

MODULHANDBUCH OPTIONEN

DES BACHELORSTUDIENGANGS
BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE B.Sc.
(FPO 2024)

Inhalt

Vorwort	4
Übersicht der wählbaren Optionen und Anforderungen an Vertiefungen	5
Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation	7
Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik	7
Internationale Rechnungslegung.....	9
Steuerbilanz und IT	11
Sustainability Reporting.....	13
Unternehmenssteuern	16
Wirtschaftsprüfung	18
Vertiefung Controlling & Finance	20
Aktuelle Trends im Controlling.....	20
Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik.....	22
Controlling Essentials	23
Bank- und Finanzmanagement.....	25
Investment- und Risikomanagement	27
Unternehmensfinanzierung	30
Vertiefung Digital Business	32
Anwendungssysteme im Unternehmen.....	32
Data Science für BWL	35
Low Code / No Code Software Development.....	37
Usability und User Experience	40
Vertiefung Global Sustainability	42
Creating Shared Value	42
Internationale Klima- und Umweltpolitik	45
Sustainable Global Value Chains	47
Sustainability Reporting.....	50
Vertiefung Logistik & Supply Chain Management	51
Logistiksysteme und -technologien.....	51
Logistics & Supply Chain Management	54
Purchasing & Supply Management.....	57
Sustainable Global Value Chains	60

Vertiefung Marketing	61
Creating Shared Value	61
Digital Marketing.....	62
Konsumentenpsychologie	64
Marketing Analytics.....	66
Principles of Behavioral Economics.....	69
Verkaufen statt Verhandeln - Sales Excellence	71
Vertiefung Personalmanagement und -psychologie	73
Personnel Psychology and People Analytics.....	73
Personalentwicklung und Organisationspsychologie	75
Projektstudie Personalmanagement	78

Vorwort

Liebe Studentinnen und Studenten,

folgend finden Sie das Modulhandbuch Optionen für den Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre BSc.

Sofern Sie eine Vertiefung belegen und im Zeugnis ausweisen lassen möchten, beachten Sie bitte die nachfolgenden Hinweise.

Bitte beachten Sie ferner, dass bei einzelnen Optionen Voraussetzungen bestehen können, welche in den Modulbeschreibungen ersichtlich sind. Das Modulhandbuch Optionen ist eine Übersicht des allgemeinen Angebots, das konkrete Angebot pro Semester entnehmen Sie bitte dem HIP.

Wir bitten um Sie Verständnis dafür, dass es zu kurzfristigen Änderungen kommen kann.

Wir wünschen Ihnen eine schöne, lehrreiche und erfolgreiche Studienzeit.

Übersicht der wählbaren Optionen und Anforderungen an Vertiefungen

§ 3 Abs. 4 FPO BWL 2024:

Die Studierenden können sich im Zeugnis einen Vertiefungsschwerpunkt ausweisen lassen, wenn sie im Schwerpunktbereich drei Optionen und die Bachelorarbeit erfolgreich absolviert haben. Als Vertiefungsschwerpunkte werden „Accounting, Auditing & Taxation“, „Controlling & Finance“, „Digital Business“, „Logistik & Supply Chain Management“, „Marketing“, „Personalmanagement und -psychologie“ und „Global Sustainability“ angeboten.

Vertiefung	Optionen		Anmerkungen
Accounting, Auditing & Taxation	Sustainability Reporting (Rechnungslegung)	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen, davon muss mindestens – eine Rechnungslegungs- und – eine Steuern-Option belegt und bestanden sein.
	Wirtschaftsprüfung	WS	
	Steuerbilanz und IT (Steuern)	WS	
	Internationale Rechnungslegung (Rechnungslegung)	SS	
	Unternehmenssteuern (Steuern)	SS	
	Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik	SS	
Controlling & Finance	Aktuelle Trends im Controlling (Controlling)	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen, davon muss mindestens – eine Controlling- und – eine Finance-Option belegt und bestanden sein.
	Bank- und Finanzmanagement (Finance)	WS	
	Investment- und Risikomanagement	WS	
	Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik	SS	
	Controlling Essentials (Controlling)	SS	
	Unternehmensfinanzierung (Finance)	SS	

Vertiefung	Optionen		Anmerkungen
Digital Business	Anwendungssysteme im Unternehmen	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Data Science für BWL	WS	
	Low code / no code Software Development	SS	
	Usability und User Experience	SS	
Global Sustainability	Internationale Klima- und Umweltpolitik	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Sustainability Reporting	WS	
	Creating Shared Value	SS	
	Sustainable Global Value Chains	SS	
Logistik & Supply Chain Management	Logistics & Supply Chain Management	WS	Belegung der Optionen - Logistik & Supply Chain Management und - Logistiksysteme und -technologien sowie eine dritte Option aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Purchasing & Supply Management	WS	
	Logistiksysteme und -technologien	SS	
	Sustainable Global Value Chains	SS	
Marketing	Digital Marketing	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Konsumentenpsychologie	WS	
	Principles of Behavioral Economics	WS	
	Creating Shared Value	SS	
	Marketing Analytics	SS	
	Verkaufen statt Verhandeln - Sales Excellence	SS	
Personalmanagement und -psychologie	Personnel Psychology and People Analytics	SS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Personalentwicklung und Organisationspsychologie	SS	
	Projektstudie Personalmanagement	SS	

Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation

Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 90 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Hannes Spengler		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation; Teil der Vertiefung Controlling & Finance)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • aktuell im Fokus befindliche wirtschaftspolitische Sachverhalte zu benennen und zu erläutern, • identifizierte aktuelle wirtschaftspolitische Probleme anhand relevanter theoretischer Inhalte der Fachliteratur zu analysieren, • die Eignung eingesetzter und/oder geplanter wirtschaftspolitischer Maßnahmen vor dem Hintergrund des formulierten politischen Ziels zu beurteilen, • Wirtschaftspolitische Handlungsalternativen darzulegen und zu vergleichen und auf dieser Grundlage wirtschaftspolitische Diskussionen zu bewerten. 			
2.	Inhalte Das Modul greift aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik auf und beleuchtet sie vor dem Hintergrund wirtschaftswissenschaftlicher Modelle. Problemstellungen und Lösungsansätze zu aktuellen wirtschaftspolitischen Fragen stehen im Mittelpunkt und werden diskutiert. Als Konsequenz des Aktualitätsbezugs können und werden die zu behandelnden Themen von Semester zu Semester variieren und sich z.B. auf die folgenden Teilbereiche der Wirtschaftspolitik fokussieren: Geld- und Währungspolitik, kurzfristige Nachfrage- und Angebotspolitik, mittel- bis langfristige Wachstumspolitik, Finanzpolitik, Arbeitsmarktpolitik sowie Industriepolitik und Handelspolitik. Mikro- und makroökonomische Standardmodelle werden mit Bezug zu aktuellen Themen gezielt aufgefrischt und ergänzt. Grundkenntnisse der Volkswirtschaftslehre werden daher vorausgesetzt.			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung und Übung im seminaristischen Stil.			
4.	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse der „Mikroökonomie“ und „Makroökonomie“ bzw. der „VWL“.			
5.	Regelungen zur Präsenz / (Die grundsätzlich angeratene Anwesenheit wird in der ersten Lehrveranstaltung als selbstverständlich erachtet).			

6.	<p>Prüfungsart und –umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten). Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise Da in diesem Modul aktuelle wirtschaftspolitische Themen behandelt werden, wird die Literatur jeweils zu Semesterbeginn vom Lehrenden bekannt gegeben. Naheliegende Literaturquellen sind: Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung: Jahresgutachten, Sondergutachten und Expertisen The Economist: aktuelle Ausgaben Wirtschaftsdienst: aktuelle Ausgaben</p>
11.	<p>Sonstige Informationen /</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet: 20.09.2023</p>

Internationale Rechnungslegung				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 90 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Karsten Lorenz		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Internationale Rechnungslegung (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Internationale Rechnungslegung sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Einzel- und Konzernabschlüsse nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS) unter Beachtung der bilanzpolitischen Ziele zu erstellen. • Ziele und Instrumente der Jahresabschlussanalyse zu benennen und zu erläutern. • Fallstudien und deren Lösungen im Plenum oder in Gruppenarbeit zu diskutieren, analysieren und Lösungen zu entwickeln. • Problemstellungen auf dem Gebiet der Abschlusserstellung zu analysieren und fachspezifische Lösungen zu erarbeiten und zu beurteilen. • Bei der Bearbeitung komplexer Sachverhalte typische bilanzpolitische Konfliktfälle zu analysieren und rechtlich und ethisch vertretbare Lösungen zu entwickeln und zu begründen. • Änderungen normativer Grundlagen systematisch und schnell zu erfassen. 			
2.	Inhalte Grundlagen (Normensystem und Rechnungslegungsphilosophie HGB vs. IFRS) Bestandteile IFRS-Abschluss (Bilanz, Gesamtergebnisrechnung, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalpiegel, Anhang, Segmentberichterstattung) sowie Bilanzierung wesentlicher Bilanz- und GuV-Posten nach IFRS (Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte, Vorräte, Finanzinstrumente, Rückstellungen, Eigenkapital, Umsatzrealisierung) Konzernabschluss nach IFRS (Aufstellungspflicht, Konsolidierungskreis, Vollkonsolidierung, Konsolidierungstechnik, Equity-Methode) Bilanzanalyse eines IFRS-Abschlusses ·->Ausblick			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil			
4.	Teilnahmevoraussetzungen Besuch der Module Grundzüge des Rechnungswesen, Jahresabschluss			
5.	Regelungen zur Präsenz /			

6.	<p>Prüfungsart und –umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten)</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Internationale Rechnungslegung</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Standards IFRS EU-Fassung; z.B.: International Financial Reporting Standards (IFRS): Deutsch-Englische Textausgabe der von der EU gebilligten Standards. English & German edition of the official standards approved by the EU, Wiley-VCH Verlag, Weinheim (in der jeweils aktuellen Auflage)</p> <p>Literatur Pellens, B. et al., Internationale Rechnungslegung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart (in der jeweils aktuellen Auflage)</p> <p>Vertiefend Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S., Konzernbilanzen, IDW Verlag, Düsseldorf Coenenberg, A G.: Jahresabschluss- und Jahresabschlussanalyse. Lehr- und Übungsbuch; Schäffer-Pöschel, Stuttgart (in der jeweils aktuellen Auflage) Einzelne einschlägige aktuelle Aufsätze in den Fachzeitschriften.</p>
11.	<p>Sonstige Informationen /</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023</p>

Steuerbilanz und IT				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 90 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Bardo Kämmerer		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Steuerbilanz und IT (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls Steuerbilanz und IT sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • die wesentlichen Ansatz- und Bewertungsfragen in der Steuerbilanz zu erkennen und einzuordnen, • unter Beachtung der bilanzpolitischen Ziele Stellung zu nehmen, • die Sachverhalte aus handelsrechtlicher und steuerlicher Sicht korrekt zu bewerten und in der Bilanz darzustellen, • ihre Einschätzung anhand des Gesetzes und der Literatur zu rechtfertigen, • Problemstellungen arbeitsteilig in einem Team zu bearbeiten, Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, das Zertifikat „Datev-Führerschein“ zu erwerben.			
2.	Inhalte STEUERBILANZ: Grundlagen: Zwecke, Grundsätze, Vorschriften, Buchführung, Gewinnermittlung Ansatz: Maßgeblichkeit, Wirtschaftsgut, notwendiges/gewillkürtes Betriebs-/Privatvermögen Bewertung: Bewertungsmaßstäbe, Bewertungsvereinfachungen, Abschreibungen Postenspezifische Problemstellungen und latente Steuern Steuerbilanzpolitik und Ausblick IT: Grundsätze ordnungsmäßiger DV-gestützter Buchführungssysteme und Umgang mit fachspezifischer Software			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.			
4.	Teilnahmevoraussetzungen Besuch der Module Grundzüge des Rechnungswesens, Kosten- und Leistungsrechnung, Steuern, Jahresabschluss.			
5.	Regelungen zur Präsenz /			

6.	<p>Prüfungsart und –umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten).</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung Steuerbilanz und IT</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Horschitz, Groß, Fanck: Bilanzsteuerrecht und Buchführung (Blaue Reihe, aktuelle Auflage)</p> <p>Koltermann: Fallsammlung Bilanzsteuerrecht (nwb-Verlag, aktuelle Auflage)</p> <p>Weber – Grellet: Bilanzsteuerrecht, neueste Aufl.</p> <p>Einzelne aktuelle Fachaufsätze (werden in Kopie zur Verfügung gestellt)</p> <p>BMF-Schreiben (werden in Kopie zur Verfügung gestellt)</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>06.09.2023</p>

Sustainability Reporting				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Peter Dittmar		Sustainability Reporting (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation; Teil der Vertiefung Global Sustainability)		
1.	<p>Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Sustainability Reporting sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die strategische und operative Bedeutung von nichtfinanziellen Unternehmensaspekten für die Unternehmenssteuerung, den Unternehmenserfolg und die Unternehmensberichterstattung zu erläutern, • Die Bereiche „Umwelt“, „Soziales“ und „Unternehmensführung“ sowie „Lieferkettensorgfaltspflichten“, „EU-Taxonomie“, „Corporate Sustainability Compliance“ und „Nachhaltigkeitsrisiken“ zu erläutern und aus Unternehmens- und Adressatensicht zu beurteilen, • Die jeweiligen Leitlinien, Standards sowie regulatorischen Rahmenbedingungen der unterschiedlichen Standardsetter im Kontext der Nachhaltigkeitsberichterstattung anzuwenden und praxisnah zu beurteilen. Die umfasst z. B. die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI), die European Sustainability Reporting Standards (ESRS) und die IFRS Sustainability Disclosure Standards (IFRS S), • Den konkreten Aufbau einer Nachhaltigkeitsberichterstattung, deren Kernelemente und Kennzahlen (inkl. Erhebungstechniken) zu erläutern und zu analysieren, • Die unterschiedlichen Ausgestaltungsmöglichkeiten der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu erläutern und die Offenlegungspolitik zu beurteilen, <p>Die unterschiedlichen Möglichkeiten der externen Bewertung und vor allem Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten durch Wirtschaftsprüfer zu erläutern und zu beurteilen.</p>			
2.	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dieses Modul gibt einen grundlegenden Einblick in die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen und der Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten durch Wirtschaftsprüfer. • Diese Inhalte werden mit praxisnahen Aufgaben und Fallstudien vertieft. Ausgehend von der Entwicklung, dass nichtfinanzielle Informationen in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung für die Unternehmen und deren Adressaten gewonnen haben, werden die Vorgaben der unterschiedlichen Standardsetter für eine Nachhaltigkeitsberichterstattung von kapitelmarktorientierten und mittelständischen Unternehmen vorgestellt und gewürdigt. Dies 			

	<p>umfasst die Diskussion von Herausforderungen bei der Umsetzung dieser Vorgaben in der Unternehmenspraxis.</p> <ul style="list-style-type: none"> Die in den Nachhaltigkeitsberichten offengelegten Information sind aus Adressatensicht dann besonders glaubwürdig, wenn diese extern geprüft werden, z. B. durch einen Wirtschaftsprüfer. Die bestehenden berufsständischen Vorgaben zur Prüfung von Nachhaltigkeitsbericht werden vorgestellt und gewürdigt. <p>Die Inhalte des Moduls sind wie folgt gegliedert:</p> <ol style="list-style-type: none"> Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung <ol style="list-style-type: none"> Bedeutung nichtfinanzieller Unternehmensaspekten für die Unternehmenssteuerung, den Unternehmenserfolg und die Unternehmensberichterstattung Abgrenzung der Bereiche „Umwelt“, „Soziales“ und „Unternehmensführung“ Ausgewählte Vorgaben zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsberichterstattung <ol style="list-style-type: none"> Global Reporting Initiative (GRI) European Sustainability Reporting Standards (ESRS) IFRS Sustainability Disclosure Standards (IFRS S) Aufbau und Ausgestaltungsmöglichkeiten der Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis Prüfung der Nachhaltigkeitsberichterstattung <ol style="list-style-type: none"> Verpflichtungsgrad (freiwillige Prüfung vs. Pflichtprüfung) Grad der Prüfungssicherheit (begrenzte vs. hinreichende Sicherheit) Ausblick auf künftige Entwicklungen
3.	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>
4.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
5.	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6.	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten).</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung Sustainability Reporting.</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p>

	<p>Laine/Tregida/Unerman, Sustainability Accounting and Accountability, 3. Auflage 2021.</p> <p>Theis, Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis - Anwendung im DAX 30, 2018.</p> <p>Rieth/Schmidt, Kapitel XII: Nachhaltigkeitsberichterstattung, in: Baetge/Wollmert/Kirsch/Oser/Bischof (Hrsg.), Rechnungslegung nach IFRS, 2. Auflage ff., Stand: Juni 2023.</p> <p>Schmidt, Möglichkeiten und Grenzen einer integrierten Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2012.</p> <p>Sopp/Baumüller/Scheid, Nachhaltigkeitsberichterstattung: Nichtfinanzielle Berichterstattung nach dem CSR-RUG und Neuerungen durch die CSRD, 3. Auflage 2023.</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>01.09.2023</p>

Unternehmenssteuern				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 90 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Bardo Kämmerer		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Unternehmenssteuern (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Unternehmenssteuern sind die Teilnehmer in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • die Körperschaft- und Gewerbesteuerbelastung von Unternehmen zu berechnen und zu schwierigeren Sachverhalten Stellung nehmen, • die umsatzsteuerlichen Folgen typischer Geschäfte des Wirtschaftslebens zu klären, • steuerliche Fragen im System des Umsatzsteuerrechts einzuordnen und zu diesen Problemen profund Stellung zu beziehen, • anhand des Gesetzes die Rechtsfragen der Unternehmenssteuern sachgerecht zu bearbeiten und zu lösen, • ihre Auffassung zu begründen und in einer Diskussion Stellung beziehen, • ihr Wissen auch auf bisher unbekannte Probleme zu transferieren. 			
2.	Inhalte Die wichtigsten betrieblichen Steuerarten im Berufsleben des Steuerberaters werden in diesem Modul behandelt: Umsatzsteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer. In einem weiteren Kapitel wird anhand des Austritts /Eintritts eines Gesellschafters in eine Personengesellschaft die Technik der Ergänzungsbilanz vorgestellt und die steuerlichen Wirkungen werden besprochen.			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil			
4.	Teilnahmevoraussetzungen Besuch der Grundlagenveranstaltungen Steuern und Grundzüge des Rechnungswesen			
5.	Regelungen zur Präsenz /			
6.	Prüfungsart und –umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten). Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /			
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Unternehmenssteuern			

8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Alber / Szczesny: Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, neueste Auflage Meissner / Neeser: Umsatzsteuer, neueste Auflage Darüber hinaus werden aktuelle Aufsätze zu Einzelfragen empfohlen
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 06.09.2023

Wirtschaftsprüfung				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 90 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Caroline Flick		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Wirtschaftsprüfung (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Modus Wirtschaftsprüfung sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Abschlüsse unter Beachtung bilanzpolitischer Vorgaben zu analysieren, • nachvollziehbar begründete Urteile in der Jahresabschlussprüfung zu treffen, • eigenständig Überlegungen zu etwaigen abschlusspolitischen Maßnahmen abzuleiten und die Wesentlichkeit von Falschdarstellungen zu identifizieren, • auf der Grundlage ihrer Risiko- und Systembeurteilungen Prüfungsstrategien für die Jahresabschlussprüfung abzuleiten, • abgegrenzte Prüfungen zu planen, durchzuführen und zu dokumentieren, • Entwicklungen und Herausforderungen im Bereich Jahresabschlussprüfung kritisch zu beurteilen. 			
2.	Inhalte Grundlagen der Abschlussprüfung und Prüfungsansatz Abschlusspolitik und -analyse Jahresabschlussprüfung: Überblick, Auftrag und Auftragsannahme, Planung, Risikobeurteilung, Urteilsbildung, Dokumentation der Prüfungsdurchführung und Berichterstattung, Prüfungsabschluss Prüfung ausgewählter Prüffelder Ausblick			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil			
4.	Teilnahmevoraussetzungen Besuch der Module Grundzüge des Rechnungswesen, Jahresabschluss			
5.	Regelungen zur Präsenz /			
6.	Prüfungsart und –umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten). Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung			

	/
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Wirtschaftsprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Almeling, Christopher/Flick, Caroline/Scharr, Christoph: Abschlussprüfung klipp&klar, Wiesbaden <i>Vertiefend:</i> Coenenberg, A. G.: Jahresabschluss- und Jahresabschlussanalyse; Schäffer-Pöschel, Stuttgart Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Die Bilanzanalyse, IDW-Verlag, Düsseldorf Marten, K.-U./Quick, R./ Ruhnke, K.: Wirtschaftsprüfung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart IDW: Wirtschaftsprüfer-Handbuch Band I, IDW-Verlag, Düsseldorf International Standards on Auditing und Prüfungsstandards des IDW [über beck-online IDW-Modul] <i>Jeweils neueste Auflage</i> Einzelne einschlägige aktuelle Aufsätze in den Fachzeitschriften.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023

Vertiefung Controlling & Finance

Aktuelle Trends im Controlling				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 90 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Britta Rathje		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Aktuelle Trends im Controlling (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)		
1.	<p>Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Aktuelle Trends im Controlling sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die aktuellen Entwicklungen im Bereich des Controllings zu verstehen und kritisch zu analysieren. • verschiedene Technologien, wie Künstliche Intelligenz, Big Data-Analysen oder Business-Intelligence-Tools zu beurteilen, um diese im Controlling einzusetzen. • Daten zu strukturieren, analysieren, zu interpretieren und daraus fundierte Geschäftsentscheidungen abzuleiten. • Unternehmensverantwortung im Controlling zu übernehmen und eine nachhaltige Strategie umzusetzen. • das menschliche Verhalten besser zu verstehen und dieses Wissen nutzen, um das Controlling effektiver zu gestalten. • unternehmerische Entscheidungen ganzheitlich unter Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte zu fundieren. • Risiken zu erkennen und zu bewerten sowie entsprechende Maßnahmen vorzuschlagen. • theoretische Konzepte auf reale Fallstudien anzuwenden und praktische Lösungen für Controlling-Herausforderungen zu entwickeln. • (die Herausforderungen und Besonderheiten des Controllings in multinationalen Unternehmen und globalen Märkten einzuschätzen und zu analysieren) <p>Durch den Erwerb dieser Kompetenzen sollten die Studierenden nach Abschluss des Moduls Aktuelle Trends im Controlling gut gerüstet sein, um im Controllingbereich von Unternehmen auf die dynamischen Anforderungen der Geschäftswelt reagieren zu können.</p>			
2.	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung: kurzer Überblick über das Controlling • Digitalisierung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Integration von Technologien in das Controlling ○ Datenaufbereitung und Analyse ○ Verändertes Rollenbild des Controllings • Soft Skills / Behavioral Controlling: 			

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kompetenzanforderungen an Controller ○ Verhaltensökonomische Ansätze im Controlling • Nachhaltiges Controlling: <ul style="list-style-type: none"> ○ Nachhaltigkeit und Unternehmenserfolg ○ Ausgewählte Instrumente des Nachhaltigkeitscontrolling ○ Nachhaltigkeitsberichterstattung • Risikoorientiertes Controlling: <ul style="list-style-type: none"> ○ Risikomanagement ○ Planungs(un)sicherheit • Ggf. weitere aktuelle Entwicklungen/Trends
3.	Lehrformen Vorlesung und Übung im seminaristischen Stil
4.	Teilnahmevoraussetzungen /
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und –umfang Hausarbeit incl. Präsentation (50%) sowie Klausur (50%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Aktuelle Trends im Controlling
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Britzelmaier, Bernd: Controlling – Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder Diederichs, Marc: Risikomanagement und Risikocontrolling Sailer, Ulrich: Digitalisierung im Controlling Sailer, Ulrich: Nachhaltigkeitscontrolling Vanini, Ute; Krolak, Thomas; Langguth, Heike: Controlling: Grundlage einer entscheidungsorientierten Unternehmensführung Weber, Jürgen; Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling Jeweils in der neuesten Auflage
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet:



19.10.2023				
Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 90 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Hannes Spengler		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation; Teil der Vertiefung Controlling & Finance)		
Die genaue Modulbeschreibung für Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik entnehmen Sie der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation .				

Controlling Essentials				
Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Sven Fischbach		Controlling Essentials (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Controlling Essentials sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Relevanz, Aufgaben und Führungsgrößen des Controllings zu erläutern, • die relevanten Methoden und Instrumente des operativen und strategischen Controllings zu charakterisieren, in praxisorientierten Fallstudien anzuwenden sowie hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit auf andere Planungs- und Kontrollentscheidungen zu beurteilen, • Ansatzpunkte und Instrumente des Kostenmanagements zu erläutern und hinsichtlich möglicher Einsatzmöglichkeiten zu differenzieren, • den Ablauf der operativen Planung und Kontrolle zu erläutern und kritisch zu hinterfragen, Budgetpläne eigenständig aufzustellen, Abweichungen zu berechnen sowie die Ergebnisse betriebswirtschaftlich zu bewerten, • empfängerorientierte Berichte zu konfigurieren und in geeigneter Form zu kommunizieren, • die relevanten theoretischen Konzepte in praxisorientierten Fallstudien anzuwenden und die ermittelten Ergebnisse zu bewerten. 			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Controlling • Kostenorientiertes Controlling, u.a. <ul style="list-style-type: none"> ○ Kostenmanagement ○ Operative Planung und Kontrolle / Budgetierung • Liquiditätsorientiertes Controlling • Strategisches Controlling, u.a. <ul style="list-style-type: none"> ○ Wertorientiertes Controlling ○ Balanced Scorecard • Management Reporting <ul style="list-style-type: none"> ○ Kennzahlen und Kennzahlensysteme ○ Gestaltung und Kommunikation von Berichten 			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.			

4.	Teilnahmevoraussetzungen /
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und –umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Controlling Essentials
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Deyhle, A. / Eiselmayer, K. / Kleinhietpaß, G.: Controller Praxis, Freiburg / Wörthsee (Verlag für Controlling Wissen) Horváth, P. / Gleich, R. / Seiter, M.: Controlling, München (Vahlen) Horváth & Partners: Das Controllingkonzept, München (dtv / Beck Wirtschaftsberater) Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart (Schäffer-Poeschel) Wiltinger, K. / Heupel, T. / Deimel, K.: Controlling, München (Vahlen) Jeweils in der neuesten Auflage
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023

Bank- und Finanzmanagement				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Anja Wittstock		Bank- und Finanzmanagement (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Bank- und Finanzmanagement sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • die Funktionen von Banken und die für das Betreiben von Bankgeschäften wesentlichen Vorschriften zu erläutern. • die Strukturen des Bankensystems und die Strukturen der Finanzaufsicht sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene zu erklären. • die aus den Bankgeschäften resultierenden Risiken zu quantifizieren und zu steuern. • Probleme auf dem Bankenmarkt zu erkennen, diese zu analysieren, zu beurteilen und Vorschläge zur Lösung zu formulieren. • das vernetzte Zusammenwirken betriebswirtschaftlicher, volkswirtschaftlicher, rechtlicher und mathematischer Problemstellungen im Bankenkontext zu beurteilen. • Finanzinstrumente erläutern und deren Funktionsweise erklären. 			
2.	Inhalte Wesen und Funktionen der Banken (Aufgaben der Banken; Rechtliche Rahmenbedingungen; Entwicklung des Bankensektors; Struktur des Bankensystems; Zusammenwirken Zentralbanken und Geschäftsbanken) Bankbetriebliche Risiken und deren Begrenzung durch Rechtsnormen (Identifizierung, Analyse, Messung, Steuerung und Eigenmittelunterlegung von Positionsrisiken; Formen des Kreditgeschäfts und deren Risiken; Optionen und Futures, Kreditderivate)			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Vortrag, Diskussion und Bearbeitung von Fallstudien.			
4.	Teilnahmevoraussetzungen Der erfolgreiche Abschluss der Module Statistik, Mathematik, Investition und Finanzierung und Jahresabschluss wird empfohlen.			

5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und –umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten; 75 %) und Gruppenpräsentation (25 %) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Bank- und Finanzmanagement
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Deutsch, H.-P.: Derivate und Interne Modelle, Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart Ettmann, B./Wolff, K./Wurm, G: Kompaktwissen Bankbetriebslehre, Troisdorf, Bildungsv Verlag EINS Hull, J.: Risikomanagement – Banken, Versicherungen und andere Finanzinstitutionen, Pearson Deutschland, München Obst, G./Hintner, O.: Geld-, Bank-, und Börsenwesen, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart Peppmeier, A./Kurz, G.: Bankbetriebslehre, NWB Verlag, Herne Peppmeier, A.: Einführung in Kreditderivate, Shaker-Verlag, Aachen Schierenbeck, Henner: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 1 und Band 2, Gabler-Verlag, Wiesbaden Steiner, M., Bruns, C., Stöckl, S.: Wertpapiermanagement, Schaeffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart Thamm, S.: Aktives Kreditrisikomanagement: Einsatz moderner Kreditrisikotransferinstrumente. Chancen und Risiken unter Berücksichtigung
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023

Investment- und Risikomanagement				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 90 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Sebastian Schlütter Prof. Dr. Susanne Griebisch		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Investment- und Risikomanagement (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Investment- und Risikomanagement sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Über die Eigenschaften und Risiken von Anleihen zu berichten und die Bewertung von verschiedenen Typen von Anleihen durchzuführen. • Die Zinsänderungsrisiken von Anleihen mithilfe von Sensitivitätsmaßen zu analysieren. • Die grundlegende Idee der Verbriefung zu erläutern und die Zahlungsströme von einfachen strukturierten Verbriefungen zu berechnen. • Die Annahmen und Anwendungsmöglichkeiten der modernen Portfoliotheorie und des Capital Asset Pricing Models (CAPM) zu erklären und Modellergebnisse zu interpretieren. • Grundprinzipien der Risikomessung finanzieller Risiken sowie Rahmenbedingungen aus Regulierungssystemen für Banken und Versicherungsunternehmen zu erläutern. • Die Vorgehensweise der Risikomessung anhand von Monte-Carlo-Simulationen zu erläutern und Simulationsmodelle zu entwerfen, umzusetzen bzw. zu überprüfen. • Aspekte der Nachhaltigkeit bei Portfolioselektion und Risikomessung zu diskutieren. • Die Merkmale und die Gewinn-Verlust-Profile von Call- und Put-Optionen zu beschreiben und die Optionsbewertung anhand des Black-Scholes-Modells vorzunehmen. 			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Anleihetypologien, Anleihebewertung und Analyse der Risikofaktoren von Anleihen anhand von Duration und Konvexität • Verbriefte und strukturierte Wertpapiere: Mortgage-Backed Securities, Covered Bonds, und Collateralized Mortgage Obligations • Grundlagen und Anwendungen der Portfoliotheorie nach Markowitz, einschließlich Modifikationen der Theorie um Nachhaltigkeitsaspekte • Grundlagen und Anwendungen des Capital Asset Pricing Models (CAPM) 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Messung finanzieller Risiken: Ziele und regulatorische Anforderungen aus Basel III und Solvency 2; Risikokategorien; Risikomaße; Überblick über Methoden und Modelle; Nachhaltigkeitsrisiken • Monte-Carlo-Simulation: Mathematische Grundlagen; Anwendungsmöglichkeiten; Gestaltung, Umsetzung und Prüfung von Modellen • Grundlagen von Optionen und Optionsbewertung
3.	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Vortrag, Diskussion und Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit.</p>
4.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Der erfolgreiche Abschluss der Module Mathematik, Statistik, Jahresabschluss und Investition sowie Finanzierung wird empfohlen.</p>
5.	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6.	<p>Prüfungsart und –umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten).</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung Investment- und Risikomanagement</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Albrecht, P., & Maurer, R. (2016). <i>Investment- und Risikomanagement: Modelle, Methoden, Anwendungen</i>, 4. Auflage, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Fabozzi, F. J. (2007). <i>Fixed Income Analysis</i>, 2. Auflage, John Wiley & Sons.</p> <p>Fabozzi, F. J. (2012). <i>Bond Markets, Analysis and Strategies</i>, 8. Auflage, Pearson.</p> <p>Glasserman, P. (2003). <i>Monte Carlo Methods in Financial Engineering</i>. Springer.</p> <p>Hull, J. (2023). <i>Optionen, Futures und andere Derivate</i>, 11. Auflage, Pearson.</p>



11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023

Unternehmensfinanzierung				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Markus Hehn		Unternehmensfinanzierung (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Unternehmensfinanzierung sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • die verschiedenen Finanzierungsformen die jeweiligen Ausprägungen und Unterschiede zu erläutern. • die Vor- und Nachteile der jeweiligen Finanzierungsalternativen adäquat unterscheiden, einschätzen und in konkreten Unternehmenssituationen anwenden. • Finanzierungsentscheidungen durch Abwägen der Vor- und Nachteile der jeweiligen Alternativen zu treffen. • die jeweilige Unternehmenssituation einzuschätzen und Konzepte zur Finanzierung zu entwickeln und diese darzustellen. • Entscheidungskompetenz auf Probleme der Unternehmensfinanzierung anzuwenden und Optimierungsmöglichkeiten auf konkrete Problemstellungen zu entwickeln. 			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Ziele der Unternehmensfinanzierung sowie Finanzierungsanlässe (Notwendigkeit der Kapitalbeschaffung; finanzwirtschaftliche Ziele; Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus; bilanzielle Auswirkungen der Finanzierung; Selbstfinanzierung) • Fremdkapital, Eigenkapital und Mischformen Fremdkapital: Kreditarten, Anleihen; Eigenkapital: Börsengang (IPO), Mergers & Acquisitions (M&A), Private Equity, Initial Coin Offering (ICO); Mischformen: Mezzanine, Crowdfunding 			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Diskussion im seminaristischen Stil, Gastvorträge aus der Praxis			
4.	Teilnahmevoraussetzungen /			
5.	Regelungen zur Präsenz /			

6.	<p>Prüfungsart und –umfang</p> <p>Zwei Assignments (jeweils 50%)</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung Unternehmensfinanzierung</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Becker, H. P./Peppmeier, A.: Investition und Finanzierung</p> <p>Brealey, R.A./Myers, S.C./Allen, F.: Principles of Corporate Finance</p> <p>Eayrs, W.E./Ernst, D./Prexl, S.: Corporate Finance Training</p> <p>Franke, G./Hax, H.: Finanzwirtschaft des Unternehmens am Kapitalmarkt</p> <p>Hehn, S./Hehn, M.: Unternehmensfinanzierung</p> <p>Perridion, L./Steiner. M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>01.09.2023</p>

Vertiefung Digital Business

Anwendungssysteme im Unternehmen				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Dirk Weitzel Prof. Dr. Martin Huschens		Anwendungssysteme im Unternehmen (Teil der Vertiefung Digital Business)		
1.	<p>Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Anwendungssysteme im Unternehmen sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die unterschiedlichen Kategorien von Anwendungssystemen in Unternehmen zu bestimmen, zu klassifizieren, zu charakterisieren und zu vergleichen. • die verschiedenen Funktionen in Unternehmen zu benennen und die für die jeweiligen Funktionen zum Einsatz kommenden Anwendungssysteme darzustellen, zu klassifizieren, zu charakterisieren und adäquat zu differenzieren. • die Zusammenhänge zwischen Geschäftsprozessen und den unterstützenden Anwendungssystemen zu bestimmen, zu klassifizieren, zu charakterisieren und zu vergleichen. • den Nutzen von Anwendungssystemen für Unternehmen zu bewerten und betriebliche Probleme kompetent einzuschätzen, zu analysieren, zu hinterfragen und Lösungsansätze zu entwickeln. • für die verschiedenen Funktionsbereiche in Unternehmen die aktuelle Marktsituation für funktionsspezifische Anwendungssysteme zu analysieren, zu bewerten und Entscheidungen zur Einführung dieser Systeme vorzubereiten. • die Auswirkungen aufbau- und ablauforganisatorischer, und (inter-)kultureller Veränderungen zu benennen, die der Veränderungsprozess durch den Einsatz von Anwendungssystemen in Unternehmen mit sich bringt. • typische Herausforderungen bei Einführung und Betrieb von Anwendungssystemen zu benennen, zu analysieren und Lösungsansätze zu entwickeln. • aktuelle innovative Technologien zu erläutern und deren Nutzung in Kombination mit Anwendungssystemen in Unternehmen zu erkennen und Entscheidungen für deren Einsatz unter unsicheren Bedingungen zu treffen und zu argumentieren. • in kleinen Teams verantwortungsbewusst zu agieren, Wissen selbständig zu recherchieren und anzuwenden, praxisorientierte Fragestellungen zu analysieren, Lösungsalternativen zu entwickeln 			

	<p>und zu beurteilen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ihre Ergebnisse innerhalb und außerhalb des Teams zu diskutieren und die Ergebnisse der Teamarbeit gegenüber Fachleuten und Vorgesetzten adäquat zu vertreten.
2.	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Betriebliche Anwendungssysteme im Überblick Geschäftsprozesse in Unternehmen und ihre Modellierung Abbildung von Funktionen und Geschäftsprozessen in Anwendungssystemen Nutzen und Wirtschaftlichkeit von Anwendungssystemen Lebenszyklus von Anwendungssystemen (Auswahl, Planung, Einführung, Betrieb und Wartung) Herausforderungen bei der Einführung von Anwendungssystemen Durchführung einer Marktanalyse für Anwendungssysteme pro Funktionsbereich Durchführung einer Fallstudie an einem Anwendungssystem
3.	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil</p>
4.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
5.	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6.	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Projektarbeit als Gruppenarbeit mit Präsentation und schriftlicher Ausarbeitung (50%)</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 Minuten; 50%)</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung Anwendungssysteme im Unternehmen</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Gronau, N. (2021). <i>ERP-Systeme: Architektur, Management und Funktionen des Enterprise Resource Planning</i>. De Gruyter. Oldenbourg</p> <p>Laudon, K. C., Laudon, J. P., & Schoder, D. (2015). <i>Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung</i>. Pearson Deutschland GmbH. München</p> <p>Mehler-Bicher, A., Mehler, F., Kuntze, N., Kunz, S., Ostheimer, B., Steiger, L., & Weih, H. P. (2019). <i>Wirtschaftsinformatik Klipp und Klar</i>. Springer Gabler. Wiesbaden</p>

	<p>Mertens, P., Bodendorf, F., König, W., Picot, A., Schumann, M., & Hess, T. (2017). Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Springer Gabler. Wiesbaden</p> <p>Stahlknecht, P., & Hasenkamp, U. (2013). <i>Einführung in die Wirtschaftsinformatik</i>. Springer. Berlin.</p> <p>Jeweils neueste Auflage</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>20.09.2023</p>

Data Science für BWL				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im Wise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 90 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Martin Kowalczyk Prof. Dr. Martin Huschens		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Data Science für BWL (Teil der Vertiefung Digital Business)		
1.	<p>Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Data Science für BWL sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Begrifflichkeiten aus den Bereichen Data Science, Machine Learning und Künstlicher Intelligenz zu definieren und voneinander abzugrenzen • Datenquellen im Unternehmen zu identifizieren und relevante Daten für geschäftliche Fragestellungen zu erfassen und für weitere Analyse vorzubereiten • Data Science Use Cases zu identifizieren und ein Data Science Projekt in einer Teamarbeit nach einem definierten Vorgehen durchzuführen • Machine Learning Verfahren und statistische Methoden anzuwenden, um Datensätze zu analysieren und datenbasierte Entscheidungen im Unternehmenskontext zu unterstützen • ausgewählte Datenanalyse-Tools zu kennen und hinsichtlich der Eignung für komplexe Datenanalysen zu bewerten • in kleinen Teams verantwortungsbewusst zu agieren, Wissen selbständig zu recherchieren, anzuwenden, praxisorientierte Fragestellungen zu analysieren, Lösungsalternativen zu beurteilen und Lösungsansätze zu entwickeln • ihre Ergebnisse innerhalb und außerhalb des Teams zu diskutieren und die Ergebnisse der Teamarbeit gegenüber Fachleuten und Vorgesetzten adäquat zu vertreten 			
2.	<p>Inhalte</p> <p>(1) Einführung in Data Science, Machine Learning (ML) & AI</p> <p>(2) Business Problem, Use Case Definition, Data Science Projekte</p> <p>(3) Data Exploration (Datenquellen, Datentypen, und explorative Datenanalyse)</p> <p>(4) Grundlegende Prinzipien von ML (Training) und Evaluierung von ML</p> <p>(5) Ansätze des überwachten Lernens 1 - ML for Regression Problems</p> <p>(6) Ansätze des überwachten Lernens 2 - ML For Classification Problems</p> <p>(7) Ansätze des unüberwachten Lernens - ML for Patterns</p>			

3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil
4.	Teilnahmevoraussetzungen /
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und -umfang Gruppenarbeit, schriftliche Ausarbeitung und Präsentation (50 %) und Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (50 %) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Data Science for Business
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Provost, F., & Fawcett, T. (2013): <i>Data Science for Business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking</i> , O'Reilly Media, Inc. Russell, S. J.; Norvig, P. (2019): <i>Artificial intelligence a modern approach</i> . Pearson Education Géron, Aurélien (2020): <i>Praxiseinstieg Machine Learning mit Scikit-Learn, Keras und TensorFlow: Konzepte, Tools und Techniken für intelligente Systeme. Aktuell zu TensorFlow 2</i> . O'Reilly Michael R. Berthold , Christian Borgelt , Frank Höppner , Frank Klawonn , Rosaria Silipo (2020): <i>Guide to Intelligent Data Science</i> , Springer Raschka, Sebastian, and Vahid Mirjalili (2021): <i>Machine Learning mit Python und Keras, TensorFlow 2 und Scikit-learn: Das umfassende Praxis-Handbuch für Data Science, Deep Learning und Predictive Analytics</i> . MITP-Verlags GmbH & Co. KG
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023

Low Code / No Code Software Development				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		25 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Tobias Walter Prof. Dr. Bernhard Ostheimer		Low Code / No Code Software Development (Teil der Vertiefung Digital Business)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Low Code / No Code Software Development sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • den Einsatz von No-Code-/Low-Code-Plattformen in Unternehmen zu erklären. • die Vor- und Nachteile von No-Code-/Low-Code-Plattformen in Unternehmen beschreiben. • den Geschäftswert der Verwendung von No-Code-/Low-Code-Plattformen zu bewerten. • das Konzept des „Citizen Developers“ zu erklären und Einsatzmöglichkeiten in Unternehmen zu bewerten. • Geschäftsprozesse zu analysieren und zu beurteilen, ob sie für den Einsatz von No-Code-/Low-Code-Werkzeugen geeignet sind. • einen Prototypen mithilfe einer No-Code-/Low-Code-Plattform für einen Unternehmensanwendungsfall zu entwickeln. 			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Software Entwicklung und des Geschäftsprozessmanagements • Technische und geschäftliche Vor- und Nachteile des No-Code-/Low-Code-Ansatzes • Übersicht über No-Code-/Low-Code-Plattformen • Anwendungsfälle für den Einsatz von No-Code-/Low-Code-Werkzeugen in Unternehmen • Analyse eines Geschäftsprozesses für die Entwicklung eines No-Code-/Low-Code-Prototyps • Entwicklung eines No-Code-/Low-Code-Prototyps • Präsentation und Diskussion der Ergebnisse 			
3.	Lehrformen Seminaristische Lehrveranstaltung mit Übung (Gruppenarbeit und Coaching durch die Lehrenden).			

4.	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagen der Wirtschaftsinformatik / Unternehmen & IT
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und –umfang Bewertete Projektarbeit Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Low Code / No Code Software Development
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise <ul style="list-style-type: none"> • Carroll, N., & Maher, M. (2023). How shell fueled a digital transformation by establishing DIY software development. MIS Quarterly Executive, 22(2), 3. • Eggers, J., Wewerka, J., Viljoen, A., & Krcmar, H. (2023). Supporting Subject Matter Experts as Developers: Towards a Framework for Decentralized Robotic Process Automation Development. • Östlund, L., Wicklund, N., & Glassey, R. (2023, March 2). It's Never too Early to Learn About Code Quality. Proceedings of the 54th ACM Technical Symposium on Computer Science Education V. 1. https://doi.org/10.1145/3545945.3569829 • Kass, S., Strahringer, S., & Westner, M. (2022, June). Drivers and Inhibitors of Low Code Development Platform Adoption. 2022 IEEE 24th Conference on Business Informatics (CBI). https://doi.org/10.1109/cbi54897.2022.00028 • Hoogsteen, & Borgman. (2022). Empower the Workforce, Empower the Company? Citizen Development Adoption. In Proceedings of the 55th Hawaii International Conference on System Sciences 2022 (pp. 4717–4726). https://hdl.handle.net/10125/79912 • Yan, Z. (2021). The impacts of low/no-code development on digital transformation and software development. arXiv preprint arXiv:2112.14073. • Michael, J., & Wortmann, A. (2021). Towards development platforms for digital twins: A model-driven low-code approach. In Advances in Production Management Systems. Artificial Intelligence for Sustainable and Resilient Production Systems: IFIP WG 5.7 International Conference, APMS 2021, Nantes, France, September 5–9, 2021, Proceedings, Part I (pp. 333-341). Springer International Publishing. • Johannessen, C., & Davenport, T. (2021). When low-code/no-code development works—and when it doesn't. Harvard Business Review. • Sahinaslan, E., Sahinaslan, O., & Sabancioğlu, M. (2021). Low-code application platform in meeting increasing software demands quickly: SetXRM. FOURTH INTERNATIONAL CONFERENCE OF MATHEMATICAL SCIENCES (ICMS 2020). https://doi.org/10.1063/5.0042213 • Khorram, F., Mottu, J. M., & Sunyé, G. (2020, October 16). Challenges & opportunities in low-code testing. Proceedings of the 23rd ACM/IEEE International Conference on Model Driven

	<p>Engineering Languages and Systems: Companion Proceedings. https://doi.org/10.1145/3417990.3420204</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sanchis, R., García-Perales, S., Fraile, F., & Poler, R. (2019, December 18). Low-Code as Enabler of Digital Transformation in Manufacturing Industry. Applied Sciences, 10(1), 12. https://doi.org/10.3390/app10010012 • Adrian, B., Hinrichsen, S., & Nikolenko, A. (2020). App Development via Low-Code Programming as Part of Modern Industrial Engineering Education. Advances in Intelligent Systems and Computing, 45–51. https://doi.org/10.1007/978-3-030-51369-6_7 • Bexiga, M., Garbatov, S., & Seco, J. C. (2020, October 16). Closing the gap between designers and developers in a low code ecosystem. Proceedings of the 23rd ACM/IEEE International Conference on Model Driven Engineering Languages and Systems: Companion Proceedings. https://doi.org/10.1145/3417990.3420195
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>01.09.2023</p>

Usability und User Experience				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher Prof. Dr. Sven Pagel		Usability und User Experience (Teil der Vertiefung Digital Business)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse			
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Usability und User Experience sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Termini der Wissenschaftsdisziplin Mensch-Maschine-Interaktion (u.a. Usability-Standards) zu erläutern und diese auf digitale Medien anzuwenden • die Schritte des User Centered Designs als benutzerorientierten Gestaltungsprozess mit den zugehörigen Methoden zu erklären und anzuwenden • Usability und User Experience projekthaft z.B. im Bereich Mixed Reality anzuwenden und entsprechende erarbeitete Interaktionskonzepte auf der Basis von Interaktionstechniken, Interface-Gestaltung u.v.m. zu erarbeiten • Usability-Tests zu konzipieren und durchzuführen. 			
2.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • Thematische Einführung und Grundlagen (HCI, User Centered Design, User Experience, Usability) • Ziele und Aufgaben von Usability und User Experience • Usability und User Experience z.B. im Bereich Mixed Reality • Prozess und Methoden des Interaktionsdesigns (Informationsarchitektur, Gestaltung der Benutzerschnittstelle, Interaktionstechniken insbesondere auch für mobile und ubiquitäre Anwendungen) • Usability Testing 			
3.	Lehrformen			
	Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung / praktische Projektarbeit			
4.	Teilnahmevoraussetzungen			
	/			
5.	Regelungen zur Präsenz			
	/			

6.	<p>Prüfungsart und –umfang</p> <p>Projektarbeit mit Präsentation in Form eines Kolloquiums und Beschreibung in Form eines Projektberichts</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung Usability und User Experience</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Mehler-Bicher, A., Steiger, L.: Augmented Reality, München.</p> <p>Krug, S.: Don't make me think. Frechen.</p> <p>Moser, C.; User Experience Design - Mit Erlebniszentrierter Softwareentwicklung zu Produkten, die begeistern, Berlin. (Digital verfügbar über OPAC)</p> <p>Arndt, Henrik; Integrierte Informationsarchitektur: Die erfolgreiche Konzeption professioneller Websites; Berlin.</p> <p>Bernsen, N. O.; Dybkjær, L.; Multimodal Usability (Human- Computer Interaction); Springer</p> <p>Herczeg, M.; Softwareergonomie. Grundlagen der Mensch-Computer-Kommunikation; München</p> <p>Nagel, W.; Fischer, V.; Multiscreen Experience Design: Prinzipien, Muster und Faktoren für die Strategieentwicklung und Konzeption digitaler Services für verschiedene Endgeräte; Schwäbisch Gmünd.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>01.09.2023</p>

Vertiefung Global Sustainability

Creating Shared Value				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	Depending on degree program	Each SoSe
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150 h		60 h		90 h
Language		Planned group size		Compulsory or optional Module
English		40 students		Optional module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Claudia Hensel		Creating Shared Value (Part of major Global Sustainability; part of major Marketing)		
1.	Learning outcomes/competences <p>Upon successful completion of the module, participants will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand the specific global challenges businesses and societies are facing • can consider the implications of competing in an international marketplace • are able to identify issues arising from the volatile and complex external environment • know the SDGs and the effect activities of businesses and societies will have • are equipped with methods and tools to analyze and interpret secondary research • are capable of critical and independent thinking • recognize the relevance and importance of innovation in a range of contexts • can reflect on key behaviors and attitudes relevant for innovation • are able to consider human factors that can influence ethical decision making • create a business innovation which is buying into the SDGs • can write an evidence-based marketing plan 			
2.	Contents <ul style="list-style-type: none"> • Working in Intercultural Teams • International Marketing • Management Ethics and Corporate Social Responsibility • Managing Innovation • Cross Boundary Management • Concepts of Social Responsibility and Ethics in Business • Social Business 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Shared Value & Circular Economy
3.	<p>Teaching methods</p> <p>Blended Learning, hybrid Lectures online and face-to-face, Group work</p>
4.	<p>Requirements for participation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Willingness to communicate in English • Interest in global complexity • Social competence & ethical values
5.	<p>Rules of attendance</p> <p>/ (A minimum of 80% attendance of classes is strongly advised).</p>
6.	<p>Form and scope of assessment/ examination</p> <p>Individual reflective report on Project Work (5 Pages) 20 %</p> <p>Group Presentation (10 minutes) 30 %</p> <p>Group Marketing Plan (20 pages) 50 %</p> <p>Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination</p> <p>/</p>
7.	<p>Requirements for receiving credits (ECTS)</p> <p>Passed module Creating Shared Value</p>
8.	<p>Useability of module in other study programs</p> <p>Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/Applied Informatics and Digital Media</p>
9.	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literature</p> <p><u>Books</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Baines, P. (2014). Doing good by doing good: Why creating shared value is the key to powering business growth and innovation. Wiley. • Harvey, E.S. (2020). Developing an integrated marketing plan. Cognella. • Michelini, L. (2012). Social Innovation and New Business Models: Creating Shared Value in Low-Income Markets. Springer. • Ricci, P., O'Sullivan P. & Fusc, F. (2023). The Meaning of Shared Value: New Perspective on Cretaing Shared Value. Routlegde. • Wieland, J. (2018). Creating Shared Value- Concepts, experience, criticism. Springer. • Homburg, C. , Klarmann, M. & Vomberg, A. (eds.) (2022).Handbook of market research. Springer.

	<p><u>Websites</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Chartered Institute of Marketing <i>The CIM sets the standards for sales and marketing professional development nationwide. Their site contains general marketing information, case studies and useful links.</i> http://www.cim.co.uk/Home.aspx • Emerging Markets Companion <i>Financial information and news on emerging markets for global investors. Contains information on assets, research, market opinions, background information and links to related financial websites.</i> http://www.emgmks.com/ • World Bank Group: Data and Statistics: Data by Country <i>Contains statistics formulated into data profile tables drawn from the World Development Indicators database. Statistics include ICT, social and economic trends, education, gender, health, nutrition and population. Links to related sources.</i> http://data.worldbank.org/data-catalog • World Factbook (CIA) <i>Collection of 150 country profiles, facts and data maintained by the US Central Intelligence Agency (CIA). Sections include: geography; people; government; global market intelligence; economy; communications; transportation and military and Reference maps (pdf/jpeg).</i> https://www.cia.gov/the-world-factbook/ • United Nations <i>The Sustainable Development Goals are the blueprint to achieve a better and more sustainable future for all. They address the global challenges we face, including those related to poverty, inequality, climate change, environmental degradation, peace and justice.</i> https://sdgs.un.org/goals
11.	<p>Further information</p> <p>/</p>
12.	<p>Last modified:</p> <p>01.09.2023</p>

Internationale Klima- und Umweltpolitik				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Claudia Kurz		Internationale Klima- und Umweltpolitik (Teil der Vertiefung Global Sustainability)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Internationale Klima- und Umweltpolitik sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Ursachen und Auswirkungen des Klimawandels zu beschreiben. • Zusammenhänge zwischen natürlicher Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft zu erkennen. • Merkmale und Ausmaß der wirtschaftlichen Globalisierung aufzuzeigen. • Zusammenhänge zwischen internationalen Wirtschaftsbeziehungen und dem Schutz von Klima und Umwelt herzustellen. • die globalen ökologischen Herausforderungen für die Privatwirtschaft zu schildern. • den umwelt- und klimapolitischen Rahmen für die Privatwirtschaft zu umreißen. • Herausforderungen der internationalen Umwelt- und Klimaschutzpolitik einzuordnen. • Ergebnisorientierte Diskussionen zu Maßnahmen der Umwelt- und Klimapolitik zu führen. • Präsentationen zu interdisziplinären Sachverhalten und Zusammenhängen zu erstellen. 			
2.	Inhalte Nachhaltigkeitskonzepte Einführung in die Umweltökonomie (externe Effekte, tragedy of the commons, Wirtschaftswachstum & Umwelt, green economics) Grundlagen der Klimaökonomie Einführung in die internationalen Wirtschaftsbeziehungen Handelsliberalisierung und Umweltschutz Auslandsdirektinvestitionen und Umweltschutz Internationale Umwelt- und Klimaschutzpolitik			

3.	Lehrformen Kombination aus Vorlesung, Übung und Exkursion
4.	Teilnahmevoraussetzungen empfohlen werden Grundkenntnisse der Mikro- und Makroökonomie
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und –umfang Assignment 60% und schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 Minuten; 40%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Internationale Klima- und Umweltpolitik
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Feess, E., Seeliger, A., Umweltökonomie und Umweltpolitik, neueste Aufl. Kulesa, M., Kurz, C., Sputek, A., Geurtz, I., Nachhaltige Entwicklung als Leitbild der Wirtschaftspolitik, in: Update WS 2015/16, S. 11ff. Ranke U.: Klima- und Umweltpolitik, Springer, neueste Aufl. Ringel, M., Umweltökonomie, Springer Gabler, neueste Aufl. Copeland, B.R., Shapiro, J.S., Taylor, M.S.: Globalization and the Environment, NBER Working Paper 28797, Cambridge, 2021 (https://www.nber.org/system/files/working_papers/w28797/w28797.pdf) Gopinath, G., Helpman, E., Rogoff, K.: Handbook of International Economics, North Holland, neueste Aufl. Weitere Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023

Sustainable Global Value Chains				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	Depending on degree program	Each SoSe
Workload (total) (h)		Class contact Time (h)		Self study workload (h)
150 h		60 h		90 h
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Optional module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Lydia Bals		Sustainable Global Value Chains (Part of major Global Sustainability; part of major Logistics & SCM)		
1.	<p>Learning outcomes/competences</p> <p>Upon successful completion of the module, participants will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explain the importance and provide examples for the role of sustainability in global value and supply chains. • Summarize key governance mechanisms in global value chains. • Illustrate different supply chain designs geared toward creating shared value. • Characterize certain key capabilities for creating shared value. • Discuss differences and similarities between the global value chain and global supply chain literature. • Make decisions in teams. • Analyze, justify and present their decisions in case study discussions. 			
2.	<p>Contents</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sustainability and resilience in a global economy in light of supply disruptions (e.g. COVID-19) and changing legal & reporting requirements (e.g. German Supply Chain Due Diligence Act; Global Reporting Initiative) • Global value chains (in the field of international business) versus global supply chains (in the field of supply chain management) • Global value chain configuration and governance (for economic, social and environmental upgrading) • Sustainable Supply Chain Design (SSCD) and related capabilities for creating shared value • The role of (social) intermediaries for creating shared value • Moving toward a circular economy: From chains to systems • Circular Supply Chain Design (CSCD) and related capabilities 			

3.	<p>Teaching methods</p> <p>Lecture, work on and discussion of case studies, presentations, exercises</p>
4.	<p>Requirements for participation</p> <p>/</p>
5.	<p>Rules of attendance</p> <p>/</p>
6.	<p>Form and scope of assessment/ examination</p> <p>Group case presentation (40%); group case written report (40%); individual summary of learnings/reflections (20%)</p> <p>Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination</p> <p>/</p>
7.	<p>Requirements for receiving credits (ECTS)</p> <p>Passed modul Sustainable Global Value Chains</p>
8.	<p>Useability of module in other study programs</p> <p>Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/Applied Informatics and Digital Media</p>
9.	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literature</p> <p>Bals, L., Tate, W. L. & Ellram, L. M. (Eds.) (2022): Circular Economy Supply Chains: From Chains to Systems. Emerald Group Publishing.</p> <p>Bals, L., & Tate, W. L. (2018). Sustainable supply chain design in social businesses: advancing the theory of supply chain. <i>Journal of Business Logistics</i>, 39(1), 57-79.</p> <p>Gereffi, G., Lim, H. C., & Lee, J. (2021). Trade policies, firm strategies, and adaptive reconfigurations of global value chains. <i>Journal of International Business Policy</i>, 1-17.</p> <p>Gereffi, G., & Lee, J. (2016). Economic and social upgrading in global value chains and industrial clusters: Why governance matters. <i>Journal of Business Ethics</i>, 133(1), 25-38.</p> <p>Gereffi, G., & Lee, J. (2012). Why the world suddenly cares about global supply chains. <i>Journal of Supply Chain Management</i>, 48(3), 24-32.</p> <p>Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. <i>Review of International Political Economy</i>, 12(1), 78-104.</p> <p>Golini, R., De Marchi, V., Boffelli, A., & Kalchschmidt, M. (2018). Which governance structures drive economic, environmental, and social upgrading? A quantitative analysis in the assembly industries. <i>International Journal of Production Economics</i>, 203, 13-23.</p> <p>Hernández, V., & Pedersen, T. (2017). Global value chain configuration: A review and research agenda. <i>BRQ Business Research Quarterly</i>, 20(2), 137-15</p> <p>Kano, L. (2018). Global value chain governance: A relational perspective. <i>Journal of International</i></p>

	<p>Business Studies, 49, 684-705.</p> <p>Rosca, E., Tate, W. L., Bals, L., Huang, F., & Ciulli, F. (2022). Coordinating multi-level collective action: how intermediaries and digital governance can help supply chains tackle grand challenges. <i>International Journal of Operations & Production Management</i>, 42(12), 1937-1968.</p> <p>Tate, W. L., & Bals, L. (2018). Achieving shared triple bottom line (TBL) value creation: toward a social resource-based view (SRBV) of the firm. <i>Journal of Business Ethics</i>, 152, 803-826.</p> <p>Tate, W. L., Bals, L., & Marshall, D. (2019). Supply chain management at the base of the pyramid. <i>International Journal of Physical Distribution & Logistics Management</i>, 49(5), 438-450.</p>
11.	<p>Further information</p> <p>/</p>
12.	<p>Last modified:</p> <p>01.09.2023</p>

Sustainability Reporting				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Peter Dittmar		Sustainability Reporting (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation; Teil der Vertiefung Global Sustainability)		
Die genaue Modulbeschreibung für Sustainability Reporting entnehmen Sie der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation .				

Vertiefung Logistik & Supply Chain Management

Logistiksysteme und -technologien				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Ulrich Berbner		Logistiksysteme und -technologien (Teil der Vertiefung Logistik & SCM)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/ Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Logistiksysteme und -technologien sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • die verschiedenen Aufgabenbereiche der Logistik im Unternehmen darzustellen, • unterschiedliche Lagertechniken einzuordnen und die Geeignetheit von Lagertechniken je nach Anwendungsfall qualitativ zu bewerten, • verschiedene Kommissionier- und Lagerprinzipien zu unterscheiden, • Vor- und Nachteile von Transportmitteln zu benennen und Transportsysteme aufzubauen, • je nach Phase des Güterflusses spezifische Anforderungen an die Logistik zu benennen, • relevante IT-Systeme der Logistik und deren Funktionen zu beschreiben, • im Rahmen von anwendungsnahen Case Studies logistische Anforderungen zu analysieren und Logistikbereiche sowie -prozesse selbstständig zu planen und zu dokumentieren, • im Rahmen von anwendungsnahen Case Studies die Potentiale unterschiedlicher Technologien und Geschäftsmodelle im Kontext der Digitalisierung zu analysieren und qualitativ zu bewerten. 			
2.	Inhalte Lerneinheit 1: Einführung Logistiksysteme <ul style="list-style-type: none"> • Grundstrukturen von Logistiksystemen • Logistische Aufgabenbereiche Lerneinheit 2: Logistiksysteme nach Funktion <ul style="list-style-type: none"> • Lagerhaus: Lagertechnik, Fördertechnik, Lagerprinzipien, Kommissioniersysteme, Lagerkennzahlen 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Transport & Verpackung: Verkehrsträger & Transportmodi, Transportsysteme, Transportkennzahlen, Transportemissionen, Ladeeinheiten, Ladehilfsmittel, Verpackung inkl. Nachhaltigkeitsaspekten <p>Lerneinheit 3: Logistiksysteme nach Phasen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Behandlung spezifischer Aufgaben, Prozesse, Methoden und Kennzahlen der unterschiedlichen Logistiksysteme: Beschaffungslogistik, Produktionslogistik, Distributionslogistik, Entsorgungslogistik & Closed Loop Supply Chain, Ersatzteillogistik <p>Lerneinheit 4: Planung von schlanken Logistiksystemen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Lean Management und Lean Logistics • Prozess- und Wertstromdarstellung • Planungsmodelle und -prozesse in der Logistik • Planung der Lagerlogistik am Beispiel des Lebensmittelhandels • Planung der Produktionslogistik am Beispiel der Automobilindustrie <p>Lerneinheit 5: Logistik 4.0 – IT-Systeme und Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • IT-Systeme in der Logistik • IT-Bebauungsplan im Kontext von Logistik und Supply-Chain-Management • Identifikationssysteme in der Logistik • Kommunikationsstandards in der Supply Chain • Digitalisierung und Industrie 4.0: Neue Technologien und Geschäftsmodelle für Logistik und SCM
3.	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Vorlesungsstil (Vorlesung, Übungen, Projektarbeit in der Gruppe)</p>
4.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
5.	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6.	<p>Prüfungsart und –umfang</p> <p>Zwischenergebnisse Projekt Logistikplanung (25%), Ergebnisse & Abschlussbericht Projekt Logistikplanung (50%), Präsentation der Projektergebnisse (25%)</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung Logistiksysteme und -technologien</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>

	5/157
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Burgdorf, J., Destradi, M., Kiss, M., & Schubert, M. (2017). Logistik mit SAP S/4HANA: Die neuen Funktionen für Einkauf, Vertrieb, Retail, Produktion und Lager – Ausgabe 2017 (1. Aufl.). SAP PRESS.</p> <p>Hänggi, R., Fimpel, A., & Siegenthaler, R. (2021). LEAN Production – einfach und umfassend: Ein praxisorientierter Leitfaden zu schlanken Prozessen mit Bildern erklärt (1. Aufl. 2021 Edition). Springer Vieweg.</p> <p>Koether, R. (2018). Distributionslogistik: Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit. Springer Fachmedien.</p> <p>Martin, H. (2014). Transport- und Lagerlogistik: Planung, Struktur, Steuerung und Kosten von Systemen der Intralogistik. Springer Fachmedien.</p> <p>Pfohl, H.-C. (2018). Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen (9. Aufl. 2018 Edition). Springer Vieweg.</p> <p>Rohrhofer, C., & Graf, H.-C. (2018). Intralogistik und Logistiktechnologie: Weißbuch für den Technologieeinsatz in der Logistik (korrigierte Edition). Shaker.</p> <p>Tempelmeier, H. (Hrsg.). (2018). Begriff der Logistik, logistische Systeme und Prozesse. Springer.</p> <p>ten Hompel, M., Sadowsky, V., & Beck, M. (2011). Kommissionierung: Materialflusssysteme 2 - Planung und Berechnung der Kommissionierung in der Logistik. Springer.</p> <p>ten Hompel, M., Schmidt, T., & Dregger, J. (2018). Materialflusssysteme: Förder- und Lagertechnik (4. Aufl. 2018 Edition). Springer Vieweg.</p> <p>Wagner, K. W., & Lindner, A. (2022). WPM - Wertstromorientiertes Prozessmanagement: - Effizienz steigern - Verschwendung reduzieren - Abläufe optimieren (3., überarbeitete Edition). Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG.</p> <p>Wurst, C., & Graf, L. (Hrsg.). (2021). Disrupting Logistics: Startups, Technologies, and Investors Building Future Supply Chains. Springer International Publishing.</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>01.09.2023</p>

Logistics & Supply Chain Management				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	Depending on degree program	Each WiSe
Workload (total) (h) 150		Class contact time (h) 60 h		Self study workload (h) 90 h
Language English		Planned group size 40 students		Compulsory or optional module Optional module
Module owner(s) Prof. Dr. Ulrich Berbner		Course Logistics & Supply Chain Management (Part of major Logistics & SCM)		
1.	<p>Learning outcomes/competences</p> <p>Upon successful completion of the module, participants will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • describe the objectives and principles of logistics management, • explain the role of logistics strategy and the process of strategy design, • interpret the interrelations between a firm's logistics strategy and its logistics network setup as well as its production strategies, • apply common optimization methods and heuristics to solve decision problems in logistics management, • describe the distinct challenges of global logistics, • explain the reasons for and variants of logistics outsourcing, • analyze and evaluate a company's logistics strategy, • develop solutions for logistical problems based on real life case studies. 			
2.	<p>Contents</p> <p>Part 1: Introduction to Logistics Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Origin and history of logistics • Logistics' role in the economy and the organisation • Value added aspects of logistics • Basic principles of logistics management • Status quo and development perspectives of logistics management <p>Part 2: Logistics strategy & Supply Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analysis and development of logistics strategies • Logistics controlling and logistics KPIs 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Supply chain management • Production strategies • Logistics networks & global logistics • Sustainable / circular supply chain management • Supply chain resilience <p>Part 3: Logistics Optimization</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inventory management and optimization • Network optimization and facility location • Transport management & optimization <p>Part 4: Logistics Services & Logistics Outsourcing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Differentiation of logistics service providers • Logistics outsourcing – decision, process, alternatives
3.	<p>Teaching methods</p> <p>Lecture, work on and discussion of case studies, presentations, exercises</p>
4.	<p>Requirements for participation</p> <p>/</p>
5.	<p>Rules of attendance</p> <p>/</p>
6.	<p>Form and scope of assessment/examination</p> <p>Group case written report (70%)</p> <p>Group case presentation (30%)</p> <p>Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination</p> <p>/</p>
7.	<p>Requirements for receiving credits (ECTS)</p> <p>Passed module Logistics & Supply Chain Management</p>
8.	<p>Useability of module in other study programs</p> <p>Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/Applied Informatics and Digital Media</p>
9.	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literature</p> <p>Chopra, S. (2019). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, Global Edition (7. Aufl.). Pearson.</p> <p>Christopher, M. (2022). Logistics and Supply Chain Management (6. Aufl.). FT Publishing International.</p>

	<p>Harrison, A. (2019). Logistics Management and Strategy: Competing through the Supply Chain (6. Aufl.). Pearson.</p> <p>Ghiani, G., Laporte, G., & Musmanno, R. (2013). Introduction to Logistics Systems Management (2. Aufl.). Wiley.</p> <p>Gleissner, H., & Femerling, J. C. (2013). Logistics: Basics — Exercises — Case Studies. Springer International Publishing.</p> <p>Pfohl, H.-C. (2023). Logistics Management: Conception and Functions. Springer.</p> <p>Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2022). The Handbook of Logistics and Distribution Management: Understanding the Supply Chain (7. Aufl.). Kogan Page.</p>
11.	<p>Further information</p> <p>/</p>
12.	<p>Last modified:</p> <p>01.09.2023</p>

Purchasing & Supply Management				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	Depending on degree program	Each WiSe
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150 h		60 h		90 h
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Optional module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Lydia Bals		Purchasing & Supply Management (Part of major Logistics & SCM)		
1.	<p>Learning outcomes/competences</p> <p>Upon successful completion of the module, participants are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explain the importance of procurement for achieving corporate success. • Explain how a procurement strategy relates to corporate strategy. • Differentiate the strategic source-to-contract (S2C) and transactional purchase-to-pay (P2P) processes. • Explain how sustainability affects the S2C processes and name current tools. • Perform a basic category analysis. • Explain the differences of and apply a structured approach for outsourcing, insourcing, offshoring and reshoring. • Perform a basic supplier evaluation. • Make decisions in teams. • Analyze, justify and present their decisions in case study discussions. 			
2.	<p>Contents</p> <ul style="list-style-type: none"> • What is Purchasing and Supply Management • Selecting and calculating economic, environmental and social KPIs in procurement • The Purchasing Process: Strategic & Transactional Issues • Structuring to Meet Customer and Competitive Needs • Socially Responsible Sourcing in light of changing legal requirements (e.g. German Supply Chain Due Diligence Act) • Sourcing Risk Management and Mitigation in light of supply disruptions (e.g. COVID-19) and contemporary supply risk/sustainability analysis tools (e.g. Risk Methods, Prewave, HGS Research) • Make or buy and international (supply) location decisions: Outsourcing and Insourcing, Offshoring 			

	<p>and Reshoring</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supplier Evaluation and Selection • Purchasing & Supply Organization • In all of these topics: Coverage of sustainability, digitalization and risk management aspects
3.	<p>Teaching methods</p> <p>Lecture, work on and discussion of case studies, presentations, exercises</p>
4.	<p>Requirements for participation</p> <p>/</p>
5.	<p>Rules of attendance</p> <p>/</p>
6.	<p>Form and scope of assessment/examination</p> <p>Group case presentation (40%); group case written report (40%); individual summary of learnings/reflections (20%)</p> <p>Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination</p> <p>/</p>
7.	<p>Requirements for receiving credits (ECTS)</p> <p>Passed modul Purchasing & Supply Management</p>
8.	<p>Useability of module in other study programs</p> <p>Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/Applied Informatics and Digital Media</p>
9.	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literature</p> <p>Bals, L., Schulze, H., Kelly, S. & Stek, K. (2019): Purchasing and supply management (PSM) competencies: Current and future requirements. Journal of Purchasing and Supply Management, 25(5), 100572.</p> <p>Bals, L., & Turkulainen, V. (2017). Achieving efficiency and effectiveness in Purchasing and Supply Management: Organization design and outsourcing. Journal of Purchasing and Supply Management, 23(4), 256-267.</p> <p>Guida, M., Caniato, F., Moretto, A., & Ronchi, S. (2023): The role of artificial intelligence in the procurement process: State of the art and research agenda. Journal of Purchasing and Supply Management, 100823.</p> <p>Johnsen, T.E., Howard, M. & Miemczyk, J. (2018): Purchasing and supply chain management: A sustainability perspective, 2nd edition, London & New York: Routledge.</p> <p>Monczka, R., Handfield, R.M., Giunipero, L.C. & Patterson, J.L. (2020): Purchasing and Supply Chain Management, Cengage Learning.</p>

	<p>Schulze, H., Bals, L., & Warwick, J. (2022): A sustainable sourcing competence model for purchasing and supply management professionals. <i>Operations Management Research</i>, 15(3-4), 1418-1444.</p> <p>Schupp, F. & Wöhner, H. (2018): <i>Digitalisierung im Einkauf</i>. Wiesbaden, Springer Fachmedien.</p> <p>Van Weele, A. & Rozemeijer, F. (2022): <i>Procurement and Supply Chain Management</i>, Cengage Learning.</p>
11.	<p>Further information</p> <p>/</p>
12.	<p>Last modified:</p> <p>26.03.2024</p>

Sustainable Global Value Chains				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study Depending on degree program	Module frequency
	5	One semester		Each SoSe
Workload (total) (h) 150 h		Class contact Time (h) 60 h		Self study workload (h) 90 h
Language English		Planned group size 40 students		Compulsory or optional module Optional module
Module owner(s) Prof. Dr. Lydia Bals		Course Sustainable Global Value Chains (Part of major Global Sustainability; part of major Logistics & SCM)		
For the exact module description for Sustainable Global Value Chains , please refer to major Global Sustainability .				

Vertiefung Marketing

Creating Shared Value				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study Depending on degree program	Module frequency
	5	One semester		Each SoSe
Workload (total) (h) 150 h		Class contact Time (h) 60 h		Self study workload (h) 90 h
Language English		Planned group size 40 students		Compulsory or optional module Optional module
Module owner(s) Prof. Dr. Claudia Hensel		Course Creating Shared Value (Part of major Global Sustainability; part of major marketing)		
For the exact module description for Creating Shared Value , please refer to major Global Sustainability .				

Digital Marketing				
Module Code	ECTS-credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	Depending on degree program	Each WiSe
Workload (total) (h) 150 h		Class contact time (h) 60 h		Self study workload (h) 90 h
Language English		Planned group size 40 students		Compulsory or optional module Optional module
Module owner(s) Prof. Dr. Isabelle Hillebrandt		Course Digital Marketing (Part of major Marketing)		
1.	Learning outcomes/competences Theory and practice will be combined based on cases, examples, and applications of acquired knowledge. After a successful completion of the module Digital Marketing, students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> • understand the specific roles of online, mobile, and social media marketing. • explain the different digital marketing instruments regarding owned, paid, and earned media. • apply the knowledge about the roles of online, mobile, and social media marketing as well as about digital marketing instruments to new use cases. • analyze and evaluate different digital and social media marketing approaches in practice. • discuss implications for businesses and reflect on legal and ethical considerations. • establish a thorough digital and social media marketing strategy as a core element of contemporary business. 			
2.	Contents <ul style="list-style-type: none"> • Introduction to Digital Marketing • Digital Marketing Strategy • Search Engines and Search Engine Optimization (SEO) • Online Advertising and Search Engine Advertising (SEA) • Owned, paid, and earned Media • Content Marketing • Digital Marketing and Social Media Analytics • Legal and Ethical Implications 			
3.	Teaching methods Preparatory Readings & Interactive lectures and Problem-based learning with Case Studies and Simulations			
4.	Requirements for participation			

	Mandatory: English language skills Highly recommended: Introductory class on Marketing
5.	Rules of attendance / (Regular attendance and active participation in class meetings is expected).
6.	Form and scope of assessment/ examination Group case presentation (60%); individual or group simulations or term paper (40%) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination /
7.	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Digital Marketing
8.	Useability of module in other study programs Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/Applied Informatics and Digital Media
9.	Relative weight of the module for final grade 5/157
10.	Literature Hanlon, Annmarie, Digital Marketing: Strategic Planning & Integration, Sage Publications. Kingsnorth, Simon, Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, Kogan Page. Kotler, Philip, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley. Tuten, Tracy L., & Solomon, Michael R. Social Media Marketing. Sage Publications. Please consider the newest editions. Further literature will be shared in class.
11.	Further information /
12.	Last modified: 01.09.2023

Konsumentenpsychologie				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Jörn Redler		Konsumentenpsychologie (Teil der Vertiefung Marketing)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Konsumentenpsychologie sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung, Themen und Anwendungsfelder der wichtigsten Bereiche der Konsumentenpsychologie und des Käuferverhaltens zu erläutern, • wichtige Theorien, Modelle und Studien in diesen Feldern aufzuzeigen und einzuordnen, • ausgewählte Theorien, Modelle und Methoden aus den Bereichen Wahrnehmung, Gedächtnis, Lernen, Motivation, Emotion, Einstellung, Urteilsbildung und Entscheidung sowie sozialer und räumlicher Umwelt zu erläutern und mit praktischen betrieblichen Fragestellungen in Verbindung zu bringen, • Möglichkeiten zur Nutzung dieser Theorien, Modelle und Studienergebnisse für Strategien, betriebliche Entscheidungen oder die Entscheidungsvorbereitung zu diskutieren, • Marketing-Strategien und -aktivitäten aus Sicht der Konsumentenpsychologie fachsprachlich zu beschreiben, auf Basis theoretischer und empirischer Erkenntnisse der Psychologie einzuordnen sowie kritisch zu bewerten, • auf Basis der Forschungsmethoden der Psychologie Ableitungen für methodisch angemessene Vorgehensweisen in der Marktforschung zu entwickeln. 			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Richtungen der Konsumentenpsychologie • Konsumentenpsychologie und Käuferverhaltensforschung • Wahrnehmung und Aufmerksamkeit • Gedächtnis und Lernen • Involvement und Motivation • Emotionen • Einstellungen, Einstellungsbildung und -änderung • Urteilsbildung und Kaufentscheidung • Konsistenz und Reaktanz • Soziale Gruppen und Interaktionen 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Räumliche und mediale Umwelt • Jeweils Anwendungen im Marketing
3.	<p>Lehrformen</p> <p>Kombination aus Seminar, Vorlesung und Übung. Die Lehrveranstaltung setzt die regelmäßige Teilnahme und aktive Auseinandersetzung mit der bereitgestellten Literatur voraus.</p>
4.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Modul Marketing</p>
5.	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6.	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Drei Assignments (je 33,33 %)</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung Konsumentenpsychologie</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M., Social Psychology. Prentice Hall.</p> <p>Felser, G., Werbe-und Konsumentenpsychologie, Springer.</p> <p>Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A., Konsumentenverhalten. Vahlen.</p> <p>Solomon, M., Russell-Bennett, R., Previte, J., Consumer Behaviour. Pearson.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>01.09.2023</p>

Marketing Analytics				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	5	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Isabelle Hillebrand		Marketing Analytics (Teil der Vertiefung Marketing)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach Abschluss des Moduls Marketing Analytics sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • die Rolle und Bedeutung von Marketing Analytics für die Unternehmensführung und betriebliche Entscheidungen zu erläutern, • Bezüge zu den Grundlagen der quantitativen Methoden herzustellen, • Fragestellungen und Forschungsdesigns aufeinander abzustimmen, • mit ausgewählten Analytics- und Visualisierungstools oberflächlich umzugehen, um Daten zu strukturieren und zu analysieren • Datenstrategien sowie zugehörige Governance-Ansätze zu bewerten, • ethische Fragen und Kompetenzen im Bereich Marketing Analytics zu bewerten, • mittels adäquater Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden Customer Insights und/oder Entscheidungsempfehlungen für ausgewählte Fragestellungen des Marketings zu liefern. 			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Ziele und Perspektiven des datengetriebenen Marketings • Rolle des Kundenverhaltens und der Marketingstrategie • Von Analyseergebnissen zu Customer Insights • Datenstrategie, Datenstruktur, Datenqualität, Datenmanagement, Daten-Governance • Datenkompetenz • Rückgriff auf relevante Grundlagen quantitativer Verfahren, bspw. Regression, Clusteranalyse, Prognoseverfahren, neuronale Netze, Conjoint-Verfahren, Faktorenanalyse, ANOVA • Spezielle Datenerhebungsdesigns im Rahmen der Marktforschung • Technologien und Tools im Bereich Marketing Analytics 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Visualisierung und Entscheidungsunterstützung • Typische Anwendungsfelder, bspw. im Vertrieb, im E-Commerce, im Pricing bei der Customer-Journey, der Marktforschung oder beim Customer-Lifetime-Value • Ethische Aspekte der Marketing Analytics
3.	Lehrformen Vorlesung, Übung, Projektarbeit
4.	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagen Marketing, Statistik
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und –umfang 3 Assignments = individuelle Analyseaufgaben in Einzelarbeit zu Hause (jeweils 10% = 30%) 1 Projektbericht + Präsentation = Erhebung und Auswertung von Primärdaten in Kleingruppe + Präsentation des methodischen Vorgehens & der gewonnenen Erkenntnisse (Projektbericht 50%, Präsentation 20%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Marketing Analytics
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Field, A., Discovering statistics using IBM SPSS statistics, SAGE edge. Grigsby, M., Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques, Kogan Page. Halfmann, M. & Schüller, K. (Hrsg.), Marketing Analytics, Springer Gabler. Palmatier, R. W., Petersem, J. A. & German F., Marketing Analytics: Based on First Principles, Bloomsbury. Jeweils neueste Auflage
11.	Zusätzliche Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023



Principles of Behavioral Economics				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	Depending on degree program	Each WiSe
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150 h		60 h		90 h
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Optional module
Module owner		Course		
Prof. Dr. Axel Freudenberger		Principles of Behavioral Economics (Part of major Marketing)		
1.	<p>Learning Outcomes</p> <p>After successfully completing the course or module, students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • interpret and apply the underlying theories that characterize Behavioral Economics • distinguish key deviations (pertaining to rational conduct) that have been identified • classify problem types where such deviations are significant • implement key findings from Behavioral Economics in order to address successfully problems in both professional and personal spheres • differentiate between various economic behaviors, isolate key elements, and evaluate their relevance in practical situations • critique, compare and contrast different economic behaviors, estimate their potential impacts, and assess their relevance • generally better plan, assess, and make decisions • analyze, understand, and apply Behavioral Economics to their habitual decision-making process 			
2.	<p>Contents</p> <p>As a point of reference the fictional character of Homo Oeconomicus, populating many models in Economics, is discussed. The major tools of rational decision making will be examined.</p> <p>As the theoretical fundament for some of the major findings in Behavioral Economics, Prospect Theory will be discussed. Laboratory experiments as the most important research tool for the empirical findings of Behavioral Economics, will also be discussed. On this basis the most relevant Cognitive Biases and the respective laboratory experiments will be analyzed:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Loss Aversion • Status Quo Bias • Endowment Effect • Anchoring 			

	<p>Some cognitive biases which cannot be related directly to Prospect Theory will be discussed, e.g.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Availability Heuristic • Confirmation Bias
3.	<p>Teaching methods</p> <p>Direct instruction, classroom discussions, problem solving and exercises in supervised teams, short presentations of participants</p>
4.	<p>Requirements for participation</p> <p>/</p>
5.	<p>Rules of attendance</p> <p>/(Regular attendance and active participation in class meetings is expected).</p>
6.	<p>Form and Scope of Assessment/ Examination</p> <p>Team presentation (40 %) and two assignments of short in-class essays (60 %)</p> <p>Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination</p> <p>/</p>
7.	<p>Requirements for receiving credits (ECTS)</p> <p>Passed module Principles of Behavioral Economics</p>
8.	<p>Useability of module in other study programs</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literature</p> <p>Thaler, Richard H., Sunstein, Cass R. (2008). Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness. New Haven : Yale University Press</p> <p>Kahneman, Daniel (2011). Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar, Straus and Giroux</p>
11.	<p>Further information</p> <p>/</p>
12.	<p>Last modified:</p> <p>01.09.2023</p>

Verkaufen statt Verhandeln - Sales Excellence				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Oliver Kaul		Verkaufen statt Verhandeln - Sales Excellence (Teil der Vertiefung Marketing)		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Verkaufen statt Verhandeln - Sales Excellence sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsregeln für zielgerichteten Verkauf am Markt anzuwenden. • Marktpotenziale zu erkennen und Entscheidungsstrukturen von Käufern und Verkäufern zu verstehen. • Verhalten von Kunden richtig einzuschätzen und Widerstände zu antizipieren. • Typische Entscheidungskriterien verschiedener Kundentypen zu differenzieren • Vertriebsstrategien kundenspezifisch anzupassen, um langfristige Beziehungen aufzubauen. • Vertriebsstrategien für alternative Produkt-Marktkombinationen zu konzipieren und zu exekutieren. 			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Prospecting: Der „1 Mio \$ Kunde“ • Neue Kunden: Klasse statt Masse • Provokativ kommunizieren! • Goldene Regeln bei der Erstellung von Angeboten • Gewinnen statt Verhandeln • MiniMax Prinzip: Maximaler Erfolg bei minimalem Zeitaufwand • Angebotsmanagement: OMG – Kunde droht mit Auftrag • Handschellenprinzip: Kunden finden – Kunden binden. 			
3.	Lehrformen Jeweils zu einem Drittel: Theoretische Grundlagen im Rahmen der Vorlesung, Praxisbeiträge von Vertriebspezialisten und Vertriebstrainern, Praxisprojekte.			
4.	Teilnahmevoraussetzungen			

	Interesse am Umgang mit Produkten und Menschen, lösungsorientierte Denkweise, Persönlichkeit und hohe Leistungsbereitschaft.
5.	Regelungen zur Präsenz / (Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und Gruppenarbeit wird erwartet).
6.	Prüfungsart und –umfang Schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) eines Praxisprojektes Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Verkaufen statt Verhandeln - Sales Excellence
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Horn, Sam (2006): Pop! Create the Perfect Pitch, Title, and Tagline for Anything. Penguin Group. New York. Konrath, Jill (2006): Selling to Big Companies. Dearborn Trade Publishing. Chicago. Schultz, Mike/Doerr, John E. (2011): Rainmaking Conversations. Influence, Persuade, and Sell in any Situation. John Wiley&Sons, Inc. New Jersey. Weiss, Alan (2002): How to Acquire Clients. Powerful Techniques for the Successful Practitioner. Jossey-Bass/Pfeiffer. San Francisco. Weiss, Alan (2012): Million Dollar Consulting Proposals. How to Write a Proposal that's Accepted Every Time. John Wiley&Sons, Inc. New Jersey. Jeweils neueste Auflage.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023

Vertiefung Personalmanagement und -psychologie

Personnel Psychology and People Analytics				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study Depending on degree program	Module frequency
	5	One semester		Each SoSe
Workload (total) (h) 150 h		Class contact time (h) 60 h		Self study workload (h) 90 h
Language English		Planned group size 40 students		Compulsory or optional module Optional module
Module owner(s) Prof. Dr. Maria Strobel		Course Personnel Psychology and People Analytics (Part of major Personalmanagement und -psychologie)		
1.	Learning outcomes After successful completion of this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> • explain selected psychological concepts and processes relevant for people management and analytics (e.g., motivation, learning, personality, creativity, stress) and apply them to work situations • describe key principles, potentials, and pitfalls of people analytics and using data and evidence for making decisions in people management • critically discuss applications of personnel psychology and people analytics in different functions of people management (e.g., recruitment, personnel selection, work design, learning & development, performance management, retention) • recommend best practices for collecting, managing and using people data in organizations, considering data quality, data protection, psychological effects, and potential sources of bias 			
2.	Contents <ol style="list-style-type: none"> 1. Selected psychological concepts and processes relevant for people management and analytics 2. People analytics and evidence-based decisions in people management 3. Ethical and legal aspects of data usage in people management 4. Case examples from different functions of people management and personnel psychology 			
3.	Teaching methods Blended learning (face-to-face class meetings combined with virtual teamwork and coaching); problem-based learning			

4.	<p>Requirements for participation</p> <p>Ability and willingness to communicate in English</p>
5.	<p>Rules of attendance</p> <p>/</p>
6.	<p>Form and scope of assessment/examination</p> <p>2 assignments including presentation (assignment 1: 45% of final grade, assignment 2: 55% of final grade)</p> <p>Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination</p> <p>/</p>
7.	<p>Requirements for receiving credits (ECTS)</p> <p>Both assignments need to be passed</p>
8.	<p>Useability of module in other study programs</p> <p>Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/Applied Informatics</p>
9.	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literature</p> <p>Bauer, T., Erdogan, B., Caughlin, D., & Truxillo, D. (2018). <i>Human resource management: People, data, and analytics</i>. Sage.</p> <p>Cascio, W. F., & Aguinis, H. (2018). <i>Applied psychology in talent management</i>. Sage.</p> <p>Edwards, M. R., & Edwards, K. (2019). <i>Predictive HR analytics: Mastering the HR metric</i>. Kogan Page Publishers.</p> <p>Guenole, N., Ferrar, J., & Feinzig, S. (2017). <i>The power of people: Learn how successful organizations use workforce analytics to improve business performance</i>. FT Press.</p> <p>Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). <i>Organizational behavior</i> (global edition). Pearson Education.</p> <p>Thite, M. (Ed.). (2019). <i>E-HRM: Digital approaches, directions & applications</i>. Routledge.</p> <p>Waters, S. D., Streets, V. N., McFarlane, L. A., & Johnson-Murray, R. (2018). <i>The Practical Guide to HR Analytics: Using Data to Inform, Transform, and Empower HR Decisions</i>. Society for Human Resource Management.</p> <p>Further literature to be announced in class.</p>
11.	<p>Further information</p> <p>/</p>
12.	<p>Last modified:</p> <p>05.03.2024</p>

Personalentwicklung und Organisationspsychologie				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Susanne Rank		Personalentwicklung und Organisationspsychologie (Teil der Vertiefung Personalmanagement und -psychologie)		
1.	<p>Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Personalentwicklung und Organisationspsychologie sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden Begriffe und Konzepte der Personal- und Organisationsentwicklung zu definieren • relevante Instrumente und Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung zu erklären und in Fallbeispielen anzuwenden • ausgewählte, grundlegende Konzepte der Organisations- und Personalpsychologie zu verstehen • relevante Forschungsergebnisse und Modellen der Sozial- und Organisationspsychologie zu erklären, welche die psychologischen Hintergründe des menschlichen Verhaltens und Erlebens als Grundlage für die Personalmanagement bilden • die Probleme der vorgestellten Fälle zu analysieren und Lösungskonzepte zu den Fragestellungen der Personalentwicklung und Organisationspsychologie zu definieren • grundlegende Führungsmodelle zu verstehen und diese in Gesprächsübungen anzuwenden • die Erkenntnisse aus der Personal- und Organisationspsychologie mit den Best Practices Ansätzen aus Unternehmen zu vergleichen und anzuwenden • den Umgang mit Konflikten kooperativ als Team zu lösen, im Team effektiv durch Teamregeln zusammenzuarbeiten, ihre Teamergebnisse als Präsentation unter Verwendung von Medien überzeugend zu präsentieren 			
2.	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Personalentwicklung • Methoden und Instrumente der Personalentwicklung (z. B. Mitarbeitergespräche, Talent Management, Nachfolgeplanung) • Arbeitsmotivation- und Mitarbeiterbindung-Modelle • Führungsverhalten und Führungskräfteentwicklung (z. B. psychologische Eignungsdiagnostik) • Internationale Personalentwicklung, wie Auslandsentsendung • Fallstudien zur Personalentwicklung und -psychologie 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Organisationspsychologie mit ausgewählten Konzepten (z.B. zur Arbeitszufriedenheit/Work Engagement/Org. Commitment, Teamdiagnostik und -entwicklung, psychologisches Wohlbefinden im Kontext des betrieblichen Gesundheitsmanagement, Organisationskultur) • Einführung in die Sozialpsychologie mit ausgewählten Konzepten (z. B. Dissonanztheorie, Verzerrungen und Fehler bei der Entscheidungsfindung, Gruppenprozesse und soziale Identität, Konformitätsprozesse bei sozialem Einfluss) • Methoden der Organisationspsychologie und -Entwicklung, wie Survey-Feedback-Ansatz über Mitarbeiterbefragung, Interventionen durch Beratung)
3.	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Durch das blended learning-Format mit mehreren abgestimmten Lehrelementen wie Präsenzübungen, Online Sessions, virtueller Teamarbeit und Teamberatung sowie Lehrvideos wird der Rahmen für digitales vs. hybrides Personalentwicklung in der betrieblichen Praxis und digitale kollaborativen Arbeitsweise geschaffen.</p>
4.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Vorlesung Personal und Organisation</p>
5.	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6.	<p>Prüfungsart und –umfang</p> <p>Teampräsentationen (45%) und Hausarbeit zu einer Case Study (55%)</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung Personalentwicklung und Organisationspsychologie</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/157</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Jeweils in neuester Auflage:</p> <p>Becker, M.: Personalentwicklung. Schäffer-Poeschel.</p> <p>Becker, M. Systematische Personalentwicklung. Schäffer-Poeschel.</p> <p>Holtbügge, D. Personalmanagement. Springer Verlag.</p> <p>Fischer, P., Asal, K., Krüger, J.I.: Sozialpsychologie, Wiesbaden, Springer Gabler.</p> <p>Kauffeld, S.: Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Wiesbaden, Springer Gabler.</p>

	<p>Rosenstiel, v. L., Nerdinger, F.: Grundlagen der Organisationspsychologie. Schäffer-Poeschel.</p> <p>Rosenstiel, v. L.; Regnet, E., & Domesch, M (Hrsg). Führung von Mitarbeitern. Schäffer-Poeschel.</p> <p>Schuler, H., Kanning, U.P.: Lehrbuch Personalpsychologie, Göttingen, Hogrefe Verlag</p> <p>Werkmann-Karcher, B., Rietiker, J.: Angewandte Psychologie für das Human Resource Management, Springer Gabler.</p> <p>Zimbardo, P.G., Gerring, R.: Psychologie. Eine Einführung. Pearson Verlag.</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>01.09.2023</p>

Projektstudie Personalmanagement				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150 h		60 h		90 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Norbert Rohleder		Projektstudie Personalmanagement (Teil der Vertiefung Personalmanagement und -psychologie)		
1.	Qualifikationsziele/ Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Projektstudie Personalmanagement können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • die aktuellen unternehmerischen Herausforderungen im Personalmanagement erkennen, • Instrumente, Funktionen und Konzeptionen im Kontext des Human Resource Managements einschätzen und kritisch diskutieren, • einschlägige auch internationale wissenschaftliche Studien im Personalmanagement recherchieren, beschaffen und vergleichen, • eine konkrete unternehmenspraxisbezogene Aufgabenstellung analysieren und beurteilen, • sich in Kleingruppen eigenverantwortlich organisieren und Problemlösungsstrategien für unternehmerische Aufgabenstellungen entwickeln, • eine lösungsorientierte Forschungsmethodik anwenden, • theoretische Erkenntnisse mit praxisbezogenen Anforderungen verknüpfen, • eine überzeugende Präsentation als Team entwickeln, vortragen und die Ergebnisse mit Zuhörenden kritisch diskutieren, • konkrete Handlungsempfehlungen für die Fragestellung ausgewählter Unternehmen erarbeiten, • erarbeitete Ergebnisse nach wissenschaftlichen Anforderungen verschriftlichen, • zukünftige HR-Fragestellungen kritisch reflektieren, bearbeiten und zielgerichtet gestalten. 			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle unternehmerische Herausforderungen im Personalmanagement • Literatur- und Studienrecherchen • Zusammenarbeit mit ausgewählten Unternehmen 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Projektarchitektur • Anwendung von qualitativer oder quantitativer Forschung • Gruppenarbeiten und Teampräsentationen • Schreiben einer wissenschaftlichen Hausarbeit
3.	Lehrformen Seminaristische Lehrveranstaltung mit Kleingruppenarbeiten, Diskussions- und Präsentationselemente.
4.	Teilnahmevoraussetzungen Bestandene Modulprüfung Personalmanagement und Organisation
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und -umfang Teampäsentationen (60%) und Hausarbeit (40%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Projektstudie Personalmanagement
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/157
10.	Literaturhinweise Berthel, J.; Becker, F.: Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit Bartscher, Th.; Nissen, R.: Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, Pearson Lebrecht, Ch.: Strategie und Personalmanagement. Konzepte und Instrumente zur Umsetzung in Unternehmen, Springer-Gabler Stock-Homburg, R.; Groß, M.: Personalmanagement. Theorien, Konzepte, Instrumente, Springer-Gabler Wagner, D.: Praxishandbuch Personalmanagement, Haufe Jeweils in neuester Auflage.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 01.09.2023