



Modulhandbuch

**Bachelorstudiengang
International Business B.Sc.**



Einführung und allgemeine Informationen

Liebe Bachelor-Studentinnen und Studenten,
liebe Studieninteressierte,

mit dem Studiengang International Business bieten wir Ihnen einen ersten berufsqualifizierenden akademischen Abschluss. Der Studiengang ist modular aufgebaut. Das bedeutet, dass er sich aus Modulen zusammensetzt, die einzeln geprüft werden. Nach Bestehen aller Module erwerben Sie den Titel Bachelor of Science in International Business der Hochschule Mainz.

Im vorliegenden Modulhandbuch finden Sie die Beschreibung der einzelnen Module. Es stellt daher die beste Grundlage dafür dar, den Studiengang zu verstehen. Denn die Modulbeschreibungen beschränken sich nicht nur auf den Inhalt der Module, sondern geben auch Informationen zum Workload, der Lehrsprache, der Lernziele, der Lehrmethode und vieles mehr.

Die Modulbeschreibungen lassen erkennen, dass die Studienstruktur in erster Linie darauf zielt, allgemeine Inhalte der Betriebswirtschaftslehre (BWL) zu vermitteln. Dazu gehen wir auf die klassischen Felder der BWL ein mit Blick auf aktuelle und zukünftige Themenbereiche. Darüber hinaus erwerben Sie Methodenkenntnisse im mathematisch und statistischen Bereich und erhalten den Einblick in den rechtlichen und volkswirtschaftlichen Rahmen. Besondere Aufmerksamkeit schenken wir der Vermittlung internationaler Kompetenzen: Neben dem individuellen Sprachangebot werden interkulturelle Kompetenzen in Modulen bzw. dem Auslandsstudium vermittelt. Die Module werden größtenteils auf Englisch gelehrt, in höheren Semestern werden einige Module auf Deutsch angeboten. Nach erfolgreichem Studium werden Sie eine solide Basis für Ihre weitere betriebswirtschaftliche Karriere in einer globalisierten Welt haben.

Je nachdem, wo Sie Ihre Hochschulzugangsberechtigung erworben haben (bzw. je nach Deutschkenntnissen), werden Sie einem Nationalen Track oder Internationalen Track zugeordnet. Beide Tracks unterscheiden sich im Wesentlichen bei der Sprachvermittlung und im 5. Semester.

Im Einzelnen finden Sie im vorliegenden Modulhandbuch folgende Information für jedes Modul:

- Informationen zur Prüfungsnummer des jeweiligen Moduls, Anzahl der zu vergebenden Credits, Angaben zu Workload und Gruppengröße;
- Hinweise zu Inhalt, Ziel, Lehrmethode, Prüfungsform, (inhaltliche) Teilnahmevoraussetzung und hauptverantwortlicher Lehrkraft der einzelnen Veranstaltung;
- Erste Literaturangaben sowie die geforderten, beziehungsweise angestrebten Sprachniveaus.
- (Formale) Regelungen und Prüfungsvoraussetzungen finden Sie in der Allgemeinen Prüfungsordnung und der Fachprüfungsordnung; diese gelten vorrangig.
-

Wir wünschen Ihnen eine erfolgreiche, lehrreiche und schöne Studienzeit.



Introduction and general information

Dear Bachelor students,
dear prospective students,

With the International Business Administration program, we offer you a first professionally qualifying academic degree. The degree program has a modular structure. This means that it is made up of modules that are examined individually. After passing all modules, you will be awarded the title Bachelor of Science in International Business from Mainz University of Applied Sciences.

In this module handbook you will find a description of the individual modules. It is therefore the best basis for understanding the degree program. This is because the module descriptions are not limited to the content of the modules, but also provide information on workload, teaching language, learning objectives, teaching methods and much more.

The module descriptions indicate that the course structure is primarily aimed at teaching the general content of business administration. To this end, we deal with the classic fields of business administration with a view to current and future subject areas. In addition, you will acquire methodological skills in mathematics and statistics and gain an insight into the legal and economic framework. We pay particular attention to teaching international skills: In addition to the individual language offer, intercultural skills are taught in modules or study abroad. Most of the modules are taught in English, with some modules being offered in German in higher semesters. After successfully completing your studies, you will have a solid foundation for your future business career in a globalized world.

Depending on where you obtained your university entrance qualification (or depending on your German language skills), you will be assigned to a National Track or International Track. Both tracks differ mainly in terms of language teaching and the 5th semester.

You will find the following information for each module in this module handbook: Information on the module code of the respective module, number of credits to be awarded, information on workload and group size;

- Information on the content, learning objectives, teaching method, form of examination, (content-related) participation requirements and the main teacher responsible for the individual course;
- Initial literature references and the required or target language levels.
- (Formal) regulations and examination requirements can be found in the General Examination Regulations (Allgemeine Prüfungsordnung) and the Subject Examination Regulations (Fachprüfungsordnung); these take precedence.
-

We wish you a successful, instructive and enjoyable period of study.



Studienstruktur | International Business B.Sc. (International Track)

Semester 6 30 ECTS/13 HPW	Business Planning (deutsch) 5 ECTS/3 HPW	Bachelor Thesis with Colloquium 12 ECTS/1 HPW	Option I (deutsch) 5 ECTS/4 HPW	Option II 5 ECTS/4 HPW	
Semester 5 30 ECTS/1 HPW	Scientific Writing for the Bachelor Thesis 3 ECTS/1 HPW	Praxismodul 30 ECTS/1 HPW			
Semester 4 30 ECTS/24 HPW	Strategic Management 5 ECTS/4 HPW	Financial Accounting (IFRS) 5 ECTS/4 HPW	International Management 5 ECTS/4 HPW	Einführung in HGB und Steuerrecht (deutsch) 5 ECTS/4 HPW	Digitale Wirtschaft (deutsch) 5 ECTS/4 HPW Deutsch (B2.2) 5 ECTS/4 HPW
Semester 3 30 ECTS/24 HPW	Marketing 5 ECTS/4 HPW	Investment & Finance 5 ECTS/4 HPW	Macroeconomics 5 ECTS/4 HPW	Operations and Supply Chain Management 5 ECTS/4 HPW	Business & IT 5 ECTS/4 HPW Deutsch (B2.1) 5 ECTS/4 HPW
Semester 2 30 ECTS/22 HPW	Project Manage- ment 5 ECTS/2 HPW	Cost Accounting 5 ECTS/4 HPW	Microeconomics 5 ECTS/4 HPW	Statistics 5 ECTS/4 HPW	Human Resource Management & Organisation 5 ECTS/4 HPW Deutsch (B1.2) 5 ECTS/4 HPW
Semester 1 30 ECTS/25 HPW	Introduction to Business 5 ECTS/4 HPW	Fundamentals of Accounting 5 ECTS/4 HPW	Cross Cultural Management 5 ECTS/4 HPW	Mathematics 5 ECTS/4 HPW	Introduction to Scientific Writing & Presentation 5 ECTS/4 HPW Deutsch (B1.1) 5 ECTS/4 HPW
	Introduction days 1 HPW				
Total 180 ECTS/109 HPW	Praxismodul Wahlpflichtmodule Pflichtmodule Deutschsprachige Module				



Studienstruktur | International Business B.Sc. (International Track)

Semester 6 30 ECTS/13 HPW	Business Planning (deutsch) 5 ECTS/3 HPW	Bachelor Thesis with Colloquium 12 ECTS/1 HPW	Option I (deutsch) 5 ECTS/4 HPW	Option II 5 ECTS/4 HPW	
Semester 5 30 ECTS/1 HPW	Scientific Writing for the Bachelor Thesis 3 ECTS/1 HPW	Praxismodul 30 ECTS/1 HPW			
Semester 4 30 ECTS/24 HPW	Strategic Management 5 ECTS/4 HPW	Financial Accounting (IFRS) 5 ECTS/4 HPW	International Management 5 ECTS/4 HPW	Einführung in HGB und Steuerrecht (deutsch) 5 ECTS/4 HPW	Digitale Wirtschaft (deutsch) 5 ECTS/4 HPW Deutsch (B2.2) 5 ECTS/4 HPW
Semester 3 30 ECTS/24 HPW	Marketing 5 ECTS/4 HPW	Investment & Finance 5 ECTS/4 HPW	Macroeconomics 5 ECTS/4 HPW	Operations and Supply Chain Management 5 ECTS/4 HPW	Business & IT 5 ECTS/4 HPW Deutsch (B2.1) 5 ECTS/4 HPW
Semester 2 30 ECTS/22 HPW	Project Manage- ment 5 ECTS/2 HPW	Cost Accounting 5 ECTS/4 HPW	Microeconomics 5 ECTS/4 HPW	Statistics 5 ECTS/4 HPW	Human Resource Management & Organisation 5 ECTS/4 HPW Deutsch (B1.2) 5 ECTS/4 HPW
Semester 1 30 ECTS/25 HPW	Introduction to Business 5 ECTS/4 HPW	Fundamentals of Accounting 5 ECTS/4 HPW	Cross Cultural Management 5 ECTS/4 HPW	Mathematics 5 ECTS/4 HPW	Introduction to Scientific Writing & Presentation 5 ECTS/4 HPW Deutsch (B1.1) 5 ECTS/4 HPW
	Introduction days 1 HPW				
Total 180 ECTS/109 HPW	Praxismodul Wahlpflichtmodule Pflichtmodule Deutschsprachige Module				



Inhalt

Einführung und allgemeine Informationen	2
Introduction and general information	3

Semester 1

Introduction to Business	8
Fundamentals of Accounting	10
Cross Cultural Management	13
Mathematics	15
Introduction to Scientific Writing & Presentation	17
Introduction to Scientific Writing & Presentation	17
Deutsch B1.1, B1.2, B2.2, B2.2 (International Track)	19
Sprache I und II (National Track)	21

Semester 2

Project Management	24
Cost Accounting	28
Microeconomics	30
Microeconomics	32
Statistics	34
Human Resource Management & Organisation	36

Semester 3

Marketing	40
Investment & Finance	43
Macroeconomics	45
Operations and Supply Chain Management	47
Business & IT	49
Studium Integrale I und II (National Track)	51

Semester 4

Strategic Management	54
Financial Accounting (IFRS)	56
International Management	58
Einführung in HGB und Steuerrecht	61
Digitale Wirtschaft	64

Semester 5

Optionen I bis V (National Track)	68
Optionen I und II (International Track)	70
Scientific Writing for the Bachelor Thesis	72

Semester 6

Business Planning	76
Bachelor Thesis with colloquium	79
Praxismodule (International Track)	81
Praxismodule (National Track)	83



Semester 1



Introduction to Business				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	1	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Anna Rosinus		Introduction to Business		
1	Learning outcomes/competences - After successfully completing the module Introduction to Business, students will be able to - explain central and internationally relevant business terms such as turnover, profit, productivity or profitability as well as central terms of the various functional areas, - explain and critically analyse business objectives, conflicting goals and interdependencies - name and explain relationships and links between the functional areas, - better organize themselves due to the necessary preparation and follow-up work, - systematically structure and solve business or management issues in international and national context, as well as visualize and present the results in groups. - Thanks to the integrated business game, students have learned to - apply the knowledge they have acquired about the various operational functional areas by solving management tasks such as investment, production and marketing planning, taking into account the various dependencies, for a fictitious company. - work together in teams, discuss critical aspects, and take decisions together			
2	Contents - Business administration as a science, central terms, and basic concepts. - Introduction to the different functional areas such as R&D, supply chain management, operations, marketing & sales, customer service, human resource management, finance, IT as well as management and leadership - Simulation game (TopSim) - carried out as group work			



3	Teaching methods Lecture with integrated case studies and exercises as well as a business simulation game
4	Requirements for participation /
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam incl. questions about the simulation game (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Introduction to Business
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature ▪ Kelly/Williams: BUSN ▪ Pride et al.: Foundations of Business ▪ Boone/Kurtz/Berston: Contemporary Business In each case current edition Further literature references and information on teaching material will be announced in the syllabus of the lecturer.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Fundamentals of Accounting				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	1	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Sabine Lanswehr-Zloch		Fundamentals of Accounting		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Fundamentals of Accounting, students will be able to ▪ explain the basics of managerial accounting and the distinction between external and internal accounting. ▪ describe the users and the elementary components of annual financial statements. ▪ interpret business transactions and explain how these are recorded in company accounting. ▪ create accounting transactions independently. ▪ apply the principles of proper accounting and prepare opening and closing balance sheets themselves			



2	Contents ▪ Fundamentals of Accounting ▪ Target system of enterprises, enterprise as a functional system, the operational accountancy, sub-areas (external/internal), concept and parameters of accounting, essential legal framework ▪ Fundamentals of Bookkeeping ▪ Inventory, balance sheet, inventory accounts, profit and loss accounts; consideration of taxes; private withdrawals and private deposits; acquisition of fixed assets; depreciation and amortization of property, plant and equipment, annual financial statements ▪ Fundamentals of Integrated Income Statement, Financial Accounting and Balance Sheet ▪ Success and liquidity as key business targets; income statement, income analysis, cash flow statement, financial plan, basic structures and process of integrated profit, financial and balance sheet planning
3	Teaching methods Lectures, in presence and digitally; combined lecture / exercise in seminar style
4	Requirements for participation /
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Fundamentals of Accounting
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)



10	Literature ▪ Bierman, H.: Introduction To Accounting And Managerial Finance: A Merger Of Equals. Singapore, World Scientific Press. ▪ Collier, P.: Accounting for Managers: Interpreting Accounting Information for Decision-Making. Wiley. ▪ Horngren, C. et al.: Introduction to Management Accounting. Harlow, Pearson. ▪ Jones, M.: Accounting. Wiley. ▪ Smith, D.: University Finances: Accounting and Budgeting Principles for Higher Education. Baltimore, Maryland, Johns Hopkins University Press. In each case current edition Further literature references and information on teaching material will be announced in the syllabus of the lecturer.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025

Cross Cultural Management					
Module code		ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
		5	One semester	1	Each semester
Workload (total) (h)			Class contact time (h)		Self study workload (h)
150			60		90
Language			Planned group size		Compulsory or optional module
English			40 students		Compulsory module
Module owner(s)			Course		
N.N.			Cross Cultural Management		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Cross Cultural Management, students will be able to ▪ understanding the role of culture and its impact on the global business environment ▪ recognizing cultural variables and cultural characteristics while avoiding stereotypes ▪ familiarizing oneself with the norms, rituals, and taboos of other cultures ▪ learning about barriers to intercultural understanding and adjustment to other cultures ▪ learning how differences in culture manifest themselves in different professional settings ▪ increasing sensitivity to one's own cultural background and its impact on management, as well as increasing knowledge of ethical issues in an international business environment.				
2	Contents 1. Lectures on topics including: Intercultural Business Communication, Understanding Culture and Cultural Theory, Organizational Culture, Conflict Management and Negotiating Internationally 2. Role play and group work 3. Case studies				
3	Teaching methods Seminar with lectures				
4	Requirements for participation English skills on the B2 (GER) level or higher				



5	Rules of attendance Regular attendance is required
6	Form and scope of assessment/ examination Group project paper including presentation (100%) (Hausarbeit einschließlich Präsentation gem. APO) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Cross Cultural Management
8	Useability of module in other study programs /
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Materials are provided by instructor.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025

Mathematics					
Module code		ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
		5	One semester	1	Each semester
Workload (total) (h)			Class contact time (h)		Self study workload (h)
150			60		90
Language			Planned group size		Compulsory or optional module
English			40 students		Compulsory module
Module owner(s)			Course		
Prof. Dr. Sebastian Schlüter			Mathematics		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Mathematics, students will be able to - explain and apply the basic techniques and methods of linear algebra and analysis. - explain and apply basic methods of financial mathematics. - explain and solve business problems using mathematical methods. - make and justify analytically sound decisions.				
2	Contents - Mathematical fundamentals (calculating with logarithms and powers; solving equations and inequalities; sequences and series) - Methods of analysis (differential calculus for functions in one and several variables; integral calculus for functions in one variable), including economic applications - Economically motivated optimization problems with constraints; graphical method for linear problems and Lagrange method - Matrix calculus and systems of linear equations, including economic applications - Financial mathematics (interest calculation, present and terminal values, annuity calculation, internal rate of return)				
3	Teaching methods Combined lectures / exercise in seminar style				
4	Requirements for participation /				



5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Mathematics
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Bradley, Teresa: Essential Mathematics for Economics and Business. John Wiley & Sons Sydsaeter, Knut / Arne Strom / Andrés Carvajal / Peter Hammond: Essential Mathematics for Economic Analysis, Pearson Renshaw, Geoff: Maths for Economics, Oxford University Press Rosser, Mike: Basic Mathematics for Economists, Routledge
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025

Introduction to Scientific Writing & Presentation				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	1	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Maria Strobel		Introduction to Scientific Writing & Presentation		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Introduction to Scientific Writing & Presentation, students will be able to • explain the purpose, characteristics, and process of research and its benefits for business practice • identify and gather reliable sources (especially academic literature), differentiate between various types of sources, and assess their quality • develop, write and edit an academic text in teamwork • develop and deliver a convincing presentation as a team • work together effectively as a team on site and virtually, dealing constructively with diversity and conflicts • organize and reflect on work and learning processes, efficiently gather and implement feedback • apply creativity techniques to develop ideas			
2	Contents • Introduction to academic writing in international business administration • Fundamentals of international teamwork, time and self-management • Literature research and information literacy • Structuring topics and research questions • Writing and argumentation • Creativity techniques • Designing and giving presentations			
3	Teaching methods Combined lecture / exercise in seminar style / Group project and coaching by lecturer			



4	Requirements for participation /
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination 4 Assignments, consisting of reference list (15%), exposé (15%), short paper, (40 %), presentation (30%) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Introduction to Scientific Writing & Presentation
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Goldenstein, J., Hunoldt, M., & Walgenbach, P. (2018). Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften: Themenfindung–Recherche–Konzeption–Methodik–Argumentation. Springer. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Research methods for business students. Pearson education. Ergänzend: American Psychological Association. (2020). Publication Manual of the American Psychological Association (7th Ed.). American Psychological Association. Further literature references and information on teaching material will be announced in the syllabus of the lecturer.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Deutsch B1.1, B1.2, B2.2, B2.2 (International Track)				
Kennnnnummer	ECTS-Leistungspunkte 5	Dauer des Moduls 1 Semester	Vorgesehenes Studiensemester 1., 2., 3. und 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Semesterweise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150		Kontaktzeit (h) 60		Selbststudium (h) 90
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 40 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul für International Track
Modulverantwortliche/r Tilman Kromer		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Deutsch B1.1, B1.2, B2.1 und B2.2		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache)			
2	Inhalte Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache)			
3	Lehrformen Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache)			
4	Teilnahmevoraussetzungen Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache)			
5	Regelungen zur Präsenz Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache)			
6	Prüfungsart und -umfang Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung			
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /			
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/147 (International Track)			
10	Literaturhinweise Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache)			



11	Sonstige Informationen Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache)
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025

Sprache I und II (National Track)				
Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	1 oder 2	Semesterweise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150		Kontaktzeit (h) 60		Selbststudium (h) 90
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 25 Studierende		Verbindlichkeit Wahlpflichtmodul (Studium Integrale), nur National Track
Modulverantwortliche/r N.N.		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Sprache I und II		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Organisatorische Hinweise: Studierende wählen eine Fremdsprache (außer Deutsch und Englisch) aus dem Sprachangebot der Hochschule Mainz. Die Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse sind den entsprechenden Modulbeschreibungen des Modulhandbuchs Sprachen zu entnehmen. Ggf. sind Einstufungstests verpflichtend. Nicht gewählt werden dürfen Module aus dem Sprachangebot für Deutsch oder Englisch.			
2	Inhalte Siehe Modulhandbuch Sprachen			
3	Lehrformen Siehe Modulhandbuch Sprachen			
4	Teilnahmevoraussetzungen /			
5	Regelungen zur Präsenz /			
6	Prüfungsart und -umfang Siehe Modulhandbuch Sprachen Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung			
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Betriebswirtschaftslehre B.Sc., Betriebswirtschaftslehre (Öffentlicher Dienst) dual B.Sc., Digital Media B.Sc., Digital Media dual B.Sc. und weitere			



9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/162 (National Track)
10	Literaturhinweise Siehe Modulhandbuch Sprachen (Deutsch als Fremdsprache)
11	Sonstige Informationen Siehe Modulhandbuch Sprachen
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025



Semester 2



Project Management				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	2	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		30		120
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Martin Kowalczyk		Project Management		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing of the module Project Management, students will be able to ▪ name the typical challenges in projects and in project management ▪ explain different project management methods relevant in International Business ▪ identify and specify project scope and corresponding objectives ▪ plan and execute techniques such as risk analysis and stakeholder management ▪ use common software tools such as Microsoft Project to solve planning tasks ▪ explain the most significant project management standards ▪ plan and manage smaller projects themselves through the application of planning and management techniques ▪ research and apply knowledge independently in small groups and work on a practical project planning assignment for a fictitious project ▪ present and critically discuss their project plans and adequately represent the results of their teamwork to experts and superiors			



2	Contents ▪ Introduction: Project and Project Management in the global business environment ▪ Key factors for project success ▪ Project process models and agile approaches ▪ Management and coordination of national and international projects, project roles and organization ▪ Phases and tasks in project management ▪ Definition of goals and stakeholder management ▪ Project planning, methods, work breakdown structures ▪ Task planning, resource and cost planning, time/network plans ▪ Project controlling, earned value analysis ▪ Risk Management
3	Teaching methods Combined lecture and project work
4	Requirements for participation /
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Paper (Definition and planning of an individual project in teams, project plan and documentation; 70%) and presentation (30%). Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Project Management
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)



10	Literature German: Schelle, Heinz: Projekte zum Erfolg führen, dtv Beck Patzak, G, Rattay, G.: Projektmanagement: Projekte, Projektportfolios, Programme und projektorientierte Unternehmen, Linde Jeweils neueste Auflage. English: Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge, Project Management Institution Rubin, Kenneth: Essential Scrum. A practical guide to the most popular agile process, Addison-Wesley Sutherland, Jeff: Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, Random House Business Latest edition for each book.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Cost Accounting					
Module code		ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
		5	One semester	2	Each semester
Workload (total) (h)			Class contact time (h)		Self study workload (h)
150			60		90
Language			Planned group size		Compulsory or optional module
English			40 students		Compulsory module
Module owner(s)			Course		
Prof. Dr. Sven Fischback			Cost Accounting		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Cost Accounting, students will be able to - characterize the basic terms and concepts of accounting and cost theory used in International Business, - explain the sub-areas and systems of cost accounting and the cost accounting process, - apply the common methods of activity allocation and costing, - calculate the production and cost price as well as contribution margins of services using suitable methods, classify the results and explain differences, - can use the instruments of cost and accounting for fundamental operational issues as an information, decision-making and control instrument.				
2	Contents - Basic structures and concepts of internal accounting in International Business - Cost element accounting - Cost centre accounting - Cost object unit accounting (costing) and cost object time accounting - Contribution margin accounting - Standard costing				
3	Teaching methods Combined lecture / exercise in seminar style				
4	Requirements for participation Basic knowledge of the module „Principles of Accounting“				



5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Cost Accounting
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Berkau, Carsten: Management Accounting (UKV) Bhimani, Alnoor / Horngren, Charles T. / Datar, Srikant M. / Rajan, Madhav V.: Management and Cost Accounting (Pearson) Boyd, Kenneth W.: Cost Accounting for Dummies (Wiley) Drury, Colin / Tayles, Mike: Management and Cost Accounting (Cengage) Friedl, Gunther / Hofmann, Christian / Pedell, Burkhard / Schäfer, Peter: Cost Accounting World Scientific) Taschner, Andreas / Charifzadeh, Michel: Management and Cost Accounting (Wiley-VCH) In each case current edition Further literature references and information on teaching material will be announced in the syllabus of the lecturer.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025

Microeconomics				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
Text	5	One semester	2	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Claudia Kurz		Microeconomics		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Microeconomics students will be able to - name the basic concepts of microeconomics and their overlaps with business administration. - describe the demand and supply behaviour of private households and companies. - explain the price formation process and market mechanisms. - spot market failures and other reasons for government intervention. - identify and categorize government intervention in the market. - work independently on microeconomic issues using case studies. - conduct result-oriented discussions on regulatory measures in markets.			
2	Contents - Fundamental terms and object of economics - Supply and demand - Market forms, competition and competition policy - Welfare economics - Current issues of international and national economic policy			
3	Teaching methods Combined lecture / exercise in seminar style			
4	Requirements for participation Basic knowledge of the module „Mathematics“			
5	Rules of attendance /			



6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Microeconomics
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Acemoglu, D., D. Laibson, J. List: Economics. Harlow: Pearson. Mankiw, N. G., M. P. Taylor: Economics, Cengage, London. The Core-Team: The Economy, https://www.core-econ.org/the-economy/ In each case current edition Further reading references and information about teaching materials will be provided in the lecturer's syllabus.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025

Microeconomics				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
Text	5	One semester	2	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Claudia Kurz		Microeconomics		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Microeconomics students will be able to ▪ name the basic concepts of microeconomics and their overlaps with business administration. ▪ describe the demand and supply behaviour of private households and companies. ▪ explain the price formation process and market mechanisms. ▪ spot market failures and other reasons for government intervention. ▪ identify and categorize government intervention in the market. ▪ work independently on microeconomic issues using case studies. ▪ conduct result-oriented discussions on regulatory measures in markets.			
2	Contents ▪ Fundamental terms and object of economics ▪ Supply and demand ▪ Market forms, competition and competition policy ▪ Welfare economics ▪ Current issues of international and national economic policy			
3	Teaching methods Combined lecture / exercise in seminar style			
4	Requirements for participation Basic knowledge of the module „Mathematics“			
5	Rules of attendance /			



6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Microeconomics
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Acemoglu, D., D. Laibson, J. List: Economics. Harlow: Pearson. Mankiw, N. G., M. P. Taylor: Economics, Cengage, London. The Core-Team: The Economy, https://www.core-econ.org/the-economy/ In each case current edition Further reading references and information about teaching materials will be provided in the lecturer's syllabus.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025

Statistics				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
Text	5	One semester	2	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Hannes Spengler		Statistics		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing of the module Statistics, students will be able to - describe the fundamental methods of statistics, - explain the objectives of descriptive and inductive (inferential) statistics, - address economic and social science issues using standard statistical methods and interpret the results, - interpret basic statistical analyses conducted by others.			
2	Contents Basic concepts of statistics - Frequency distribution and its parameters - Bivariate analysis (contingency tables, correlation and simple regression) - Introduction to probability - Random variables and their distributions - Sampling theory, point estimation and interval estimation - Hypothesis testing			
3	Teaching methods Combination of lecture and exercise in seminar-like style			
4	Requirements for participation Prior attendance of the Mathematics module is recommended			



5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Statistics
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Anderson D., D. J. Sweeney, T. Williams, J. D. Camm, J. J. Cochran, M. J. Fry, J. W. Ohlmann, J. Freeman, E. Shoesmith: Statistics for Business and Economics, Cengage, London (current edition) If applicable, further literature recommendations will be provided in the syllabus of the lecturer.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Human Resource Management & Organisation				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
Text	5	One semester	2	Each semester
Workload (total) (h) 150		Class contact time (h) 60		Self study workload (h) 90
Language English		Planned group size 40 students		Compulsory or optional module Compulsory module
Module owner(s) Prof. Dr. Susanne Rank		Course Human Resource Management & Organisation		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Human Resource Management & Organisation, students will be able to • explain key strategies, terms, and areas of human resource management in globally operating organizations • critically evaluate the application of key areas of HRM practice, such as recruiting & selection, learning & development, performance management, and reward, etc. • explain the role of the HR practitioner • explain the key organizational concepts in the specific context of industry, size, etc. • critically compare and contrast the links that exist between organizational structure and culture • explain the impact of a change management initiative on the organization • deepen their acquired knowledge and learn how to deal critically with scientific materials through team presentations • structure their team activities, design content in a goal-oriented way, and present the results as a student team			



2	Contents ▪ Introduction to human resources management in global business ▪ Workforce planning ▪ Recruitment and selection ▪ Induction, engagement and retention ▪ Learning and development ▪ Performance and Talent Management ▪ Leadership behaviour in different contexts ▪ Employee rewards ▪ Employee relations with the legal framework, diversity & inclusion ▪ Introduction to key organizational structures, and to change management ▪ Introduction to organizational culture model ▪ Future trends and challenges focusing on digitalization, sustainable HRM, long-term labor market
3	Teaching methods Combined lecture / exercise in seminar style
4	Requirements for participation Basic knowledge of the module „Introduction to Business“
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (70% - 90 minutes) and presentation (30%) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Human Resource Management & Organisation
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)



10	Literature Armstrong, M & Taylor, S, (2023). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. Kogan Page. Burnes, B., (2017). Managing Change. Hodges, J., (2021). Managing and Leading People Through Organizational Change. Kogan Page. Leatherbarrow, C. & Flechter, J. (2019). Introduction to Human Resource Management. CIPD, Kogan Page Publisher. Torrington, D., Hall, L., Taylor, S., Atkinson, C. (2020). Human Resource Management. Pearson Publisher. In each case current edition
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Semester 3



Marketing				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
Text	5	One semester	3	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Jörn Redler		Marketing		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Marketing, students will be able to: ▪ discuss the importance, role and development of the modern marketing concept, ▪ define markets and target groups, ▪ outline the marketing management process, ▪ discuss the quality of a marketing plan, ▪ explain and differentiate core concepts within the customer behaviour field, ▪ explain key constructs of the SOR model, ▪ argue about differences between consumer and buyer behaviour models, ▪ expound on the role of data and market research designs to achieve customer insights and to guide marketing decisions, ▪ differentiate important marketing objectives and strategies, ▪ illustrate and interpret main marketing decisions in regard to product, brand, price, communications, and sales; and to connect these to relevant theory, ▪ demonstrate an understanding of integrated marketing solutions.			



2	Contents ▪ Marketing as a business philosophy ▪ Role of markets and their demarcation ▪ Marketing environment and marketing analysis ▪ Buyer behavior: concepts and analysis ▪ Market research ▪ Marketing objectives and marketing strategies ▪ Marketing plan: relevance and elements ▪ Branding decisions ▪ Product and service decisions ▪ Pricing ▪ Sales and CRM ▪ Sales promotions ▪ Integrated marketing communications ▪ Marketing management ESG considerations
3	Teaching methods Interactive lectures plus tutorial
4	Requirements for participation
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Marketing
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)



10	Literature Redler, J. (2022), Marketing – Principles of Customer-Centric Business Management. Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin. Kotler, P. & Keller, K. L. (2015). Marketing Management, Prentice Hall.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Investment & Finance				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
Text	5	One semester	3	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Markus Hehn		Investment & Finance		
Prof. Dr. Anja Wittstock				
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Investment and Finance, students will be able to - present a systematic, application-orientated overview of the most important methods and instruments of corporate finance. - know and understand the relationships between investment and financing, including investment and financial planning. - be familiar with static and dynamic investment calculation methods and are able to apply them. - be familiar with the advantages and limitations of the gross rental method and the discounted cash flow method in company valuation. - understand the basic alternatives for raising capital and are able to evaluate them. - observe and assess current financial developments.			
2	Contents Basic concepts and objectives of corporate finance: - Investment and financial planning - Static investment calculation methods - Dynamic investment calculation methods - Company valuation - External financing - Internal financing - Integrated profit/financial planning			



3	Teaching methods Combined lecture / exercise in seminar style
4	Requirements for participation Basic knowledge of the modules “Introduction to Business” and “Principles of Accounting”
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Investment & Finance
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Berk & DeMarzo, Corporate Finance, Pearson Brealey, R.A. et al.: Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill Higher Education Glen, A. & Lewis D.: Corporate Financial Management, Pearson Hillier D., et.al.: Corporate Finance, McGraw-Hill Education Ltd Pike, R. et al.: Corporate Finance and Investment, Pearson In each case current edition Further literature references and information regarding teaching material will be announced in the syllabus.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025

Macroeconomics				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
Text	5	One semester	3	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Hannes Spengler		Macroeconomics		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Macroeconomics, students will be able to - explain economic relationships in the field of macroeconomics, - characterize and compare economies / nations using key macroeconomic indicators, - examine the determinants of (lacking) economic growth, - describe and evaluate the role of the government and (central) banks in the economy, - apply theoretical frameworks to real-world scenarios and, consequently, analyze current economic policy issues.			
2	Contents - Circular flow of income - Macroeconomic indicators - Real and monetary sector - Basics of theory and policy on economic stabilization and growth - Current problems of economic policy			
3	Teaching methods Combination of lecture and exercise in seminar-like style			
4	Requirements for participation Prior attendance of the modules “Mathematics”, “Statistics” and “Microeconomics” is recommended			
5	Rules of attendance /			



6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Macroeconomics
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Mankiw, N. G., M. P. Taylor: Economics, Cengage, London. Mankiw, N. G.: Macroeconomics, Macmillan Learning, New York. In each case current edition, If applicable, further literature recommendations will be provided in the syllabus of the lecturer.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Operations and Supply Chain Management				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
Text	5	One semester	3	Each semester
Workload (total) (h) 150		Class contact time (h) 60		Self study workload (h) 90
Language English		Planned group size 40 students		Compulsory or optional module Compulsory module
Module owner(s) Prof. Dr. Ulrich Berbner		Course Operations and Supply Chain Management		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Operations and Supply Chain Management, students will be able to • explain important terms, definitions and concepts in operations and supply chain management, • name relevant objectives and solve conflicting goals in these areas (including the international, economic, ecological and social dimensions of sustainability) • describe and analyse value streams from procurement to manufacturing and distribution while also taking the reverse supply chain into account (circular economy), • select and apply basic qualitative and quantitative analysis, forecasting and planning methods, • carry out basic calculations in operations and supply chain management (also with the help of Microsoft Excel), • evaluate analytic results and apply lean management principles to design optimized value streams, • define the role of the most relevant digital technologies when designing and steering an optimized supply chain, • outline current trends and developments in supply chain and operations management and describe and asses their practical impacts, • work in teams and develop and present solutions to solve real world problems in operations and supply chain management.			



2	Contents - General introduction to operations and supply chain management - Production systems and production management - Purchasing and supply management - Logistics systems and logistics management - Supply chain management and supply chain planning
3	Teaching methods Combined lecture / exercise in seminar style
4	Requirements for participation
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (80% - 90 minutes) plus assignment (20%) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Operations and Supply Chain Management
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Bozarth, C., & Handfield, R. (2019). Introduction to Operations and Supply Chain Management, Global Edition. Pearson Education, Limited. http://ebookcentral.proquest.com/lib/mainz/detail.action?docID=5834435 Lysons, K., & Farrington, B. (2020). Procurement and Supply Chain Management (10. Aufl.). Pearson Education Limited. Mangan, J., Lalwani, C., & Calatayud, A. (2021). Global Logistics and Supply Chain Management (4. Aufl.). Wiley. Slack, N., Brandon-Jones, A., & Burgess, N. (2022). Operations Management (10. Aufl.). Pearson Education Limited. In each case current edition Further literature references and information on teaching material will be announced in the syllabus of the lecturer.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025

Business & IT				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
Text	5	One semester	3	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher		Business & IT		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Business & IT, students will be able to - explain the aims and objects of business informatics - describe basic concepts of business information processing and elements of business information systems - describe important IT technologies and their use in internationally operating companies - assess possible uses of IT in companies - apply internationally relevant marketable software based on several small team assignments on content management systems, databases, and business intelligence.			
2	Contents - Basics, benefits of IT in companies - Communication technologies/Internet/Web technologies - Use and deployment of application and system software relevant for international business - IT infrastructure - Data/databases - Internet-based business models - IT security - Current IT topics			
3	Teaching methods Combined lecture / exercise in seminar style			



4	Requirements for participation
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Oral (digital) exam (10 minutes, 60 %) plus 4 assignments (one case study each on CMS, Excel, Power BI and Access, each with equal weighting (40%)) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Business & IT
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Laudon, K.C., Laudon, J.: Management information systems : managing the digital firm Harlow, Pearson. In each case current edition Further literature references and information on teaching material will be announced in the syllabus of the lecturer.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Studium Integrale I und II (National Track)				
Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	3 oder 4	Semesterweise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150		60		90
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Studium Integrale), nur National Track
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Daniel Porath		Studium Integrale I und II		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Organisatorische Hinweise: Das Studium Integrale stellt ein Wahlpflichtangebot dar und dient „dem Blick über den Tellerrand“. Neben der wissenschaftlichen Grundausbildung in Betriebswirtschaftslehre erlernen die Studierenden hier – je nach Wahl – weitere Fremdsprachen, vertiefen diese, bauen Sozialkompetenzen aus und/oder erwerben Studierkompetenzen. Darüber hinaus gibt es interdisziplinäre sowie hochschulübergreifende Angebote. Die Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse sind den entsprechenden Angeboten zu entnehmen.			
2	Inhalte Den Studierenden stehen Wahlpflichtangebote aus folgenden Bereichen zur Verfügung: ▪ Interdisziplinarität ▪ Sprachen (außer Englisch und Deutsch) ▪ Interkulturelle Kompetenz ▪ Sozialkompetenz ▪ Angewandte Informationstechnik			
3	Lehrformen Lehrveranstaltungen im seminaristischen Stil.			
4	Teilnahmevoraussetzungen /			
5	Regelungen zur Präsenz /			



6	Prüfungsart und -umfang Abhängig von dem angebotenen Studium Integrale. Die Prüfungsmodalitäten der einzelnen Wahlpflichtangebote sind im Modulhandbuch Studium Integrale hinterlegt. Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Betriebswirtschaftslehre B.Sc., Betriebswirtschaftslehre (Öffentlicher Dienst) dual B.Sc., Digital Media B.Sc., Digital Media dual B.Sc. und weitere
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/162 (National Track)
10	Literaturhinweise Siehe hierzu einzelne Beschreibungen im Modulhandbuch Wahlpflichtfächer
11	Sonstige Informationen
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025



Semester 4



Strategic Management				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	4	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Volrad Wollny		Strategic Management		
1	Learning outcomes/competences After successful completion of the module Strategic Management, students will be able to • explain fundamental terms in Strategic Management relevant for international companies such as mission/purpose, vision, goals, strategy and corporate culture. • name and explain the single steps, the corresponding tools and frameworks of the strategic management process. • examine and describe corporate and business strategies of globally operating companies. • analyse strategic challenges with a holistic perspective including the international dimension • apply selected management tools in order to analyse a company's external and internal environment. • critically evaluate existing frameworks in strategic management • develop strategic options, apply generic strategies and select appropriate options for strategy implementation and strategic control. • discuss and present strategic management issues, eg. sustainability or AI • decide in teams on strategic issues in case studies			



2	Contents 1. Management basics: mission/purpose, vision, goals, strategy and corporate culture 2. Corporate Governance and business ethics 3. Strategic Management Process 4. Strategic Management tools and frameworks relevant in International Business 5. Selected recent topics, such as sustainability or digitization and AI
3	Teaching methods Seminar style lecture including group works, case studies and student presentations.
4	Requirements for participation /
5	Rules of attendance /
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Strategic Management
8	Useability of module in other study programs BWL BSc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Wheelen, T./Hunger, J.: Strategic Management and Business Policy, Upper Saddle River NJ, Pearson Lynch, R.: Strategic Management, Harlow UK, Pearson. Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R.: Exploring Corporate Strategy, Harlow UK, Prentice-Hall Ergänzende deutschsprachige Literatur: Bea, F.X./Haas, J.: Strategisches Management, Stuttgart, UTB Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, Frankfurt/New York Paul, H.; Wollny, V. Instrumente des strategischen Managements, München, De Gruyter/Oldenbourg
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Financial Accounting [IFRS]				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	4	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
150		60		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		40 students		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Karsten Lorenz		Financial Accounting (IFRS)		
1	Learning outcomes/competences Upon the completion of the module, students will have the ability to: ▪ identify and understand the relevant International Financial Reporting Standards (IFRS) that are applicable to the financial statements of public interest entities within the European Union. ▪ apply selected IFRS to practical accounting problems and curated case studies. ▪ analyse and evaluate selected IFRS and their application in practice, incl. the respective impact on key performance indicators and financial statements as a whole. ▪ apply the measures of financial statement analysis to the published financial statements of various public interest entities under IFRS and evaluate their respective financial performance, their financial position at year-end, and their potential future prospect. ▪ develop and critically assess their rhetorical and presentation skills when presenting results of the financial statement analysis to an academic audience. ▪ train their critical thinking skills and ability to work in an English-speaking environment and with internationally composed teams.			



2	Contents I. Fundamentals of financial accounting II. Reporting instruments in (consolidated) financial statements under IFRS III. Accounting of selected balance sheet and income statements items in financial statements under IFRS IV. Preparation of consolidated financial statements under IFRS V. Financial analysis of (consolidated) financial statements under IFRS VI. Outlook
3	Teaching methods Course consisting of a combined lecture/exercise in seminar style.
4	Requirements for participation Attendance of the modules Principles of Accounting, Cost Accounting and Investment & Finance
5	Rules of attendance Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy is applied.
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Financial Accounting
8	Useability of module in other study programs /
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature International Financial Reporting Standards (IFRS), English & German edition of the official standards approved by the EU, Wiley-VCH Verlag, Weinheim. Elliott/Elliott, Financial Accounting and Reporting, Horngren. Latest editions.
11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



International Management				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	4	Each semester
Workload (total) (h) 150		Class contact time (h) 60		Self study workload (h) 90
Language English		Planned group size 40 students		Compulsory or optional module Compulsory module
Module owner(s) Prof. Dr. Randolph Schrank		Course International Management		
1	Learning outcomes/competences After successful completion of the module International Management, students will be able to ▪ name and describe central concepts of managing international firms, e.g. export, direct investment, or technology contracts ▪ categorise and appraise typical situations in the internationalisation process of firms and plan and prioritise strategic solutions ▪ appraise and criticise developments in the globalized world economy and relate them to specific country situations and corporate environments ▪ summarise and explain basic economic theories of internationalisation and compare and classify global trade blocs, and business cultures. ▪ appraise international business problems in team working situations through case study seminars and workshops ▪ articulate their views and defend their opinions in group discussions with international students and company practitioners ▪ judge the impact of international business decisions from an ethical perspective and devise solutions to combine economic rationales with ethical behavior ▪ develop the ability to engage in self-managed learning, including reading and study skills in preparation for class discussion, coursework, and examination assessment			



2	Contents ▪ Globalisation and the Development of the World Economy ▪ International Theories of Trade and Investment ▪ Economic Cooperation in the Global Environment ▪ International Culture in Management ▪ International Strategy and Competition ▪ Market Entry and Country Selection ▪ Corporate Social Responsibility in International Business ▪ International Organization and Cooperation
3	Teaching methods Seminar-style course including lecture and group work sessions as well as discussion panels. Group assignments have the focus to develop social and interpersonal skills and to deepen the knowledge of international business. Therefore, they are compulsory but will not be graded. Invited guest speakers are included in the lecture whenever possible.
4	Requirements for participation
5	Rules of attendance
6	Form and scope of assessment/ examination Written exam (90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination Compulsory group work assignment; International business problems are jointly analysed, discussed, and presented in class. Group presentations are not graded.
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module International Management
8	Useability of module in other study programs BWL Bsc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade 5/147 (International Track), 5/162 (National Track)
10	Literature Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J.R.: International Business: Strategy, Management and the New Realities. Pearson. Hill, C.W.L.: International Business: Competing in the Global Market Place, McGraw Hill. Collinson, S., Rajneesh, N., & Rugman, A.M.: International Business. Pearson. Most recent edition applies. Case studies as defined in class.



11	Further information /
12	Last modified 31.01.2025



Einführung in HGB und Steuerrecht				
Kennnnnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	4	Semesterweise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150		60		90
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Caroline Flick		Einführung in HGB & Steuerrecht		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage ▪ Grundbegriffe und Prinzipien des wirtschaftsrelevanten Privatrechts zu benennen; ▪ die Grundprinzipien des Vertragsrechts und dessen Anwendung in wirtschaftlichen Kontexten zu beschreiben und zu erklären; ▪ die Zwecke von Abschlüssen darzulegen; ▪ einzelfallbezogen die Zusammenhänge zwischen Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang und Lagebericht zu identifizieren; ▪ den Grundsatz der Maßgeblichkeit der Handels- für die Steuerbilanz zu erläutern; ▪ sich in den wesentlichen betrieblichen Steuerarten zu orientieren.			



2	Inhalte 1. Grundlagen BGB – Vertragsrecht (1 Block/4 SWS) ▪ Abschluss, Form, Nichtigkeit von Verträgen ▪ Beispiel Kaufverträge 2. Grundlagen Handelsrecht (2 Blöcke/8 SWS) ▪ Sonderrecht Kaufleute (inklusive Kaufmannsbegriff) ▪ Handelskauf 3. Überblick Gesellschaftsformen (3 Blöcke/12 SWS) ▪ GbR ▪ OHG, KG ▪ GmbH, AG 4. Überblick Handelsrechtliche Bilanzierung (5 Blöcke/20 SWS) ▪ Grundlagen der Rechnungslegung (Überblick, Bilanztheorien, Begriffe, Rechenwerke, Buchführung, Inventur und Inventar, normative Grundlagen) ▪ Jahresabschluss (Überblick, Ausweisgrundsätze, Ansatz- und Bewertungsgrundsätze) ▪ Lagebericht 5. Überblick Steuerrecht (3 Blöcke/12 SWS) ▪ Überblick über das Steuersystem ▪ Grundlagen der Ertragsteuern (ESt, KSt, GewSt)
3	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil
4	Teilnahmevoraussetzungen /
5	Regelungen zur Präsenz /
6	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 Minuten) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /



7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Einführung in HGB & Steuerrecht
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/147 (International Track) 5(162 (National Track)
10	Literaturhinweise Führich, Ernst, Wirtschaftsprivatrecht, Verlag Franz Vahlen, München Coenenberg, A. G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel. Otto v. Campenhausen/ Achim Grawert: Steuerrecht im Überblick Jeweils neueste Auflage
11	Sonstige Informationen
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025



Digitale Wirtschaft				
Kennnnnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	4	Semesterweise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150		60		90
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Bernhard Ostheimer		Digitale Wirtschaft		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Digitale Wirtschaft sind die Studierenden in der Lage: ▪ computerbasierte Vernetzung im Unternehmenskontext anzuwenden, um Kommunikation, Interaktion und Transaktion in einem globalen Umfeld zu ermöglichen, ▪ Anwendungsgebiete von Geschäftsmodellen adäquat zu differenzieren, ▪ den Nutzen elektronischer Geschäftsbeziehungen für Unternehmen zu bewerten sowie entsprechende betriebliche Problemstellungen kompetent zu beurteilen, ▪ Veränderungen und Veränderungsprozesse durch Informationstechnologie zu beschreiben und Konzepte und Modelle auf konkrete Unternehmensbeispiele anzuwenden, ▪ den Zusammenhang von Geschäftsprozessen und betrieblichen Anwendungssystemen im konkreten Kontext zu analysieren und zu beurteilen, ▪ in kleinen Teams für ein exemplarisches Unternehmen Geschäftsprozesse zu modellieren und in diesem Kontext adäquat mit den verschiedenen, teils rechnerbasierten Modellierungsansätzen umzugehen, ▪ kritisch in Kleingruppen zu diskutieren, dabei zu einem Ergebnis oder einer Lösung zu kommen und diese geeignet zu präsentieren, ▪ durch die Modellierung zugehöriger Geschäftsprozesse Optimierungspotenziale zu erkennen.			



2	Inhalte ▪ Begriffe und Ansätze zu international relevanten Geschäftsmodellen ▪ Internetbasierte Geschäftsmodelle ▪ Einsatzbereiche (nach Funktionen) ▪ Ausgewählte Fallstudien (aus unterschiedlichen Bereichen und Ländern) ▪ Entwicklungstendenzen (z. B. Mobile Business) ▪ Grundlagen der Geschäftsprozessmodellierung ▪ EPKs und BPMN als Methoden der Geschäftsprozessmodellierung ▪ Beispiele zur Geschäftsprozessmodellierung ▪ Management von Geschäftsprozessen ▪ Nutzung und Einsatz von Anwendungssoftware mit Fokus Geschäftsprozessabbildung
3	Lehrformen Seminartistische Lehrveranstaltung mit Übung (Gruppenarbeit und Coaching durch die Lehrenden).
4	Teilnahmevoraussetzungen /
5	Regelungen zur Präsenz /
6	Prüfungsart und -umfang Ein Assignment in Form einer Teamarbeit ((z. B. Modellierung eines Geschäftsprozesses, Beschreibung eines internetbasierten Geschäftsmodells) einschließlich Präsentation (60 %) und mündliche Prüfung (40 %)). Die Präsentation und die mündliche Prüfung können digital (z. B. per Zoom) durchgeführt werden. Jeder Teil muss separat bestanden werden. Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Digitale Wirtschaft
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) BWL Bsc (VZ und TZ)
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/147 (International Track) 5/162 (National Track)



10	Literaturhinweise Deutschsprachige Literatur: ▪ Clement, R., Schreiber, D.: Internetökonomie – Grundlagen und Fallbeispiel der vernetzten Wirtschaft, Springer. ▪ Schmelzer H., Sesselmann W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, Hanser ▪ Gadatsch A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, Vieweg Kollmann, T.: e-Business, Springer. ▪ Wirtz, B. W.: Electronic Business, Springer. Englischsprachige Literatur: ▪ Hsieh, Y. J., & Wu, Y. J. (2019). Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: Insights and research opportunities. Computers in Human Behavior, 95, 315-323. ▪ Stallkamp, M., & Schotter, A. P. (2021). Platforms without borders? The international strategies of digital platform firms. Global Strategy Journal, 11(1), 58-80. ▪ Trabucchi, D., & Buganza, T. (2020). Fostering digital platform innovation: From two to multi-sided platforms. Creativity and Innovation Management, 29(2), 345-358. ▪ Hein, A., Schreieck, M., Riasanow, T., Setzke, D. S., Wiesche, M., Böhm, M., & Krcmar, H. (2020). Digital platform ecosystems. Electronic markets, 30, 87-98. ▪ Gawer, A. (2021). Digital platforms' boundaries: The interplay of firm scope, platform sides, and digital interfaces. Long Range Planning, 54(5), 102045. Jeweils in der neuesten Auflage
11	Sonstige Informationen
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025



Semester 5

Optionen I bis V (National Track)				
Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	5	Semesterweise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150		Kontaktzeit (h) abhängig von Optionen		Selbststudium (h) abhängig von Optionen
Sprache Englisch oder andere		Geplante Gruppengröße abhängig von Optionen		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Porath		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Optionen I bis V		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Die Studierenden wählen je nach Interessensprofil Module/Optionen (mindestens 25 ECTS) aus einem vielfältigen Angebot aus verschiedenen Bereichen der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht oder Wirtschaftsinformatik in einem akkreditieren wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorprogramm einer ausländischen Hochschule.			
2	Inhalte Die Inhalte müssen Bezüge zur Betriebswirtschaftslehre aufweisen. Es darf keine signifikanten Übereinstimmungen mit den Inhalten der Pflichtmodule geben.			
3	Lehrformen wie in der Modulbeschreibung der ausländischen Hochschule			
4	Teilnahmevoraussetzungen wie in der Modulbeschreibung der ausländischen Hochschule			
5	Regelungen zur Präsenz /			
6	Prüfungsart und -umfang wie in der Modulbeschreibung der ausländischen Hochschule Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung der jeweiligen Option			
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)			



9	Stellenwert der Note für die Endnote je Modul 5/162 (National Track)
10	Literaturhinweise Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen
11	Sonstige Informationen Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025



Optionen I und II (International Track)				
Kennnnnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	6	Jährlich
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150		60		90
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Mindestens eine Option auf Deutsch		40 Studierende		Wahlpflichtmodul (Option)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Daniel Porath		Optionen I und II		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Die Studierenden wählen je nach Interessensprofil zwei Module/Optionen aus einem vielfältigen Angebot aus verschiedenen Bereichen der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht oder Wirtschaftsinformatik. Dabei muss eine Option gewählt werden, die auf Deutsch gelehrt wird.			
2	Inhalte Den Studierenden stehen Angebote aus folgenden Optionsbereichen zur Verfügung: ▪ Controlling & Finance ▪ Accounting, Auditing & Taxation ▪ Marketing ▪ Personalmanagement und -psychologie ▪ Globale Nachhaltigkeit/Global Sustainability ▪ Logistik & Supply Chain Management ▪ Digital Business			
3	Lehrformen Lehrveranstaltungen im seminaristischen Stil			
4	Teilnahmevoraussetzungen Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen			
5	Regelungen zur Präsenz Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen			



6	Prüfungsart und -umfang Abhängig von der angebotenen Option. Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung der jeweiligen Option
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Digital Media und Angewandte Informatik
9	Stellenwert der Note für die Endnote je Modul 5/147 (International Track)
10	Literaturhinweise Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen
11	Sonstige Informationen Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025



Scientific Writing for the Bachelor Thesis				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	3	One semester	5	Each semester
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
75		15		90
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		1 student		Compulsory module
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Caroline Flick, Prof. Dr. Maria Strobel		Scientific Writing for the Bachelor Thesis		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Scientific Writing for the Bachelor Thesis, students will be able to - perform literature research in databases and make a targeted selection based on predefined and self-developed criteria - present the concepts and definitions commonly used in academic literature in a structured manner - write a literature review according to a systematic procedure - derive ideas for further research based on the current state of research and propose suitable research designs for this purpose - recognize and avoid plagiarism risks and apply the internationally recognized citation style of the American Psychological Association (APA Style) as well as the format requirements of the department			



2	Contents ▪ Refreshing basic knowledge of research methods (e.g. literature research, citation, avoidance of academic misconduct and plagiarism, preparation of a research proposal/exposé) ▪ Overview of typical research designs and methods for Bachelor's theses in application-oriented business administration degree programs (e.g. case study in a company, systematic literature review, qualitative interview study, benchmarking study, analysis of secondary and online data) ▪ Selection of suitable research methods based on the research question, presentation of the methodology and the outline in the research proposal (exposé) for the Bachelor's thesis ▪ Practical application of the methodology of the (semi-)systematic literature review Formatting according to the specifications of the School of Business and citation using APA style
3	Teaching methods Lecture (block seminar), self-study material (online), coaching by lecturers
4	Requirements for participation Passed module Introduction to Scientific Writing & Presentation
5	Rules of attendance
6	Form and scope of assessment/ examination Written paper as individual work (100%), assessment with pass/fail Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination /
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Scientific Writing for the Bachelor Thesis
8	Useability of module in other study programs BWL Bsc (VZ and TZ)
9	Relative weight of the module for final grade /



10	Literature Goldenstein, J., Hunoldt, M., & Walgenbach, P. (2018). Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften: Themenfindung–Recherche–Konzeption–Methodik–Argumentation. Springer. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Research methods for business students. Pearson education. Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten, Bachelor- und Masterarbeiten des Fachbereichs Wirtschaft der Hochschule Mainz (Guide to writing term papers, practical papers, Bachelor's and Master's thesis.)
11	Further information Students on a semester abroad have the option of completing the course online. Passing the module examination is a prerequisite for registering for the Bachelor's thesis.
12	Last modified 31.01.2025



Semester 6



Business Planning				
Kennnnnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	6	Semesterweise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
150		45		105
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		40 Studierende		Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Anna Rosinus		Business Planning		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse ▪ Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Business Planning sind die Studierenden in der Lage ▪ unternehmerische Entscheidungen insbesondere im Kontext einer Unternehmensgründung zu reflektieren. ▪ betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen zu identifizieren ▪ Geschäftsmodelle systematisch zu beschreiben und zu analysieren. ▪ aktuelle Herausforderungen oder Wünsche potenzieller Kundinnen und Kunden zu identifizieren und geeignete (innovative) Lösungsansätze zu entwickeln. ▪ ihre Geschäftsideen in einen Businessplan zu überführen sowie eine Pitch-Präsentation inklusive Pitch Deck vorzubereiten. ▪ die Idee vor einer Jury im Rahmen eines Pitches zu erläutern und zu verteidigen. ▪ unternehmerisch unter Berücksichtigung aktueller Chancen und Risiken sowie der besonderen Herausforderungen junger Unternehmen zu denken und zu handeln.			



2	Inhalte ▪ Unternehmenskonzeption (Vision/Mission/Purpose, Werte/Philosophie, Ziele, Strategie, Problembeschreibung, Zielgruppendefinition, Nutzenversprechen, Preisfindung, Markt- und Wettbewerbsanalyse, etc.). ▪ interdependente Aspekte der Wertschöpfungskette wie Marktforschung, Marketing/Vertrieb, Leistungserstellung, Organisation. ▪ Planerische Grundlagen im Kontext der Unternehmensgründung wie SWOT-Analyse, Kunden-, Absatz, Umsatz-, Kosten- und Investitionsplanung, Rentabilitäts- und Liquiditätsvorschau, Kennzahlenanalyse. ▪ Plausibilitätsprüfung, Finanzierung, Reflexion. ▪ Unternehmerische Entscheidung nach Prüfung auf Markt- und Tragfähigkeit. ▪ Zielgruppenorientierte schriftliche, mündliche und visuelle Präsentation des Vorhabens. Das Modul kann unter einem übergeordneten Thema wie Nachhaltigkeit, gesellschaftliche Verantwortung oder Digitalisierung stehen, auf das die Businesspläne Bezug nehmen sollen. In diesem Fall erfolgt zunächst eine theoretische Einführung in das Thema.
3	Lehrformen Theorieblöcke und konkrete, praxisbezogene Teamarbeit im abgestimmten Wechsel. Begleitend sind Impulsreferate geplant, die spezifische Business Planning Aspekte beleuchten und den Studierenden Input zur Entwicklung ihres Vorhabens geben. Neben der schriftlichen Ausarbeitung werden die Konzepte auch in Form eines Pitch von einer Jury bewertet.
4	Teilnahmevoraussetzungen
5	Regelungen zur Präsenz An den Veranstaltungsterminen wird Anwesenheit erwartet und kontrolliert, um die kontinuierliche Gruppenarbeit sicherzustellen. Werden mehr als zwei Lehrveranstaltungen versäumt, wird das Modul als nicht bestanden gewertet.
6	Prüfungsart und -umfang Business Plan/Projektbericht (schriftlich, 60 %) und Pitch Deck (Präsentationsunterlage) einschließlich mündlicher Präsentation (40%) als Gruppenarbeit Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung Business Planning
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) BWL (VZ und TZ)



9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/147 (International Track) 5/162 (National Track)
10	Literaturhinweise Baehr, Lomis (2015) Get backed. Blank, S.; Dorf, B. (2020) The Startup Owner's Manual. The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.) (2021) Starthilfe. Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit Ggf. CONCEPTEM®.CONCEPTEMverlag Füglistaller et al (12016) Entrepreneurship. Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Osterwalder et al. (2010) Business Model Generation. Ries, E. (2011) The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses Schallmo, D.R.A. (2020) Erfolgreiches Business Model Development für Gründungen. Jeweils in der neuesten Auflage.
11	Sonstige Informationen
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025



Bachelor Thesis with colloquium					
Module code		ECTS-Credits 12	Duration of the module One semester	Planned semester of study 6	Module frequency Each semester
Workload (total) (h) 360			Class contact time (h) 15		Self study workload (h) 345
Language English or German			Planned group size 1 student		Compulsory or optional module Compulsory module
Module owner(s) Prof. Dr. Daniel Porath			Course Bachelor Thesis with Colloquium		
1	Learning outcomes/competences After successfully completing the module Bachelor thesis, students will be able to ▪ work on a study-specific problem in the field of business using scientific methods. ▪ investigate a problem independently within a given period of time. ▪ analyse and evaluate the facts of their work in order to develop key questions. ▪ document their results in a comprehensible and structured written form. ▪ present and defend their work or results in a colloquium.				
2	Contents The problem investigated (see 1. Learning Outcomes) has to be related to the field of business/ management/economics. It can be ▪ a real problem for a company, ▪ an academic problem or ▪ a theoretical question.				
3	Teaching methods Seminar, coaching				
4	Requirements for participation /				
5	Rules of attendance /				



6	Form and scope of assessment/ examination Bachelor's thesis with colloquium (oral examination (§ 9 APO Bachelor & Master)) Weighting: Bachelor's thesis 80%, colloquium (oral examination) 20%, both components must be passed separately. Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment/examination Passed module Scientific Writing for the Bachelor Thesis
7	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module Bachelor Thesis with colloquium
8	Useability of module in other study programs
9	Relative weight of the module for final grade 12/147 (International Track), 12/162 (National Track)
10	Literature Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten, Bachelor- und Masterarbeiten des Fachbereichs Wirtschaft der Hochschule Mainz Guide to writing term papers, practical papers, Bachelor's and Master's thesis. Relevant literature on the respective subject area
11	Further information
12	Last modified 31.01.2025



Praxismodule (International Track)				
Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	30	24 Wochen	1 bis 6	beliebig
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
900		15		885
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
		1 Studierende / 1 Studierender		Pflichtmodul (International Track)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Daniel Porath		Praxismodul		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Modus Praxismodul sind die Studierenden in der Lage - erworbenen Studieninhalte aktiv in betriebswirtschaftlichen Unternehmen anzuwenden. - die praktische Relevanz der betriebswirtschaftlichen Konzepte und Theorien in konkreten Unternehmenssituationen zu erkennen. - Zusammenhänge zwischen theoretischem Wissen und der Praxis herzustellen. - ihr theoretisches Wissen auf betriebliche Kontexte zu übertragen und diese für die betriebliche Situation zu beurteilen.			
2	Inhalte Praktika in betriebswirtschaftlichen Bereichen und zu betriebswirtschaftlichen Fragestellungen: - Dauer 24 Wochen. Eine Aufteilung in Blöcke ist möglich. Jeder Block muss mindestens 4 Wochen umfassen. - Das Praktikum ist grundsätzlich in Vollzeit mit einer Mindestarbeitszeit von 35 Stunden pro Woche zu absolvieren. Vier Wochen ergeben 5 ECTS. Bei einer Teilzeittätigkeit werden in der Regel 150 Stunden mit 5 ECTS bewertet. - Die Praxiszeit ist in einem Unternehmen oder einer vergleichbaren Einrichtung zu erbringen und muss Bezug zum Studium, d.h. betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen aufweisen. - Bis zu 10 ECTS (8 Wochen Vollzeittätigkeit) können durch Programme karrierefördernder Maßnahmen für Internationale Studierende ersetzt werden, sofern entsprechende mit ECTS ausgestattete und von der Hochschule Mainz angebotene Module mit bestanden bewertet werden			



3	Lehrformen Individuelle Beratung der Studierenden
4	Teilnahmevoraussetzungen /
5	Regelungen zur Präsenz
6	Prüfungsart und -umfang Anfertigen einer Hausarbeit (Praxisbericht) entsprechend den Anforderungen an schriftliche, wissenschaftliche (Haus-) Arbeiten nach Abschluss (Bescheinigung) der vorgegebenen Praxiszeit.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)
9	Stellenwert der Note für die Endnote 0
10	Literaturhinweise Leitfaden zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten Relevante Fachliteratur zu dem jeweiligen Themenbereich
11	Sonstige Informationen
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025



Praxismodule (National Track)				
Kennnnnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	15	12 Wochen	1 bis 6	beliebig
Arbeitsaufwand (gesamt) (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
450		15		435
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
		1 Studierende / 1 Studierender		Pflichtmodul (National Track)
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Daniel Porath		Praxismodul		
1	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Modus Praxismodul sind die Studierenden in der Lage - erworbenen Studieninhalte aktiv in betriebswirtschaftlichen Unternehmen anzuwenden. - die praktische Relevanz der betriebswirtschaftlichen Konzepte und Theorien in konkreten Unternehmenssituationen zu erkennen. - Zusammenhänge zwischen theoretischem Wissen und der Praxis herzustellen. - ihr theoretisches Wissen auf betriebliche Kontexte zu übertragen und diese für die betriebliche Situation zu beurteilen.			
2	Inhalte Praktika in betriebswirtschaftlichen Bereichen und zu betriebswirtschaftlichen Fragestellungen: - Dauer 12 Wochen. Eine Aufteilung in acht und 4 Wochen ist möglich. - Das Praktikum ist grundsätzlich in Vollzeit mit einer Mindestarbeitszeit von 35 Stunden pro Woche zu absolvieren. Vier Wochen ergeben 5 ECTS. Bei einer Teilzeittätigkeit werden in der Regel 150 Stunden mit 5 ECTS bewertet. - Die Praxiszeit ist in einem Unternehmen oder einer vergleichbaren Einrichtung zu erbringen und muss Bezug zum Studium, d.h. betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen aufweisen.			
3	Lehrformen Individuelle Beratung der Studierenden			
4	Teilnahmevoraussetzungen /			



5	Regelungen zur Präsenz
6	Prüfungsart und -umfang Anfertigen einer Hausarbeit (Praxisbericht) entsprechend den Anforderungen an schriftliche, wissenschaftliche (Haus-) Arbeiten nach Abschluss (Bescheinigung) der vorgegebenen Praxiszeit.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)
9	Stellenwert der Note für die Endnote 0
10	Literaturhinweise Leitfaden zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten Relevante Fachliteratur zu dem jeweiligen Themenbereich
11	Sonstige Informationen
12	Zuletzt bearbeitet 31.01.2025