. Paderborn: Junfermann. ISBN 978-3-87387-392-6, 3-87387-392-3</p> <ul style="list-style-type: none">• STEWART, Ian und Vann JOINES, 2010. Die Transaktionsanalyse: [eine Einführung]. 10. Auflage. Freiburg im Breisgau [u.a.]: Herder. ISBN 978-3-451-05523-2 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• BERKEL, Karl, 2014. Konflikttraining: Konflikte verstehen, analysieren, bewältigen. 12. Auflage. Hamburg: Windmühle. ISBN 978-3-86451-023-6• FISHER, Roger, William URY und Bruce PATTON, 2015. Das Harvard-Konzept: die unschlagbare Methode für beste Verhandlungsergebnisse. 25. Auflage. Frankfurt am Main: Campus-Verl.. ISBN 978-3-593-50267-0, 3-593-50267-4
--	--

2.6 SW: Chinesische Sprache 1						
Modulbezeichnung	Chinesische Sprache 1			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Chen, Jing</u>					
Lehrsprache	Chinesisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Chinesische Sprache 1 (SZ_CHIN1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist äquivalent dem gleichnamigen Modul des Sprachenzentrums.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Studierende haben Grundkenntnisse der chinesischen Sprache in allen vier Fertigkeiten Lesen, Hören, Schreiben und Sprechen und kennen chinesische kulturelle Aspekte					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Phonetik (Aussprache An-, Auslaute und Töne des chinesischen Pinyin) • sich vorstellen • Zeit / Uhrzeit • nach dem Preis fragen / chinesische Währung / Preise verhandeln / Kaufwünsche äußern • im Restaurant bestellen / Wünsche äußern / bezahlen • Angaben zu Familie, Beruf und Alter • Redewendungen am Telefon 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • KYBURZ, Christine und andere, 2011. Leben in China: Alltagssprache mit 100 Sätzen. [. Auflage. Beijing: Higher Education Press. ISBN 978-7-04-019054-0 Empfohlen: Keine					

2.6 SW: Chinesische Sprache 2						
Modulbezeichnung	Chinesische Sprache 2			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Chen, Jing</u>					
Lehrsprache	Chinesisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Chinesische Sprache 2 (SZ_CHIN2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Chinesische Sprache 1					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist äquivalent dem gleichnamigen Modul des Sprachenzentrums.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Die Studierenden beherrschen die einfache Kommunikation im Alltag.					
Inhalte des Moduls	Chinesische Sprache: <ul style="list-style-type: none"> • Aussprachetraining <ul style="list-style-type: none"> ○ Chinesische Schriftzeichen ○ Essen bestellen und bezahlen ○ Familie, Beruf und Alter ○ Redemittel am Telefon • Chinesische Kultur: <ul style="list-style-type: none"> ○ „Min yi shi wei tian“ - Das Volk erblickt den Himmel im Essen ○ Wer zählt zur Familie in China? ○ Heißen alle Chinesen Wei? 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • KYBURZ, Christine, 2006. Chinesisch erleben - Leben in China. Peking: Higher Education Press. ISBN 9787040190540 Empfohlen: Keine					

2.6 SW: Erfolgreiches Selbstmanagement im freien Wettbewerb						
Modulbezeichnung	Erfolgreiches Selbstmanagement im freien Wettbewerb			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Schönherr, Andrea</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Erfolgreiches Selbstmanagement im freien Wettbewerb (SW_ESMFW)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen das „Kontextuelle Denkmodell“ • sind fähig, dieses in der Praxis anzuwenden • erlernen die Fähigkeit, sich selbst neue Impulse zu geben und somit eine andere Sichtweise auf ihre aktuellen Probleme zu bekommen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung des Kontextuellen Denkmodells (nach Prof. Dr. Peter Warschawski) • Vertiefung der Schwerpunkte: Denken, Kommunikation, Veränderung, Emotion • Praxisbezogene Übungen mit dem Ziel, sich selbst durch gezielte Fragestellungen neue Sichtweisen auf aktuelle Situationen zu ermöglichen • Wirkungsvoller Umgang mit Konflikten und Problemsituationen • Erlernen der Fähigkeit, sich selbst zum Erfolg zu coachen 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • WATZLAWICK, Paul, 2015. Anleitung zum Unglücklichsein. T. Auflage. München [u.a.]: Piper. ISBN 978-3-492-24938-6, 3-492-24938-8 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DWECK, Carol, 2009. Selbstbild: wie unser Denken Erfolge oder Niederlagen bewirkt. U. Auflage. München. Zürich: Piper. ISBN 978-3-492-25227-0 • SCHULZ VON THUN, Friedemann, 1981, Band 12017. Miteinander reden. 54. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt. ISBN 978-3-499-17489-6 					

2.6 SW: Intercultural Business Communication						
Modulbezeichnung	Intercultural Business Communication			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Reicherstorfer, Anja</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Intercultural Business Communication (SZ_IBC)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students are familiar with the role of culture and cultural differences in general as well as of their effects on professional interaction.</p> <p>They are aware of factors leading to intercultural misunderstandings and are able to consider methods of overcoming these problems in business communication.</p>					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • The importance communication in the context of culture • Cultural Dimensions - Geert Hofstede, Edward Hall • Selected business situations, such as <ul style="list-style-type: none"> ○ International Presentations ○ Negotiations across cultures ○ The role of international managers / managing international teams • Comparing cultures, selected case studies 					
Hinweis	This course is taught in English.					
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEYER, Erin, 2014. The Culture Map. New York, NY: Public Affairs Book. ISBN 978-1-61039-250-1 <p>Empfohlen:</p> <p>Keine</p>					

2.6 SW: Intercultural Competence						
Modulbezeichnung	Intercultural Competence			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>McDonald, James</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Intercultural Competence (SZ_ICC)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Students know about the practical and theoretical fundamentals of intercultural communication with special emphasis on commercial application (i.e. business communication).					
Inhalte des Moduls	This course will be a proper seminar requiring intensive participation from all class members. Weekly in-class discussions will be based on assigned readings. Furthermore, students will be expected to engage one another in online communication via the MOODLE learning platform.					
Hinweis						
Literatur	An online reader containing all relevant English-language texts will be supplied at the beginning of the semester. The course reader will be posted online on the Moodle platform. Participants will therefore need access to the platform prior to attending the course. Additional texts will be added throughout the semester to supplement and illustrate various points as necessary.					

2.6 SW: Kommunikation in Krise und Change						
Modulbezeichnung	Kommunikation in Krise und Change		Modulnummer	2.6		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Vollmer, Valentin</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Kommunikation in Krise und Change (SW_KommKr)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Studierende sind vorbereitet und sensibilisiert auf Verhaltensweisen in krisenhaften Situationen in der Arbeitswelt und erarbeiten entsprechende Handlungsoptionen - Studierende erkennen operative Folgen von Veränderungssituationen und lernen Maßnahmen kennen, auf diese adäquat zu reagieren - Studierende besitzen einen Überblick über typische Führungssituationen 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation in besonderen (Krisen-)Situationen - Vertiefung: Mechanismen und Verhalten in Change-Prozessen - Führungsstile in operativer Umsetzung inkl. Modulation - Praxis-Beispiele, Erarbeiten von Lösungsstrategien, Erfahren von Handlungsmöglichkeiten 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LOHMER, Mathias, 2008. Psychodynamische Organisationsberatung. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3021-0 • GIERNALCZYK, Thomas und Mathias LOHMER, 2012. Das Unbewusste im Unternehmen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3213-9 • PATTERSON, Kerry, 2012. Crucial Conversations: Tools for Talking when stakes are high. 2. Auflage. McGraw-Hill Education Ltd; ISBN 978-0071771320 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • VOLLMER, Valentin, 2019. Was junge Mitarbeiter brauchen ... und warum Unternehmen darauf Rücksicht nehmen sollten. ISBN 978-3-7482-1739-8 					

2.6 SW: Presentation Skills and Academic Writing C1						
Modulbezeichnung	Presentation Skills and Academic Writing C1			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Reicherstorfer, Anja</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Presentation Skills and Academic Writing C1 (SZ_PresSkill)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Students have improved their English language skills while having gained thorough insight into dealing with technical topics in a scientific and academic way. Each student has held a graded presentation in class and lead through a discussion. Furthermore, each student will have completed a writing assignment, which is part of the final grade.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Presentation Skills • Students will work toward a professional presentation in class. • Presentation skills in general are fine-tuned, scientific and academic language is evaluated • Students will look at presenting data and describing trends in a scientific way • The presented topics are discussed in class, students will lead through the discussion. • Peer evaluations are an integral part of the learning process. • Technical/academic writing • Students are improving their skills in academic and scientific writing with a special focus on the use of academic language <p>Selected forms of technical writing-procedures, processes, reports, etc. – are discussed and practiced</p>					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • OSMOND, Alex, 2016. Academic Writing and Grammar for Students, Lon- 					

	<p>don: Sage Study. ISBN 978-1-4739-1935-8</p> <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none">• SIDDONS, Suzy, 2008. The Complete Presentation Skills Handbook, London: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-5037-3• HUEMER, Birgt, Eve LEJOT und Katrien L. DEROEY, 2019. Academic writing across languages: multilingual and contrastive approaches in higher education = L'écriture académique à travers les langues : approches multilingues et contrastives dans l'enseignement supérieur = Wissenschaftliches Schreiben sprachübergreifend: mehrsprachige und kontrastive Ansätze in der Hochschulbildung. Wien; Köln; Weimar: Böhlau Verlag. ISBN: 978-3-205-20705-4 ; 3-205-20705-X
--	--

2.6 SW: Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken						
Modulbezeichnung	Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Bayerl, Alexander</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken (SW_SMPCR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • erlernte Verhaltensweisen und erprobte Werkzeuge anzuwenden. • eigene persönliche und berufliche Entwicklung weitgehend unabhängig von äußeren Einflüssen zu gestalten. 					
Inhalte des Moduls	<p>Das Kompetenzspektrum beinhaltet Themen wie selbstständige Motivation, Zielsetzung, Planung, Organisation, Lernfähigkeit und Erfolgskontrolle durch Feedback.</p> <p>Die Struktur definiert sich wie folgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführungsveranstaltung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ausleuchten des Themenfelds, Schwerpunktsetzung und „Hausaufgabe“. • Seminar I bis III: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kennenlernen des Kompetenzspektrums in Teamübungen. ○ Erleben der verschiedenen Tragsäulen des Selbstmanagements unter den Aspekten „Potential“, „Chance“ und „Risiko“ im Outdoor-/ alpinen Kontext. • Workshop 1 & 2: <ul style="list-style-type: none"> ○ Erlebnispädagogische, handlungsorientierte Selbst- und Gruppenerfahrung mit integriertem Leistungsnachweis. 					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SCHWARTZ, Tony und Tim LOEHR, 2003. Die Disziplin des Erfolgs: von Spitzensportlern lernen - Energie richtig managen. Econ. ISBN 978-3430182034 					

	<p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="592 226 1433 331">• GROÙE BOES, Stefanie und Tanja KASERIC, 2018. Trainer-Kit: die wichtigsten Trainingstheorien, ihre Anwendung im Seminar und Übungen für den Praxistransfer? Auflage. Bonn: Manager-Seminare-Verl. ISBN 978-3-936075-45-8
--	---

2.6 SW: Spanisch Business 1						
Modulbezeichnung	Spanisch Business 1			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Antràs Solè, Teresa</u>					
Lehrsprache	Spanisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Spanisch Business 1 (SZ_SPAN_BUS1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Mindestens Spanischvorkenntnisse B1					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, so- weit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Los alumnos ampliarán su vocabulario en las áreas de negocios y comerciales. Las habilidades de presentación y discusión serán reforzadas para mejorar su capacidad de interactuar con hispanohablantes. Además, los alum-nos serán capaces de comprender y analizar textos del mundo empresarial y económico.					
Inhalte des Moduls	En la primera parte de este módulo el curso se define como una introducción en el mundo de los negocios, mientras mejoramos nuestro nivel global de español. Trabajaremos diferentes textos (estructuras y vocabu- lario): redactar un CV, una carta de presentación o elaborar informes. También trataremos en el aula el conoci- miento intercultural. En forma de textos y de ejercicios aprenderemos a defendernos mejor en el mundo laboral hispanohablante.					
Hinweis	Mindestens Spanischvorkenntnisse B1					
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • DÍAZ GUTIÉRREZ, Eva, Pilar PÉREZ CAÑIZARES und Betsabé GALLEGO GIRÁDEZ, 2015. Meta profesional B1: Spanisch für den Beruf. Stutt- gart: Klett. ISBN 978-3-12-515470-4 Empfohlen: Keine					

2.6 SW: Successful Negotiations in a Global World						
Modulbezeichnung	Successful Negotiations in a Global World			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Hahn, Peter</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Successful Negotiations in a Global World (SW_SNGW)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit Übungsteil.					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students are able:</p> <ul style="list-style-type: none"> to apply culture specific knowledge (East-West: USA-Europe-Asia) in negotiations. to be aware management- and leadership styles. to apply different negotiation strategies and techniques will be explained and trained in role-plays. 					
Inhalte des Moduls	<p>Economical facts, historical developments as well as current living conditions (East-West: in particular USA, Europe, Asia (Japan, Taiwan, China, Korea, Singapore)).</p> <p>The cultural dimensions and their influence on negotiations in business relations will be introduced and discussed. Negotiation strategies and techniques will be a major topic and trained in role plays.</p> <p>The participants should be enabled to perceive culture specific features and peculiarities which is important to establish open-minded relations which again is a prerequisite for successfully negotiate with international business partners.</p>					
Hinweis						
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> HECHT-EL MINSHAWI, Béatrice, 2008. Interkulturelle Kompetenz: Soft Skills für die internationale Zusammenarbeit; [wichtige Infos in Englisch]. 2. Auflage. Weinheim [u.a.]: Beltz. ISBN 978-3-407-36469-2 Website Geert Hofstede https://geerthofstede.com/ Website Fons Trompenaars 					

<https://www.crossknowledge.com/de/faculty/fons-trompenaars-biografie-de>

Empfohlen:

- MAHBUBANI, Kishore, 2009. Can Asians think? Singapore: Marshall Cavendish. ISBN 978-981-4276-01-6

2.6 SW: Moderations- und Präsentationstechnik						
Modulbezeichnung	Moderations- und Präsentationstechnik			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Schönherr, Andrea</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Moderations- und Präsentationstechnik (SW_ModPrät)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> wissen, wie eine optimale Selbstpräsentation aussieht sind in der Lage, eine spannende Präsentation von fachbezogenen Themen mithilfe moderner Techniken vorzustellen. können die Moderation von (Team)Besprechungen und von schwierigen Gesprächen souverän durchführen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Selbstbild und Fremdbild abgleichen Angebot des Einsatzes von Videoaufzeichnungen, auf freiwilliger Basis mit dem Einverständnis der Studenten. Verbale und nonverbale Kommunikation in Einklang bringen. Vorstellung von verschiedenen Moderationstechniken, u.a. die „6 Denkhüte“ von Edward de Bono Die Moderatorenrolle bei schwierigen Gesprächen: Hintergründe, Fallstricke und wie man zu tragfähigen Vereinbarungen kommt. 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> DWECK, Carol, Januar 2016. Selbstbild: wie unser Denken Erfolge oder Niederlagen bewirkt. Ungekürzte Taschenbuchausgabe, 7. Auflage. München: Piper. ISBN 9783492252270, 3492252273 Empfohlen: <ul style="list-style-type: none"> DE BONO, Edward, 2006. Der kluge Kopf: trainieren Sie Ihren Verstand und werden Sie ein faszinierender Gesprächspartner. 1. Auflage. Landsberg am Lech: mvg. ISBN 978-3-636-07153-8 					

2.6 SW: Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung						
Modulbezeichnung	Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Hofbauer, Günter</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung (SW_SocCom)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmer haben Kompetenzen, um zielgerichtet zu kommunizieren und zu verhandeln.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Psychologie der Kommunikation - Kommunikationsmodelle und theoretische Grundlagen - Der Kreislauf des Verhandlungsmanagements - Vorbereitung und kommunikativer Kontakt - Beziehungsaufbau und Bedürfnisanalyse - Präsentation, Einwand und Vorwand - Preiskommunikation, Verhandlung und Abschluss - Faire und unfaire Methoden in der Kommunikation 					
Hinweis	Die Erstellung des LN wird inhaltlich vorbereitet und gecoacht. In der Präsenzzeit werden viele verschiedene praktische Übungen zur Kommunikation, kommunikativen Wirkung und Verhandlung durchgeführt und ausführlich Feedback gegeben.					
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter, Thomas FINK und Karina HOFBAUER, 2014. Erfolgreich verhandeln: so kommen Sie gezielt zum Vertragsabschluss. Berlin: Uni-Edition. ISBN 978-3-944072-25-8 Empfohlen: Keine					

2.6 SW: Spanisch Business 2						
Modulbezeichnung	Spanisch Business 2			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Gutierrez-Frei, Georgina</u>					
Lehrsprache	Spanisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Spanisch Business 2 (SZ_SPAN_BUS2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Voraussetzung: Spanisch B2 Level					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • kennen wichtige spanischsprachige Unternehmen. • haben Kenntnisse über die Wirtschaft und die Geschäftsfelder der hispanischen Welt • haben einen Wortschatz zur Moderation von Meetings und Verhandlungen • kennen kulturelle Unterschiede sowohl in Spanien als auch in Lateinamerika. 					
Inhalte des Moduls	Der Kurs vermittelt die Sprache, die in Besprechungen, Verhandlungen und Präsentationen geschrieben und gesprochen wird. <ul style="list-style-type: none"> • Indirekte Rede • Passiv • Zeiten des Subjuntivo • Vertiefung der Grammatik vorheriger Niveaus Spanisch Business 2 richtet sich an Studierende mit Spanisch Niveau B.					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • BOVET, Montserrat, Pilar MARCÉ ALVAREZ und Marisa PRADA SEGOVIA, 2008. Entorno empresarial B2. Edelsa Grupo Didascalía. ISBN 9788477114680 Empfohlen: Keine					

2.6 SW: Talent Center - Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung						
Modulbezeichnung	Talent Center - Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung			Modulnummer	2.6	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Leurpendeur, Alfred</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Talent Center - Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung (SW_TC_IPAPE)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	2.6: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • kennen die gängigen Methoden und Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung (z.B. Tests, Interview, AC etc.) • können die Instrumente der Personalauswahl anwenden • können ihr eigenes berufsbezogenes Leistungspotenzial bewerten 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Psychologie • Beobachtung • Befragung • Test • 360 Grad-Methode • Assessment-Center. 					
Hinweis						
Literatur	Pflicht: <ul style="list-style-type: none"> • SCHULER, Heinz und Uwe-Peter KANNING, 2014. Lehrbuch der Personalpsychologie. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Hogrefe. ISBN: 9783801723637 • SCHULER, Heinz und Klaus MOSER, 2014. Lehrbuch Organisationspsychologie. 5. Auflage. Hogrefe. ISBN 978-3456852928 • Schuler, Heinz (Hrsg.) - 2014: Psychologische Personalauswahl: Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung. 4., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Hogrefe. ISBN: 9783801718640 Empfohlen:					

	<ul style="list-style-type: none">• Keine
--	---

2.7 NW: Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit						
Modulbezeichnung	Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit			Modulnummer	2.7	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Küst, Stefan</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit (NW_CR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Die Lehrform ist seminaristischer Unterricht mit Übungsteil. Im Vorlesungsteil wird ein Überblick vermittelt, im Übungsteil wird mit Aufgabenstellungen und Fallstudien das Gelernte angewendet. Darüber hinaus haben die Studierenden Aufgabenstellungen selbständig alleine und/oder in Gruppen außerhalb der Veranstaltung von Termin zu Termin vorzubereiten.					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen grundlegend, was sich hinter Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit verbirgt wissen, welche Anforderungen, Möglichkeiten und Instrumente es zur Implementierung, Umsetzung und Kommunikation im Unternehmen gibt wissen, welche Schwierigkeiten und Chancen die Umsetzung von Nachhaltigkeit mit sich bringt sind in der Lage, Umsetzungsprojekte unterstützend zu begleiten 					
Inhalte des Moduls	<p>Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Responsibility, CR) und Nachhaltigkeit nehmen in der Öffentlichkeit und in Unternehmen immer breiteren Raum ein. Meist ausgehend von betrieblichem Umweltengagement erweitert sich das Spektrum um soziale, ökonomische und gesellschaftliche Herausforderungen, denen sich ein verantwortungsvolles, nachhaltiges Unternehmen stellen muss.</p> <ul style="list-style-type: none"> Herausforderung CR/Nachhaltigkeit: Definition, Geschichte, Entwicklung Unternehmerische Verantwortung als Wettbewerbsfaktor Strategien Treiber der Nachhaltigkeit CSR und klassischer Unternehmenswert, Corporate Citizenship, Corporate Governance etc Nachhaltigkeitsmanagement und Standards: Handlungsfelder Standards (ISO 26000, ISO 14001, SA 8000, Global Compact, ...) Organisation des CR-Managements Leitbild Code of Conduct CR-Handlungsfelder: Produktverantwortung Verantwortung in der Supply Chain Umweltverantwortung Verantwortung für die Gesellschaft Verant- 					

	<p>wortung für die Mitarbeiter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeitskommunikation: Strategien und Maßnahmen Stakeholderdialog Standards, Leitfäden, Zertifikate Rankings Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts • Der Nachhaltigkeitsmanager: Aufgaben organisatorische Einbindung Ziele Erwartungen Zusammenarbeit mit Management und Fachabteilungen soziale und fachliche Kompetenzen
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LOTTER, Dennis und Jerome BRAUN, 2010. Der CSR-Manager - Unternehmensverantwortung in der Praxis. Altop Verlags- und Vertriebsgesellschaft mbH. ISBN 978-3925646508 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • RABE VON PAPPENHEIM, Jörg, 2009. Das Prinzip Verantwortung - Die 9 Bausteine nachhaltiger Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-8056-4 • HARDTKE, Arnd, 2010. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen: von der Idee der Corporate Social Responsibility zur erfolgreichen Umsetzung. 1. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-0806-3

2.7 NW: Development Aid Project						
Modulbezeichnung	Development Aid Project			Modulnummer	2.7	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Augsdörfer, Peter</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Development Aid Project (NW_DAP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	5 h	0 h	70 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> know that a vast amount of communities has limited or no access to basic utilities such as heating, cooking, water, and electricity. know about Luquina, a small community in Peru at the shore of Lake Titicaca, was chosen as the recipient of an easily replicable and sustainable energy system to provide cooking facilities, electricity and water to homes and buildings across the town. 					
Inhalte des Moduls	<p>A group of THI students will work alongside students from our US partner, the Seminole State College, Florida (USA) in order to create, design, and implement a solution in Luquina. This exposure allows for broadening experiences between the two academic cultures and the opportunity to provide minimal utilities to homes in a remote village. Due to limited funding, there are significant constraints on possible solutions, but sponsorship from university grants are pursued.</p> <p>The program provides a once in a lifetime opportunity to help solve a global problem, students applied modern technology with simplistic principles and resources in a way that would not be intrusive on Peruvian culture. Students will strive to implement a solution on a small scale in the village that could be implemented on a global scale due to its simplistic, inexpensive, sustainable, and not intrusive properties. This unique opportunity provides the students to form international relations and a cultural educational experience that, alongside coursework, will be difficult to find anywhere else.</p>					
Hinweis	Suitable for engineering students and business students. All students (male and female) have to have good physical health needed for help with construction works. Business students could also help with finance related matters (loans, etc.). Spanish language is an advantage but no requirement. Students have to					

	<p>pass an interview with Prof. Dr. Augsdörfer</p> <p>Cost</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cost: 2400 US Dollar living cost (food and accomadation) in Luquina (Peru). Students are integrated in local families (living and eating) • Flight (international and national): to be paid by student separately • Duration: approx. 10 days • Timing: During Wintersemester holidays (15. Feb - 15. March) • More information: Prof. Dr. Peter Augsdörfer <p>Please note:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students particpate on their own risk • All recommendations of Auswärtiges Amt have to be followed. https://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/PeruSicherheit.html • Studentes need to have adequate medical vaccinations
<p>Literatur</p>	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MCBRIDE, Melanie, 2016. Project Management Basics: How to Manage Your Project with Checklists [online]. Berkeley, CA: Apress PDF e-Book. ISBN 978-1-4842-2086-3, 978-1-4842-2085-6. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-1-4842-2086-3. <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CROWDER, James A., FRIESS, Shelli, 2015. Agile project management: managing for success [online]. Cham [u.a.]: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-319-09018-4, 978-3-319-09017-7. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-319-09018-4.

2.7 NW: Values and Consciousness – Werte und Bewusstsein in der Ökonomie						
Modulbezeichnung	Values and Consciousness – Werte und Bewusstsein in der Ökonomie			Modulnummer	2.7	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Meng. Birte</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Values and Consciousness – Werte und Bewusstsein in der Ökonomie (NW_VaC)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können interdisziplinär und systemisch denken • haben ein Bewusstsein für persönliche sowie gesellschaftliche Werte und Ziele • kennen verschiedene Zukunftsmodelle • kennen theoretische Hintergründe zu den Schlüsselkompetenzen für eine Gesellschaft und Wirtschaft des 21. Jahrhunderts • kennen damit in Zusammenhang stehende Leadership-Modelle und können diese beschreiben • kennen verschiedene Techniken in den einzelnen Kompetenzbereichen (u.a. Systemdenken, Wertebewusstsein, Kreativität, Kommunikation, Teamarbeit, Empathie) und können diese anwenden • sind dazu fähig, bewusste und zukunftsfähige Entscheidungen zu treffen • erweitern ihre Soft Skills und Problemlösungskompetenz 					
Inhalte des Moduls	<p>In Zeiten einer komplexer werdenden und sich immer schneller verändernden Welt sieht die Menschheit sich neuen Herausforderungen gegenübergestellt. In allen menschlichen Bereichen – und so auch in der Ökonomie – stellt sich die Frage nach der Zukunftsfähigkeit der bestehenden Strukturen und der zu treffenden Entscheidungen.</p> <p>Wo stehen wir? Wo wollen wir hin? Was brauchen wir dafür?</p> <p>Die Beantwortung dieser Fragen ist wesentlich für eine bewusste Gestaltung der Zukunft – im persönlichen Leben, in der Gesellschaft sowie in Unternehmen.</p>					

	<p>Das Seminar beleuchtet diese Fragestellungen mit einer grundlegend interdisziplinären Herangehensweise unter Verwendung von Erkenntnissen u.a. aus den Fachgebieten Psychologie, Soziologie, Gesundheitswissenschaften, Neurowissenschaften, Philosophie, Ökologie und Zukunftswissenschaft.</p> <p>Neben der Betrachtung möglicher Zukunftsentwürfe – hier insbesondere der viel diskutierten gesellschaftlichen „Great Transformation“ / „Great Transition“ – mit ihren jeweils zugrundeliegenden Wertemodellen und Weltbildern, wird im Seminar vor allem auch die Relevanz verschiedener menschlicher Fähigkeiten thematisiert, die zunehmend gebraucht werden, um dem Individuum und der Gesellschaft eine bewusste und nachhaltig gesunde Zukunftsgestaltung zu ermöglichen. Diese Fähigkeiten gehen über den rein analytisch-mental und disziplinären Bereich hinaus und schließen vor allem auch sogenannte Soft Skills mit ein (z.B. in den Bereichen der emotionalen, sozialen und kreativen Intelligenz) sowie eine inter- bzw. transdisziplinäre und systemische Sichtweise, die es ermöglicht, persönliche sowie ökonomische Entscheidungen in einen gesamtgesellschaftlichen und ökologischen Kontext stellen zu können. Verschiedene Methoden und Techniken in den einzelnen Fähigkeitsbereichen werden vorgestellt und beispielhaft in Übungen angewendet.</p> <p>In Bezug zu den obengenannten Aspekten wird zudem diskutiert, wie Leadership im 21. Jahrhundert aussehen könnte. Es wird ein Überblick über existierende Modelle gegeben und mit Beispielen aus nationalen und internationalen Unternehmen ergänzt.</p> <p>Im Einzelnen werden im Seminar vorgestellt:</p> <p>Zukunftsentwürfe (z.B. Great Transition Szenario); Theorien zu Persönlichkeit, Motivation und Werten (z.B. Maslow, Graves, Gebser); Theorien und Techniken in den verschiedenen Kompetenzbereichen (z.B. Kreativität, Wertebewusstsein, Kommunikation, Teamarbeit, Empathie); systemisches Denken und Vorstellung systemtheoretischer Modelle; Inter- und Transdisziplinarität; Leadership im 21. Jahrhundert</p> <p>Die Anwendbarkeit auf und Bedeutung für ökonomische Fragestellungen werden beleuchtet und diskutiert. Ergänzt werden die theoretischen Grundlagen durch Praxisbeispiele aus Unternehmen.</p>
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • RASKIN, Paul, BANURI, Tariq, GALLOPIN, Gilberto, GUTMAN, Pablo, HAMMOND, Al, KATES, Robert, SWART, Rob, 2002. Great Transition. The Promise and Lure of the Times Ahead. A report of the Global Scenario Group. [online]. Boston: Stockholm Environment Institute PDF e-Book. ISBN 978-0-97124-181-7. Verfügbar unter: https://greattransition.org/documents/Great_Transition.pdf https://greattransition.org/documents/gt_deutsch.pdf. <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • RIFKIN, Jeremy, 2012. Die empathische Zivilisation. Wege zu einem globalen Bewusstsein. Frankfurt/Main: Fischer. ISBN 978-3-596-19169-7 • SCHEIN, Steve, 2015. A new Psychology for Sustainability Leadership: The Hidden Power of Ecological Worldviews. Sheffield, UK: Greenleaf Publishing. ISBN 978-1-78353-190-5

2.7 NW: Basics in Sustainability						
Modulbezeichnung	Basics in Sustainability			Module No	2.7	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Barfuß, Georg Stephan</u>					
Lehrsprache	German/English					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Basics in Sustainability (NW_Sus)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know the framework for sustainability: the sustainable development approach • know the most recent concepts of implementing sustainable development: the planetary boundaries and the Sustainable Development Goals (SDGs) • know the important issues regarding sustainability management in an international context and how to present solution concepts • know how to make use of them for international corporations • are able to estimate possible consequences on management decisions with-in questions of internationalization • are able to put all aspects of sustainability management into context, given specific practical examples 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Sustainable development: concept and framework for sustainability management • Definition, evolution and content of sustainability management • financial, social and ecological perspective of sustainability • different scoping of sustainability in international context • sustainability and innovation • sustainability accounting and controlling • sustainability reporting • case studies from different industries 					
Hinweise						
Literatur	Verpflichtend:					

	<ul style="list-style-type: none">• BLOWFIELD, Michael and Alan MURRAY, 2014. <i>Corporate responsibility</i>. 3. edition. Oxford: Oxford Univ. Press. ISBN 978-0-19-967832-7• FREEMAN, R. Edward, 2010. <i>Stakeholder theory: the state of the art</i>. 1. edition. Cambridge: Cambridge Univ. Press. ISBN 978-0-521-19081-7 ; 0-521-19081-9 ; 978-0-521-13793-5 ; 0-521-13793-4 <p>Empfohlen: None</p>
--	--

2.7 NW: Sustainability in China						
Modulbezeichnung	Sustainability in China			Modulnummer	2.7	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	<u>Habisch, Andre</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Sustainability in China (NW_SustChina)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Nachhaltige Entwicklung ist ein globales Ziel des 21. Jahrhunderts, wie es etwa in den UN Sustainable Development Goals Ausdruck gefunden hat. Als bevölkerungsreichstem Land der Erde kommt der VR China dabei eine Schlüsselrolle zu. Zugleich eröffnet das Ringen um nachhaltige Entwicklung in China aber auch hochinteressante unternehmerische Perspektiven. Entsprechend einem spezifisch chinesisches Nachhaltigkeitskonzept werden ökonomische, ökologische und soziale, aber auch kulturelle und Governance-Aspekte der Thematik dargelegt.					
Inhalte des Moduls	<p>Der Kurs findet als Ringvorlesung im wöchentlichen Rythmus in englischer Sprache an der KU Eichstätt statt; er wird in Zusammenarbeit mit dem Competence Centre Sustainability in China (CCSC) und dem AUDI-Konfuzius-Institut (Leitung: Prof. Dr. Peter Augsdörfer) durchgeführt.</p> <p>In transdisziplinärer Perspektive legen chinesische, deutsche und internationale Referenten aus Wissenschaft und unternehmerischer Praxis jeweils Teilaspekte ökonomischer, ökologischer und sozialer Entwicklung in China dar. Dabei wird einerseits Wissen über aktuelle Entwicklungen im heutigen China vermittelt; andererseits stehen nachhaltigkeitsrelevante Aspekte des Wirtschaftens in Schwellenländern im Mittelpunkt. Studierende wählen aus dem Spektrum der Ringvorlesung jeweils ein Thema aus, das sie in Kooperation mit dem entsprechenden Referenten literaturbasiert schriftlich vertiefen.</p>					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • ZHAO, Rui und Uzezi DIA, 2017. Digital Service through Sharing Economy to Sustainability: A car sharing case in Suzhou, China. LAP LAMBERT Academic Publishing. ISBN 978-6202062244 • CRANE, A drew und Dirk MATTEN, 2016. Business ethics: managing corpo- 					

	<p>rate citizenship and sustainability in the age of globalization. 4. Auflage. Oxford University Press. ISBN 978-0199697311</p> <ul style="list-style-type: none">• HABISCH, André und René SCHMIDPETER, 2016. Cultural Roots of Sustainable Management: Practical Wisdom and Corporate Social Responsibility. Berlin: Springer. ISBN ISBN 978-3-319-28287-9 <p>Empfohlen: Keine</p>
--	---

2.7 NW: Sustainability & Philosophical Approaches						
Modulbezeichnung	Sustainability & Philosophical Approaches			Modulnummer	2.7	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Barfuß, Georg Stephan; von Stietencron, Sinan					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Sustainability & Philosophical Approaches (NW_S&PA)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Students know the concept of sustainability as defined by the United Nations and are able to raise sustainability issues on their own and discuss them from different perspectives (stakeholder theory). • Students know the responsibility for companies that derives from it: Corporate Social Responsibility (CSR). They are able to discuss CSR from the different perspectives of society: NGOs, politics, investors, etc. • Students know the basics about philosophical reasoning. They are able to define a philosophical question and discuss it in the proper way. In addition, they are able to moderate a philosophical discussion. 					
Inhalte des Moduls	<p>Content Sustainability:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition of "sustainable development", "the Sustainable Development Goals" and "Science Based Targets". • Discussion of the question "what's a business for?" and definition and history of "Corporate Social Responsibility" • practical examples from the automotive and other industries regarding the implementation of sustainability management. • Limitations of economics, business administration and law to answer questions like "what is climate justice?", "who owns nature?" or "are the rich countries exploiting the poor?". These limitations are used as a "bridge" to the second part of this course: Philosophy. <p>Content Philosophy:</p> <p>Seen from a historical perspective philosophy is nothing less than the mother of all sciences. Yet over the two centuries it has become an exotic, often overly abstract subject with a general lack of practical relevance. Today this epoch of detached philosophy is rapidly coming to an end. In a globalized world, facing</p>					

	<p>challenges such as climate change, globalisation of commerce and culture, automatization and digitalisation, philosophy experiences an unprecedented revival as interdisciplinary and low-threshold platform for fundamental questions of ethics, essence and purpose:</p> <p>How do we want to live in the future? How does technology change the way we see the world? What is justice in a globalized world? What does it truly mean to be “online”? What is the relationship between human and nature? And many more...</p> <p>The seminar introduces philosophy as a method of reflecting upon the world in open, moderated group discourses. It demonstrates the importance of philosophizing as a basic human act and shows its relevance in the context of sustainability. In “live sessions” the students will have the chance to philosophize self-chosen questions. Furthermore, it conveys methods of finding philosophical questions in daily life as well as in a scientific or commercial context. Through the so-called philosophical stance and with reference to communication psychology it introduces a method for personal self-reflection and character development. Finally, the students will develop their own approaches to philosophically deal with their personal core questions in the field of sustainability.</p>
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ohne Autor. Sustainable Development [online]. [Zugriff am:]. Verfügbar unter: https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CRUTZEN, Paul J., Michael MASTRANDREA und Stephen H. SCHNEIDER, 2011. Das Raumschiff Erde hat keinen Notausgang: Energie und Politik im Anthropozän. ISBN 978-3-518-06176-3 • FREEMAN, R. Edward und andere, 2010. Stakeholder theory: the state of the art. 1. Auflage. Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press. ISBN 978-0-521-19081-7, 0-521-19081-9

2.8 Projekt Soziales Engagement						
Modulbezeichnung	Projekt Soziales Engagement			Modulnummer	2.8	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Alt, Markus; Bregulla, Markus; <u>Clostermann, Jörg</u> ; Doyé, Thomas; Fend, Lars; Fischer, Heinz Joachim; Habermann, Mandy; Hofmann, Jürgen; Quenzler, Alfred; Regler, Michaela; Scheed, Bernd; Schmidt, Karin; Wittmann, Robert; Zeller, Elisabeth					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Projekt Soziales Engagement (Proj_SozEng)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Projekt					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Äquivalent zu IHM-B: Projekt zur Sozialkompetenz					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	4 h	0 h	71 h	75 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation 15-30 min mit schriftlicher Ausarbeitung 8-10 Seiten m.E./o.E.					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können eigenverantwortlich entgeltlose Tätigkeiten im gemeinnützigen/ehrenamtlichen Bereich definieren und wahrnehmen • können Projekte selbstständig initiieren, planen und durchführen • können im Team Konzepte und Strategien entwickeln • können Mitarbeiter führen und motivieren • können Projektergebnisse sicher und ergebnisorientiert präsentieren 					
Inhalte des Moduls	<p>Beim Projekt „Soziales Engagement“ handelt es sich um ein ehrenamtliches, gemeinnütziges Projekt, welches die Studierenden alleine oder im Team eigenverantwortlich und selbstständig initiieren und durchführen. Das Projekt kann auch die Fortführung eines bestehenden Projekts sein, allerdings muss auch in diesem Fall ein Konzept entwickelt werden, welches die Weiterentwicklung und Verbesserung des bestehenden Projekts deutlich macht.</p> <p>Das Prozedere ist wie folgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden gehen mit Ihrer Projektidee direkt auf den jeweiligen Professor (siehe https://moodle.thi.de/moodle/course/view.php?id=1046) zu. • Signalisiert der Professor die Bereitschaft, das Projekt zu übernehmen, ist von den Studierenden eine Projektvereinbarung (Vorlage siehe https://moodle.thi.de/moodle/course/view.php?id=1046) anzufertigen. Das Template für die Projektvereinbarung findet man in Moodle unter „Clostermann“ und "Projekt Soziales Engagement". • Nachdem der betreuende Professor die Projektvereinbarung gegengezeichnet hat, können die Studierenden starten. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Das Projekt soll eine Arbeitsbelastung von 75-90 Zeitstunden pro Studierenden repräsentieren. Es kann während des Semesters, semesterübergreifend oder aber auch in den Semesterferien durchgeführt werden. Es ist ein formloses Zeit-Protokoll zu führen, woraus sich Ihre Arbeitsbelastung herauslesen lässt. • Nach der Projektdurchführung fragt man bei dem betreuenden Professor nach einem Präsentationstermin. Die Präsentation hat einen zeitlichen Umfang von 5-7 Minuten pro Projektteilnehmer. Inhalt der Präsentation ist, Motivation, Projektinhalt, Ergebnisse, Lessons Learned. (Achtung: Die Anfrage nach einem Präsentationstermin sollte mindestens 4 Wochen vor Beginn des Prüfungszeitraums erfolgen, ansonsten ist ein Noteneintragung im gleichen Semester nicht garantiert!) • Nach erfolgreicher Präsentation fertigen die Studierenden einen Steckbrief und ein Poster über das Projekt und liefern diesen per Email an Jörg Clostermann. Das Template für den Steckbrief und das Poster findet man in Moodle unter „Clostermann“ und "Projekt Soziales Engagement". <p>In dem Steckbrief werden u.a. die Teammitglieder namentlich genannt. Wer gegen die Veröffentlichung des Projekt-Steckbriefs in jeglicher Form ist, soll bitte per Email an Jörg Clostermann (joerg.clostermann@thi.de) Einspruch erheben.</p>
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • WURSTER, Michael T., SACHSEN-ALTENBURG, Maria von, 2015. Helden gesucht: Projektmanagement im Ehrenamt: Mit Illustrationen von Werner Tiki Küstenmacher [online]. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg PDF e-Book. ISBN 978-3-662-43923-4, 978-3-662-43922-7. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-662-43923-4. <p>Empfohlen: Keine</p>

2.9 Unternehmensplanspiel						
Modulbezeichnung	Unternehmensplanspiel			Modulnummer	2.9	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Jünger, Michael; Schmidt, Karin					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Unternehmensplanspiel (BW_UPL_SPIEL)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Pr - Praktikum					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	3	5	35 h	0 h	90 h	125 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation 15-30 min mit schriftlicher Ausarbeitung 10-15 Seiten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> kennen die funktionsübergreifenden Zusammenhänge der Unternehmensführung wenden das im Grundlagenstudium erworbene Fachinstrumentarium gezielt an verfügen über soziale Fähigkeiten und Führungsfähigkeiten, die sie in gruppendynamischen Prozessen erworben haben. 					
Inhalte des Moduls	Das Planspiel General Management II der Firma TATA wird im 6-Perioden-Szenario in 5 Gruppen durchgeführt. Die Studenten übernehmen dabei die Rolle des Geschäftsleitungsgremiums und konkurrieren in den 5 Teams auf nationalen und internationalen Märkten. Komplexe Entscheidungssituationen werden informationsunterstützt in der Gruppe aufbereitet und bearbeitet. Entscheidungen werden auf betriebswirtschaftlichen Analysen und Berechnungen fundiert getroffen. Die Studierenden erarbeiten sich dazu eigene Planungs- und Steuerungstools. Die Studierenden erstellen Ausarbeitungen zu strategischen Entscheidungen sowie Kapitalmarktentscheidungen. Das Planspiel schließt mit der Simulation einer Hauptversammlung ab.					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> PLANSPIEL-HANDBUCH, WIRD IN DER VERANSTALTUNG AUSGEGEBEN/IN MOODLE BEREITGESTELLT. Empfohlen: Keine					

2.10 Betriebswirtschaftliches Vertiefungsseminar						
Modulbezeichnung	Betriebswirtschaftliches Vertiefungsseminar			Modulnummer	2.10	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Jünger, Michael; Scheed, Bernd; <u>Wittmann, Robert</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Betriebswirtschaftliches Vertiefungsseminar (BW_VSem)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	S - Seminar					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	mdIP - mündliche Prüfung 15 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • beherrschen die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Informations- und Entscheidungsinstrumente • sind in der Lage, diese Instrumente in den ganzheitlichen Ansatz der Unternehmensführung einzuordnen • haben die Fähigkeit, diese Kenntnisse in Fallstudien praxisorientiert zu diskutieren • beherrschen die betriebswirtschaftlichen Grundlagen und weisen ein unternehmerisches Grundverständnis auf 					
Inhalte des Moduls	1. Wirtschaftssysteme 1.1 Grundlagen und Träger des Wirtschaftens 1.2 Betriebswirtschaftliche Zielkonzeptionen 2. Konstitutive Entscheidungen 2.1 Standortwahl 2.2 Rechlicher Aufbau der Betriebe 2.3 Zusammenschluss von Unternehmen 3. Unternehmensführung und Organisation 3.1 Aufgaben und Funktionen der Unternehmensführung 3.2 Führungsstile und Führungsmodelle 3.3 Aufbau- und Ablauforganisation 4. Materialwirtschaft und Logistik					

	<ul style="list-style-type: none"> 4.1 Aufgaben und Teilbereiche 4.2 Instrumentarien 4.3 Materialdisposition 4.4 Logistik 5. Produktionswirtschaft 5.1 Aufgaben und Ziele 5.2 Produktionsplanung 5.3 Prozessgestaltung; JIT; PPS; CIM 6. Marketing 6.1 Aufgaben, Ziele und Strukturen 6.2 Marktforschung 6.3 Absatzpolitische Instrumente 7. Kapitalwirtschaft 7.1 Grundlagen 7.2 Kapitalbedarfsermittlung 7.3 Kapitalbeschaffung 7.4 Vermögens- und Kapitalstrukturgestaltung 7.5. Investitionsplanung und -rechnung 7.6 Unternehmensbewertung 8. Personalwirtschaft 8.1 Grundlagen 8.2 Personalbedarfsplanung; -beschaffung; -entwicklung; -freisetzung; -einsatz 8.3 Entlohnung und Mitarbeitermotivation 9. Rechnungswesen und Controlling 9.1 Aufgaben und Teilbereiche 9.2 Bilanzierung und Jahresabschluss 9.3 Kostenrechnung 9.4 Controlling 10. Betriebliche Steuern 10.1 Ertragsteuern 10.2 Verkehrsteuern 10.3 Substanzsteuern <p>Die Studierenden werden in Gruppen bis zu vier Teilnehmern geprüft. Es besteht Anwesenheitspflicht, welche durch Unterschriftsliste festgestellt wird. Betriebswirtschaftliche Zusammenhänge werden auch anhand aktueller Sachverhalte aus der Tagespresse diskutiert. Das Seminar wird mit einer mündlichen Prüfung abgeschlossen, welche die Prüfungsbewertung darstellt.</p>
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • JUNG, Hans, 2016. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 13., aktual. Auflage. München: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-763768 • THOMMEN, Jean-Paul und Ann-Kristin ACHLEITNER, 2017. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. 8., vollst. überarb. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3658077679 • GREFE, Cord, 2019. Unternehmenssteuern. 22. Auflage. Ludwigshafen (Rhein): Kiehl. ISBN 978-3-470-10272-6 <p>Empfohlen: Keine</p>

2.11 Seminar Wissenschaftliches Arbeiten						
Modulbezeichnung	Seminar Wissenschaftliches Arbeiten		Modulnummer	2.11		
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	Graap, Torsten; Jakobs, Laura; Kriegl, Bettina					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminar Wissenschaftliches Arbeiten (BW_BASem)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 63 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	2.11 ist Zulassungsvoraussetzung für 2.12					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	2	24 h	0 h	26 h	50 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Ausarbeitung 8-10 Seiten m.E./o.E.					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens und können diese anwenden • nutzen die wichtigsten Recherchertools in ihrer Wissenschaftsdisziplin und führen eine strategische Informationsrecherche für eine wissenschaftliche Arbeit durch • evaluieren Informationen kritisch, hinterfragen ihre Qualität und gehen verantwortungsbewusst mit Informationen um • können wissenschaftlich korrekt zitieren, ein Literaturverzeichnis für eine wissenschaftliche Arbeit erstellen und Literaturzitate interpretieren • kennen die Funktionen des Literaturverwaltungsprogramms Citavi und können es anwenden • sind in der Lage, ihre Bachelorarbeit zu projektieren und anhand eines Exposés zu strukturieren 					
Inhalte des Moduls	<p>Anhand eines Themas erarbeiten sich die Studierenden in Einzel- und Gruppenarbeit Strategien des Wissenschaftlichen Arbeitens und trainieren die wichtigsten Rechercheinstrumente für ihr Fachgebiet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wege des wissenschaftlichen Publizierens • Methodik der Informationsrecherche • Die wichtigsten Instrumente für das Fachgebiet: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bibliothekskataloge ○ Fernleihe ○ Wissenschaftliche Fachdatenbanken • Evaluation von Informationsquellen 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Zitieren, Literaturverzeichnis, Plagiate, Urheberrecht • Literaturverwaltung <p>Bitte beachten Sie, dass Sie an den Terminen des Seminars persönlich anwesend sein müssen! Ein Teil der Inhalte wird online via Moodle vermittelt.</p>
Hinweis	
Literatur	<p>Verpflichtend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • STICKEL-WOLF, Christine und Joachim WOLF, 2016. <i>Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: erfolgreich studieren - gewusst wie!</i>. 8. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-658-11116-8 <p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SANDBERG, Berit, 2017. <i>Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat: Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion</i> [online]. Berlin; Boston: De Gruyter Oldenbourg PDF e-Book. ISBN 978-3-11-051481-0, 978-3-11-051485-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1515/9783110514810. • BALZERT, Helmut, Marion SCHRÖDER und Christian SCHÄFER, 2017. <i>Wissenschaftliches Arbeiten: Ethik, Inhalt & Form wiss. Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation</i>. 2. Auflage. Berlin: Springer. ISBN 978-3-96149-006-6

2.12 Bachelorarbeit						
Modulbezeichnung	Bachelorarbeit			Modulnummer	2.12	
Dozent/in / Modulverantwortliche/r	alle Professoren der THI Business School					
Lehrsprache	Deutsch / Englisch möglich					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Bachelorarbeit (BW_BA)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Wissenschaftliches Arbeiten					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen ihr Praxissemester und das Modul 2.11 Seminar Wis- senschaftliches Arbeiten erfolgreich ablegt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT- Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	0	12	0 h	0 h	300 h	300 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bachelorarbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen für wissenschaftliches Arbeiten und können diese anwenden • sind in der Lage selbständig qualitativ hochwertige wissenschaftliche Fachinformation für Studium und Beruf zu recherchieren und zu beschaffen • kennen die Grundregeln des Zitierens wissenschaftlicher Quellen und des Erstellens eines Literaturverzeichnisses • sind in der Lage, eine wissenschaftliche Arbeit nach wissenschaftlichen Qualitätsstandards zu fertigen 					
Inhalte des Moduls	<p>Mit der Bachelorarbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie die Fähigkeiten besitzen, innerhalb einer angemessenen Frist ein Problem aus dem Fachgebiet der Betriebswirtschaftslehre nach wissenschaftlichen Methoden qualifiziert zu bearbeiten. Die Abschlussarbeit soll dabei bevorzugt Problemstellungen der betrieblichen Praxis betreffen. Die Erstellung der Bachelorarbeit wird von einem Professor betreut und von zwei Gutachtern, wovon einer der Betreuer sein soll, bewertet. Die Bachelorarbeit kann nach Absprache mit der/dem betreuenden Professor/in in deutscher oder in englischer Sprache abgefasst werden. Die Abschlussarbeit soll einen Zeitaufwand von ca. 300 Arbeitszeitstunden widerspiegeln, d.h. die Bearbeitungszeit soll bei zusammenhängender ausschließlicher Bearbeitung in der Regel zwei Monate nicht überschreiten. Die maximale Bearbeitungszeit beträgt fünf Monate. Über die Abschlussarbeit ist eine Dokumentation im Umfang von ca. 40 – 60 Seiten anzufertigen.</p> <p>Einzelheiten zur Anfertigung der Bachelorarbeit können in Moodle unter: Allgemeine Informationen der Business School abgefragt werden.</p>					

Hinweis	
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none">• STICKEL-WOLF, Christine und Joachim WOLF, 2016. Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: erfolgreich studieren - gewusst wie! 8. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-11116-8 Empfohlen: Keine

2.2 Praxissemester						
Modulbezeichnung	Praxissemester			Modulnummer	2.2	
Dozent/in	NN					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxissemester (BW_PrSem)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Der Eintritt in das Praxissemester setzt neben dem vollen Erbringen der Leistungspunkte aus dem ersten und zweiten Studiensemester die Erbringung von mindestens 20 ECTS-Leistungspunkten aus dem dritten und vierten Studiensemester sowie die erfolgreiche Ableistung des Grundpraktikums voraus.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	0	24	0 h	0 h	600 h	600 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktikumsbericht					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Tätigkeitsgebiete in Unternehmen oder vergleichbaren Organisationen • definieren Managementaufgabenstellungen und bewältigen sie in Ansätzen • erwerben Managementfähigkeiten. • sind in der Lage, Aufgaben zu bewältigen und Tätigkeiten durchzuführen gemäß einem Absolventen der Betriebswirtschaft 					
Inhalte des Moduls	Das Praktische Studiensemester baut auf dem Grundpraktikum sowie den erworbenen Studienkenntnissen insbesondere aus dem Studium von Studienschwerpunkten auf. Der Studierende verbringt 20 Wochen in einem Unternehmen. Der Studierende erhält einen vertieften Einblick in die Tätigkeit eines Betriebswirtes durch selbständige Arbeiten an betriebswirtschaftlichen Aufgabenstellungen. Er erwirbt Fertigkeiten und Fähigkeiten, die eine zügige Einarbeitung in betriebliche Aufgabenstellungen ermöglicht und einen Berufseinstieg vorbereitet.					
Hinweis						
Literatur	Pflicht: Keine Empfehlung: Keine					