



WIRTSCHAFT
HOCHSCHULE MAINZ
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Modulhandbuch

Master of Science in Business Administration für Nicht- Wirtschaftswissenschaftler

HOCHSCHULE MAINZ - FACHBEREICH WIRTSCHAFT

Modulhandbuch

Inhalt

Modulstruktur	2
Schlüsselkompetenzen und Fächer	3
Semester 1	6
Grundlagen der Betriebswirtschaft	6
Grundlagen der Buchführung	8
Grundlagen der Kommunikation und Verhandlung	9
Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen.....	11
Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen.....	13
Kosten- und Leistungsrechnung.....	15
Personalmanagement: Personalmanagement & Organisation/ Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation.....	17
Semester 2.....	19
Wirtschaftswissenschaftliche Forschungsmethodik	19
Investition & Finanzierung	21
Informationsmanagement	23
Rechnungslegung und Jahresabschluss	25
Supply Chain Management.....	27
Marketing: Marketing Management/Unternehmensprojekt Marketing	29
Semester 3.....	31
Strategisches Management	31
Entwicklung von Führungskompetenz.....	33
Entrepreneurship und Unternehmensgründung	36
Unternehmensplanspiel.....	38
Controlling Controlling/Unternehmensprojekt Controlling.....	40
Semester 4.....	42
Internationale Exkursion (inkl. Managementseminar).....	42
Master-Arbeit plus Wissenschaft in der Praxis Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis/Master-Arbeit	44



WIRTSCHAFT
HOCHSCHULE MAINZ
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Modulhandbuch

Master of Science in Business Administration für Nicht- Wirtschaftswissenschaftler

HOCHSCHULE MAINZ - FACHBEREICH WIRTSCHAFT

Modulstruktur

Semester IV	Master-Arbeit plus wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis					Internationales Management-Seminar (mit Exkursion)	
	Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis	Master-Arbeit (inkl. Master-Seminar)					
30 ECTS / 5 SWS	1 SWS	27 ECTS	2 SWS			3 ECTS / 2 SWS	
Semester III	Strategisches Management	Entwicklung von Führungskompetenz	Entrepreneurship und Unternehmensgründung	Unternehmensplanspiel	Controlling		
					Teilmodul Controlling	Teilmodul Unternehmensprojekt Controlling	
30 ECTS / 18 SWS	6 ECTS / 4 SWS	6 ECTS / 4 SWS	6 ECTS / 3 SWS	6 ECTS / 3 SWS	3 SWS	6 ECTS / 1 SWS	
Semester II	Supply Chain Management	Investition und Finanzierung	Informationsmanagement	Rechnungslegung und Jahresabschluss	Wirtschaftswissenschaftliche Forschungsmethodik	Marketing	
						Teilmodul Marketing	Teilmodul Unternehmensprojekt Marketing
30 ECTS / 20 SWS	3 ECTS / 2 SWS	6 ECTS / 4 SWS	6 ECTS / 4 SWS	3 ECTS / 2 SWS	6 ECTS / 4 SWS	3 SWS	6 ECTS / 1 SWS
Semester I	Grundlagen & Methoden der BWL *)	Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen	Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen	Kosten- und Leistungsrechnung	Personalmanagement		
					Teilmodul Personalman. & Organisation	Teilmodul Unternehmensprojekt Personal & Org.	
30 ECTS / 19 SWS	6 ECTS / 3 SWS	6 ECTS / 4 SWS	6 ECTS / 4 SWS	6 ECTS / 4 SWS	3 SWS	6 ECTS / 1 SWS	
Total	*) jeweils 1 SWS: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Buchführung, Kommunikation und Verhandlung						
120 ECTS / 62 SWS							

Schlüsselkompetenzen und Fächer

Nr	Name	Selbstma- manage- nage- ment	Team- fähigkeit	Konflikt- fähigkeit	Kritik- fähigkeit	Entschei- schei- dungs- kompe- tenz	Präsen- tation	Rhetorik	Sprach- fähigkeit	Interkul- turelle Kompe- tenz	Medien- kompe- tenz	Em- pathie
101a	Grundlagen der BWL	✓		✓	✓	✓						
101b	Grundlagen der Buchführung											
101c	Grundlagen der Kommunika- tion und Verhandlung		✓	✓	✓	✓		✓				✓
102	Rechtliche Rahmenbedingun- gen untern. Entscheidungen					✓	✓	✓	✓	✓		
103	Volkswirtschaftliche Rahmen- bedingungen untern. Ent- scheidungen									✓		
104	Kosten- und Leistungsrech- nung					✓						
105	Personalmanagement Teilmo- dul: Personalmanagement & Organisation		✓	✓	✓	✓				✓		✓
105	Personalmanagement Teilmo- dul: Unternehmensprojekt Personal & Organisation	✓							✓			
201	Wirtschaftswissenschaftliche Forschungsmethodik	✓				✓		✓	✓		✓	
202	Investition & Finanzierung	✓				✓						

Schlüsselkompetenzen und Fächer (Business Administration)

Nr	Name	Selbstma- manage- nage- ment	Team- fä- higkeit	Konflikt- fä- higkeit	Kritik- fä- higkeit	Entschei- schei- dungs- kompe- tenz	Präsen- tation	Rhetorik	Sprach- fä- higkeit	Interkul- turelle Kompe- tenz	Medien- kompe- tenz	Em- pathie
203	Informationsmanagement					✓					✓	
204	Rechnungslegung und Jahres- abschluss					✓						
205	Supply Chain Management		✓		✓	✓	✓			(✓)		
206	Marketing Teilmodul: Marketing		✓				✓	✓	✓	✓		✓
206	Marketing Teilmodul: Unterneh- mensprojekt Marketing	✓							✓			
301	Strategisches Management		✓	✓		✓	✓			✓		
302	Entwicklung von Führungs- kompetenz	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓
306	Entrepreneurship und Unter- nehmensgründung	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
304	Unternehmensplanspiel	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
305	Controlling Teilmodul: Controlling				✓	✓						
305	Controlling Teilmodul: Unterneh- mensprojekt Controlling	✓							✓			
402	Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis	✓					✓	✓				
402	Master-Arbeit (einschließlich	✓			✓				✓		✓	

Nr	Name	Selbstma- manage- ment	Team- fähigkeit	Konflikt- fähigkeit	Kritik- fähigkeit	Entschei- dungs- kompe- tenz	Präsen- tation	Rhetorik	Sprach- fähigkeit	Interkul- turelle Kompe- tenz	Medien- kompe- tenz	Em- pathie
	Master-Seminar)											
401	Internationale Exkursion (inkl. Managementseminar)	✓							✓	✓		

Semester 1

Grundlagen der Betriebswirtschaft					
Kenn- nummer	Workload	ECTS Punkte	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
101a	60 h	2	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen der Betriebswirtschaft	Kontaktzeit 15 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden gewinnen einen grundlegenden Überblick über die BWL. Sie lernen wichtige etablierte Konzepte der BWL kennen und entwickeln eine managementorientierte Perspektive. Sie üben Selbstmanagement und entwickeln ihre Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenzen.				
3	Inhalte Gegenstand und Wissenschaftsprogramm der BWL Wichtige theoretische Ansätze Unternehmen und Umwelt- Unternehmensgenese Konstitutive Entscheidungen Überblick über die betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen Management als integratives Konzept- Management und Führung				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit kleineren Fallstudien und Fallbeispielen statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Klausur				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung Dieses Modul ist Teilmodul des Moduls „Grundlagen & Methoden der BWL“.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –				
9	Stellenwert der Note für die Endnote				

	2/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Herbert Paul
11	Sonstige Informationen Literatur Brockhoff, K.: Betriebswirtschaft in Wissenschaft und Geschichte, Wiesbaden Robbins, S.P., Coulter, M.: Management, 9. Aufl., Upper Saddle River, NJ, USA Schreyögg, G., Koch, J.: Grundlagen des Managements, Wiesbaden Thommen, J.-P., Achleitner, A-K.: Allgemeine Betriebswirtschaft, Wiesbaden Vahs, D., Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaft, Stuttgart Jeweils neueste Auflage.

Grundlagen der Buchführung					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
101b	60 h	2	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen der Buchführung	Kontaktzeit 15 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden lernen die Notwendigkeit und Bedeutung der Buchführung kennen. Sie beherrschen Buchungstechnik und können Einzelbuchungen vornehmen. Sie können Bestands- und Erfolgskonten unterscheiden. Sie führen Eröffnung, Führung und Abschluss von Einzelkonten durch. Sie nehmen den Abschluss der Einzelkonten über Bilanz und GuV-Rechnung vor.				
3	Inhalte Grundlagen der Buchführung (Gesetzliche Grundlagen zu Inventur, Inventar und Bilanz; Eröffnung und Abschluss von Bestandskonten; Erfolgskonten und Erfolgsvermittlung; Buchungsfeld "Umsatzsteuer", "Vorsteuer" und Zahllastermittlung; Buchungen im Ein- und Verkaufsbereich, Sachanlagenbereich, Personalbereich, etc.; Buchungsfeld "Abschreibungen"; Gewinn- und Verlustrechnung mit Bestandsveränderungen an fertigen und unfertigen Erzeugnissen; Organisation der Buchführung) Abschlussarbeiten in der Buchhaltung (Jahresabschluss) (Sonstige Forderungen und sonstige Verbindlichkeiten; Aktive- und passive Rechnungsabgrenzungen; Rückstellungen)				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Fallstudien, ausgewählten Übungen und Fragen statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen –				
6	Prüfungsformen Klausur				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung Dieses Modul ist Teilmodul des Moduls „Grundlagen & Methoden der BWL“.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –				

9	Stellenwert der Note für die Endnote				
	2/105				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				
	Birgit Mertes				
11	Sonstige Informationen				
	Literatur				
	Schmolke, S., Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen, Darmstadt, Winklers-Verlag.				
	Jeweils neueste Auflage				
Grundlagen der Kommunikation und Verhandlung					
Kenn- nummer	Workload	ECTS Punkte	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
101c	60 h	2	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Grundlagen der Kommunikation und Verhandlung	15 h		45 h	30 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	Die Studierenden kennen grundlegende Theorien und effektive Techniken und Methoden der Kommunikation. Im Fokus stehen u. a. die geläufigen Kommunikationsmodelle von Schulz von Thun und Gordon. Darüber hinaus sind Teilaspekte der Kommunikation wie Fragetechniken, Feedback, Killerphrasen und Einwandbegegnungen bekannt. Die grundlegenden Theorien sowie effektive Techniken und Methoden der Kommunikation erlernen die Studierenden anhand zahlreicher Arbeitspapiere sowie in Übungen.				
	Für Verhandlungen lernen die Studierenden, psychologische Grundlagen zu beachten, die Interessen beider Verhandlungsparteien zu berücksichtigen und so gemeinsam zu einer Lösung des zu verhandelnden Sachproblems zu kommen.				
3	Inhalte				
	Sender-Empfänger-Modell der Kommunikation				
	4-Seiten der Nachricht				
	passives und aktives Zuhören, Fragetechniken				
	Ichbotschaften				
	Kommunikationsstörungen, schwierige Kommunikationssituationen				
	Grundlagen der Verhandlungstechnik: Ziele und Spielräume, Vorbereitung, partnerschaftliche Konflikt- und Problemlösung				

	Umgang mit Einwänden; Killerphrasen
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.
5	Teilnahmevoraussetzungen -
6	Prüfungsformen Hausarbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung Dieses Modul ist Teilmodul des Moduls „Grundlagen & Methoden der BWL“.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Norbert Rohleder
11	Sonstige Informationen Literatur Fisher, R., Ury, W., Patton, B.: Das Harvard-Konzept: Der Klassiker der Verhandlungstechnik, Frankfurt: Campus Kürsteiner, P.: Reden, vortragen, begeistern: Vorträge und Reden effektiv vorbereiten und professionell präsentieren, Weinheim: Beltz Schulz von Thun, F., Ruppel, J. & Stratmann, R.: Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, Hamburg: Rowohlt Simon, Walter: Gabals großer Methodenkoffer. Grundlagen der Kommunikation, Gabal: Offenbach Jeweils neueste Auflage

Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
102	180 h	6	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen <p>Die Studierenden erarbeiten juristische Grundlagen für Prozess und Struktur von Entscheidungsfindungsverfahren.</p> <p>Die Studierenden erfahren eine systematische Erfassung der Rechtsquellen und ihrer Ordnungsfunktion. Sie entwickeln ein Verständnis der Wechselwirkung von Politik und Recht, von Privatautonomie und ihren rechtlichen Grenzen, von grundfreiheitlicher Wirtschaftstätigkeit und den präventiven und repressiven Schutzmechanismen des Staates.</p> <p>Die Studierenden erfahren eine systematische Erfassung der Finanzierung staatlicher Aufgaben und Grenzen der wirtschaftlichen Betätigung des Staates. Sie entwickeln ein Verständnis der Vertragsgestaltung und erlernen eine systematische Erfassung der Vertragstypen, des Gesellschaftsrechts mit Unternehmenskauf, Privatisierung und Verständnis der kaufmännischen Grundsätze und privatrechtlichen Grundlagen gewerblichen Handelns. Sie systematisieren Rechtsbeziehungen zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, Arbeitnehmerschutz und Grundlagen der Mitbestimmung sowie Verfahrensweisen zur kollektiven Streitschlichtung.</p> <p>Sie entwickeln überzeugende Argumentationen, präsentieren Stellungnahmen und vertreten diese in Diskussionen.</p>				
3	Inhalte <p>Das Recht</p> <p>(Entstehung und politische Funktion des Rechtes; Abgrenzung Rechtsquellen, sonstige ethische Verhaltensregeln; Abgrenzung öffentliches, privates Recht; Quellen, Organe; Internationales, europäisches, nationales Recht; Aufgaben, Befugnisse von Gesetzgebung, Verwaltung, Gerichten; Territorialprinzip)</p> <p>Wirtschaftsverwaltungsrecht</p> <p>(Gewerbe; Eingriffsbefugnisse des Staates; System der Gewerbeaufsicht, des Sicherheits- und Ordnungsrecht; Rechtsschutz des Bürgers; Umwelt, Abgaben; Grundlagen des Schutzes der Lebensgrundlage; Einzelgesetzliche Ausformung des Umweltschutzes; Schutzmechanismen, Schutzobjekt; Abgabenarten - Steuern, Beiträgen, Gebühren, Sonderabgaben - , PPP public private partnership)</p>				

	<p>Privatrechtsgestaltung</p> <p>(Verträge; Vertragsarten, Leistungsstörung; Rechtswahlklauseln; Handel, Gesellschaften; Personen-, Kapitalgesellschaften; Übertragung von Gesellschaftsanteilen; Vertretung der Kapitalgesellschaft)</p> <p>Arbeitsrecht</p> <p>(Individualarbeitsrecht; Arbeitsvertragliche Rechte und Pflichten, Zielvereinbarungen; Geschützter Rechtskreis des Arbeitnehmers; Kündigungsschutz; spezieller Arbeitnehmerschutz; Betriebsübergang; Kollektivarbeitsrecht; Tariffähigkeit; Außerprozessuale Streitschlichtung)</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit ausgewählten Aufsätzen und Gesetzen statt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>-</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Referate und optional eine Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>–</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/105</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Martin Meißner</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Sammlung der pre-readings mit den Aufsätzen (wird gestellt) und Gesetze für die Wirtschaft, Nomos Baden Baden</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
103	180 h	6	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen <p>In diesem in englischer Sprache stattfindenden Modul erkennen die Studierenden die wesentlichen wirtschaftlichen Koordinierungsmechanismen einer Marktwirtschaft. Sie erkennen, inwieweit unternehmerisches Tun in den wirtschaftspolitischen Rahmen eingebunden ist und inwieweit unternehmerische Tätigkeit das politische und soziale Umfeld beeinflusst. Sie lernen, zwischen unternehmerischen und gesamtwirtschaftlichen Zielen zu unterscheiden und auftretende Zielharmonien und -konflikte systematisch abzuleiten. Sie kennen die nationalen, inter- und supranationalen Akteure der Wirtschaftspolitik. Sie lernen die wesentlichen ordnungs-, geld- und fiskalpolitischen Instrumente theoretisch fundiert zu analysieren.</p> <p>Zu jeder Veranstaltung sind Übungsaufgaben oder Fallstudien in Kleingruppen zu bearbeiten. Ergebnisse sind zu präsentieren und müssen kritischer Hinterfragung standhalten.</p> <p>Darüber hinaus entwickeln sie ihre Fähigkeiten zur Teamarbeit und zum Arbeiten in der englischen Sprache weiter.</p>				
3	Inhalte <p>Methodische Grundbegriffe, Grundtatbestände des Wirtschaftens, Wirtschaftssysteme, Unternehmerischer Wettbewerb und ordnungspolitischer Rahmen</p> <p>Das Marktsystem: Angebot und Nachfrage; die Messung von Angebots- und Nachfrageänderungen mit Hilfe von Elastizitäten;</p> <p>Die Grenzen des Marktes: Externe Effekte und asymmetrische Informationen als Beispiele für Marktversagen; staatliche Regulierung als Mittel zur Effizienzerhöhung.</p> <p>Koordination von Angebot und Nachfrage durch den Preismechanismus in Abhängigkeit von der Marktstruktur: Einblicke in die Kostentheorie und deren Anwendung in der Wettbewerbspolitik Deutschlands und der EU.</p> <p>Grundlagen makroökonomisch fundierter Wirtschaftspolitik in Europa: Zur Rolle der Geld- und Fiskalpolitik in der Europäischen Union, insbesondere in der Eurozone.</p>				
4	Lehrformen <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Übungen und Fallstudien statt. Leitfaden</p>				

	ist ein "Syllabus", der den Studierenden für jede Veranstaltung einen Lektüreleitfaden, Übungen bzw. Fallstudien und Hinweise zur Klausurvorbereitung zur Hand gibt.
5	Teilnahmevoraussetzungen –
6	Prüfungsformen „Mini Cases“ und Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ulrich Schüle
11	Sonstige Informationen Literatur Mankiw, N. G.; Taylor, M. P., Ashwin, A.: Business Economics, Cengage. PNG, I., Lehman, D.: Managerial Economics, Blackwell Publishing. Jeweils neueste Auflage Fallstudien aus der aktuellen Wirtschaftspolitik

Kosten- und Leistungsrechnung					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
104	180 h	6	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Kosten- und Leistungsrechnung	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden werden in die Kosten- und Leistungsrechnung eingeführt und kennen deren Bedeutung für die erfolgsorientierte Steuerung von Unternehmen. Sie kennen und verstehen Aufgaben, Teilbereiche und Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie erlangen die Fähigkeit zur Nutzung relevanter Kosteninformationen zur Planung, Kontrolle und Entscheidungsfindung im Unternehmen, insbesondere zur Kalkulation betrieblicher Leistungen, zur kurzfristigen Erfolgsermittlung und zur Ermittlung entscheidungsrelevanter Kosten für kurz- und langfristige Entscheidungen. Die integrierten Übungen helfen den Studierenden beim Verständnis des Stoffs. Sie bearbeiten diese alleine bzw. – insbesondere die komplexeren Fälle – in Gruppen. Hierdurch verbessern die Studierenden ihre Fähigkeiten, sich arbeitsteilig in einem Team zu organisieren und gemeinsam. Die Studierenden erwerben die Kompetenz, mit den grundlegenden Teilbereichen und Systemen der Kostenrechnung zu arbeiten. Die ermittelten Ergebnisse können sie beurteilen.				
3	Inhalte Aufgaben und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung Kostenartenrechnung Kostenstellenrechnung Kostenträgerrechnung (Kalkulation und Kurzfristige Erfolgsrechnung) Deckungsbeitragsrechnung (Teilkostenrechnung) Plankostenrechnung Von der Kostenrechnung zum Controlling				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Fallstudien, Folien und Übungsaufgaben statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagen & Methoden der BWL (insbesondere Grundlagen der Buchführung)				
6	Prüfungsformen				

	Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Karl Heinz Wöbbeking
11	Sonstige Informationen Literatur Coenenberg, A. G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart Deyhle, A.; Hauser, M.; Controller-Praxis; Bd. I, Bd. II; Offenburg, Wörthsee Fischbach, S.: Grundlagen der Kostenrechnung, Landsberg/Lech Freidank, C.-C.: Kostenrechnung, München-Wien Freidank, C.-C., Fischbach, S.: Übungen zur Kostenrechnung, München-Wien Haberstock, L.: Kostenrechnung I - Einführung, Hamburg Küpper, H.-U. u.a.; Übungsbuch zur Kosten- und Leistungsrechnung; München Schweitzer, M., Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München Jeweils neueste Auflage

Personalmanagement: Personalmanagement & Organisation/ Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation					
Kenn- nummer	Workload	ECTS Punkte	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
105	180 h	6	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Personalmanagement & Organisation Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation	Kontaktzeit 45 h 15 h	Selbststudium 80 h 40 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende 10 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Teilmodul Personalmanagement & Organisation Die Studierenden lernen die wesentlichen Funktionen, Strukturen und Aufgabenbereiche des Human Resource Managements im Unternehmen kennen. Sie erhalten einen Überblick über die wichtigsten Gestaltungsfaktoren und -bereiche des Human Resource Managements. Sie gewinnen einen Einblick in die Grundlagen der Aufbau- und Ablauf-/Prozessorganisation Teilmodul Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation Die Studierenden bearbeiten eigenständig eine betriebliche Problemstellung aus dem Modul Personalmanagement & Organisation und wenden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung eines umsetzungsfähigen Lösungsansatzes an.				
3	Inhalte Teilmodul Personalmanagement & Organisation Geschichte, gesellschaftliche und betriebliche Rahmenbedingungen des Human Resource Managements Strategische und operative Perspektiven des Human Resource Managements Aufgabenbereiche und organisatorische Alternativen von Human Resource Management Personalmarketing, Personalbeschaffung, Personalauswahl Management Development und Führung Internationale Perspektiven des Human Resource Management Strukturen der Aufbau- und Ablauf-/Prozessorganisation Teilmodul Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation Abhängig von der Themenstellung				

4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Fachliteratur, Fallstudien, Rollenspielen, Einzel- und Gruppenübungen, Videosequenzen statt.
5	Teilnahmevoraussetzungen -
6	Prüfungsformen Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 3/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Rüdiger Nagel
11	Sonstige Informationen Literatur Scholz, C.: Personalmanagement. Oldenbourg Schreyögg, G.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. Gabler. Jeweils aktuelle Auflage

Semester 2

Wirtschaftswissenschaftliche Forschungsmethodik					
Kenn- nummer	Workload	ECTS Punkte	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
201	180 h	6	2. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftswissenschaftliche Forschungsmethodik	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse/Kompetenzen <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden in der Betriebswirtschaftslehre verwendeten Forschungsmethoden und können diese zur Lösung praktischer Managementprobleme eigenständig anwenden.</p> <p>Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Arbeiten zu strukturieren sowie ihre Anfertigung zu planen und durchzuführen, insbesondere auf die Erstellung von Hausarbeiten und der Master-Arbeit.</p> <p>Die Studierenden haben Kenntnisse in der Anwendung von Statistiksoftware und in der Interpretation entsprechender Outputs.</p>				
3	Inhalte <p>Einführung in wissenschaftliches Arbeiten (Qualitativer Teil, Umfang 25%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftstheoretische Grundlagen • Forschungsansätze • Strukturierung und Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse <p>Quantitative Verfahren (Umfang 75%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methoden der Datenerhebung • Datenauswertung <p>Multivariate Analyseverfahren</p>				
4	Lehrformen <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit einem Leitfaden der Assistenten, Folien, Fällen statt.</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Vorausgesetzt werden Kenntnisse der statistischen Methodenlehre auf Bachelorniveau. Ein entsprechender Vorkurs wird angeboten</p>				

6	Prüfungsformen Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur/Hausarbeit/Präsentation (wird zu Semesterbeginn im Lehrplan spezifiziert)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Qualitativer Teil Prof. Dr. Kai Wiltinger Quantitativer Teil: Prof. Dr. Christian Menn, Prof. Dr. Daniel Porath, Prof. Dr. Hannes Spengler
11	Sonstige Informationen Literatur: Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung Kähler, W.: Statistische Datenanalyse, Vieweg-Verlag Koeder, K., Studienmethodik, Vahlen Lind, D., Marchal, W., Wathen, S.: Statistical Techniques in Business & Economics, McGraw-Hill Salvatore, D., Reagle, D.: Schaum's Outline of Statistics and Econometrics, McGraw-Hill Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A.: Research Methods for Business Students, Essex. Pearson Education Schulze, P.M., Porath, D.: Statistik mit Datenanalyse und ökonomischen Grundlagen, Oldenbourg Wiltinger, A., Wiltinger, K.: Wissenschaftliches Arbeiten, Cuvillier Jeweils neueste Auflage.

Investition & Finanzierung					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
202	180 h	6	2. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Investition & Finanzierung	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden erhalten einen umfassenden und anwendungsorientierten Überblick über die Instrumente zur Gestaltung der Vermögens- und Kapitalstruktur einer Unternehmung.				
3	Inhalte Ziele der betrieblichen Investitions- und Finanzpolitik (Traditionelle Ziele; Wertorientierte Ziele) Investitionsentscheidungen (Investitionsplanung; Statische Investitionsrechnungsmethoden; Dynamische Investitionsrechnungsmethoden; Unternehmensbewertung) Finanzierungsentscheidungen (Beteiligungsfinanzierung; Kreditfinanzierung; Innenfinanzierung; Finanzderivate)				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Arbeitsblättern zwecks Vertiefung statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen –				
6	Prüfungsformen Klausur				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Hans Paul Becker				

11	Sonstige Informationen Literatur Becker, H.-P.; Investition & Finanzierung, Gabler Verlag, Wiesbaden Becker, H.-P.; Peppmeier, A.; Bankbetriebslehre, Kiehl Verlag, Ludwigshafen Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A. W.; Finanzwirtschaft der Unternehmung, Franz Vahlen Verlag, München Steiner, M.; Bruns, C.; Wertpapiermanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart Jeweils neueste Auflage.
-----------	--

Informationsmanagement					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
203	180 h	6	2. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Informationsmanagement	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen</p> <p>The module enables students to develop an understanding of roles and essential tasks of information management in today's corporations. The role of IT is not primarily seen from a technical point of view but from managerial perspective. New opportunities for businesses through increased use of IT as well as the related limitations and risks will be considered.</p> <p>Seen from the view of a CIO (Chief Information Officer) the module intends to help the students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Learn how organisations use information and communication to meet business objectives • Understand the purposes, the successes and the shortcomings of IT-solutions and -systems • Understand the major tasks of Corporate/Company IT and its roles and responsibilities within the organisation • Develop skills in discussing technological matters • Gain expertise in the effective and efficient use of applications • Identify costs and benefits of IT-driven solutions. 				
3	<p>Inhalte</p> <p>IT and Business; Introduction/Trends and Challenges</p> <p>Infrastructure and Operations</p> <p>Business Processes</p> <p>Application Systems incl. eBusiness</p> <p>IT-Governance: Organizing and Managing IT</p> <p>IT Technologies for Managers: Data Extraction, Data Analysis, Decision Tools</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>–</p>				
6	<p>Prüfungsformen</p>				

	Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Christian Petri
11	Sonstige Informationen Literatur Laudon, K.C., Laudon, J.P., Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Prentice Hall Jeweils neueste Auflage.

Rechnungslegung und Jahresabschluss					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
204	90 h	3	2. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Rechnungslegung und Jahresabschluss	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 60 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Den Studierenden werden finanzwirtschaftliche Grundkenntnisse, Begriffe und Zusammenhänge vermittelt. Die Studierenden können einen Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Anhang – erstellen, lesen und analysieren und wissen, welche Aufgaben und Inhalte dem Lagebericht zukommen. Anhand komplexer Unternehmensgegebenheiten können sie wichtige Instrumente der Rechnungslegung einer Unternehmung ableiten und erstellen. Den Jahresabschluss können sie zur Fundierung von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen nutzen. Sie sind in der Lage, Unterschiede zwischen HGB, IAS und US-GAAP herauszuarbeiten.				
3	Inhalte Aufgaben und Rechtsgrundlagen der Rechnungslegung Bilanzierung Bewertung (Bewertungsverfahren; Bewertungsmaßstäbe; Bewertung des Betriebsvermögens; Anlagevermögen; Umlaufvermögen; Verbindlichkeiten/Rückstellungen) Jahresabschlusspolitik Jahresabschlussanalyse (Analyse der Bilanz; Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung; Analyse des Bilanzberichts) Internationale Rechnungslegung				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Einzelmaterialien, Fragen und Fällen statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen –				
6	Prüfungsformen Klausur				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Christian Hüller
11	Sonstige Informationen Literatur Handtke, H.: Handels- und steuerrechtlicher Jahresabschluss, München, Hanser-Verlag Wedell, H.: Grundlagen des Rechnungswesens, Bd. 1, Herne, NWB-Verlag Studium von Kommentaren wie ADS oder WP-Handbuch, Studium von Zeitschriften wie BBK oder Praxis des Rechnungswesens (Loseblattsammlung) Jeweils neueste Auflage.

Supply Chain Management					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
205	90 h	3	2. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Supply Chain Management	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 60 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen <p>Die Studierenden sind in der Lage, Managementfunktionen in der Lieferkette (Supply Chain) zu übernehmen, indem sie die grundlegenden Prozesse in Beschaffung, Produktion und Logistik kennen und verstehen. Sie kennen die Probleme, die in komplexen Lieferketten aufgrund der Dispositionsprozesse entstehen, und können sie lösen. Das Konzept „Supply Chain Management“ (SCM) verstehen sie und können es anwenden. Spezifische Probleme und Methoden des SCM kennen sie und können sie adäquat behandeln.</p> <p>Durch die Bearbeitung von Fallstudien in Gruppen werden die Schlüsselkompetenzen Team-, Konflikt- und Kritikfähigkeit entwickelt. Das Präsentieren vor einer Gruppe wird eingeübt. Durch die Bearbeitung internationaler Fallstudien wird die interkulturelle Kompetenz erweitert.</p>				
3	Inhalte Systemverhalten von Liefer- und Absatzketten Prognosen Bestandsmanagement Grundlagen Beschaffung, Produktion und Logistik Einführung in das Konzept Supply Chain Management Supply Chain Operations Reference-Model und seine Anwendung Spezielle Konzepte wie CPFR, VMI IT-Konzepte SCM Kontrolle und KPI Fallstudien und externe Praxisvorträge				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Elemente sind Vorlesungsteile, Übungen, Diskussionen, die Simulation einer Lieferkette und ihres Verhaltens sowie Fallbearbeitungen und Präsentationen.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				

	Grundlagen & Methoden der BWL
6	Prüfungsformen Fallbearbeitung, Präsentation und/oder Klausur (wird im Syllabus spezifiziert)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Volrad Wollny
11	Sonstige Informationen Literatur Busch, A.: Dangelmaier, W.: Integriertes Supply Chain Management, Gabler Verlag, Wiesbaden Chopra, S., Meindl, P.: Supply Chain Management, Prentice Hall International Fandel, G. u.a.: Supply Chain Management: Strategien – Planungsansätze – Controlling, Springer Thonemann, U.: Operations Management. Pearson Verlag., München Jeweils neueste Auflage

Marketing: Marketing Management/Unternehmensprojekt Marketing					
Kenn- nummer	Workload	ECTS Punkte	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
206	180 h	6	2. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Marketing	45 h	80 h	30 Studierende	
	Unternehmensprojekt Marketing	15 h	40 h	10 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	Teilmodul Marketing				
	Die Studierenden erwerben Kenntnisse für die Entwicklung und Umsetzung von Marketing-Strategien und den Einsatz des Marketing-Instrumentariums. Ihnen wird eine ganzheitliche Betrachtung im Rahmen des Integrierten Marketings vermittelt. Aktuelle Ansätze (Online-Marketing, CRM) lernen sie mit dem entsprechenden Marketing-Instrumentarium kennen und einordnen. Anhand von Fallstudien erlernen sie praktische Umsetzung der gelernten Methoden.				
	Durch die Gruppenarbeiten werden die Teamfähigkeit gesteigert und Präsentationstechniken sowie rhetorische Fähigkeiten geübt.				
	Teilmodul Unternehmensprojekt Marketing				
	Die Studierenden bearbeiten eigenständig eine betriebliche Problemstellung aus dem Modul Marketing Management und wenden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung eines umsetzungsfähigen Lösungsansatzes an.				
3	Inhalte				
	Teilmodul Marketing				
	Grundlagen und Marketingmix (Marketing-Konzept; Kontrahierungspolitik; Produkt- und Sortimentspolitik; Distributionspolitik; Kommunikationspolitik)				
	Informationsbasis, strategische Planung und Controlling (Konsumentenverhalten; Marktforschung; Marketing-Planung und -Organisation; Marketing-Strategien; Marketing-Controlling)				
	Interaktives Marketing (Dialogmarketing; Database-Marketing; Customer Relationship Management; E-Marketing)				
	Teilmodul Unternehmensprojekt Marketing				
	Abhängig von der Themenstellung				

4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Übungsaufgaben und Fallstudien statt.
5	Teilnahmevoraussetzungen –
6	Prüfungsformen Teilmodul Marketing: Klausur Teilmodul Unternehmensprojekt Marketing: Hausarbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 3/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Heinrich Holland
11	Sonstige Informationen Literatur Kotler, P., Marketing Management, The Millennium Edition, Upper Saddle River Holland, H., Direktmarketing, München Holland, H. (Hrsg.), Der Dialog mit dem Kunden im digitalen Zeitalter, Wiesbaden Jeweils neueste Auflage.

Semester 3

Strategisches Management					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
301	180 h	6	3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Strategisches Management	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen <p>Die Studierenden erwerben Kenntnisse in der Beurteilung der strategischen Ausgangslage, der Entwicklung von Strategiealternativen, der Alternativen-Auswahl und der strategischen Implementierung. Die Studierenden gewinnen eine ganzheitliche Perspektive der Unternehmung und ihrer Einbettung in die Umwelt.</p> <p>Die Studierenden verbessern ihre analytischen Fähigkeiten sowie ihr Beurteilungsvermögen. Im Bereich der Schlüsselkompetenzen trainieren sie über Gruppenarbeiten Team- und Präsentationsfähigkeiten, für die gesamte Vorlesung zusätzlich Kritikfähigkeit, Entscheidungs- und interkulturelle Kompetenzen</p>				
3	Inhalte Einführung in das strategische Management Ziele, Werte und Unternehmensleistung Die externe Umwelt, Industrie und Wettbewerb Ressourcen und Kompetenzen als Basis für Wettbewerbsvorteile Vom Wettbewerbsvorteil zur Wettbewerbsstrategie Strategien für Unternehmen mit mehreren Geschäftsfeldern Vertikale Integration und Diversifikation Globale Strategien und multinationale Unternehmen Strategierealisierung Externes Wachstum und Mergers & Acquisitions				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Skript, Übungsaufgaben und Fallstudien statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse der funktionalen Teilgebiete der Betriebswirtschaft				

6	Prüfungsformen Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Herbert Paul
11	Sonstige Informationen Literatur Grant, M.: Contemporary Strategy Analysis, Malden MA USA/Oxford UK Grünig, R./Kühn, R.: Methodik der strategischen Planung, Bern et al Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen. Ziele – Prozesse – Verfahren. Wiesbaden Johnson, G. et al.: Exploring Corporate Strategy, 8. Aufl., London et al. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J.: Strategy Safari: The Complete Guide through the Wilds of Strategic Management, London et al. Müller-Stewens, G., Brauer, M.: Corporate Strategy & Governance, Stuttgart Jeweils neueste Auflage

Entwicklung von Führungskompetenz					
Kenn- nummer	Workload	ECTS Punkte	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
302	180 h	6	3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Entwicklung von Führungskompetenz	Kontaktzeit 60 h		Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse zum Thema Führung und wenden diese an. Sie reflektieren ihr eigenes (Führungs-)Verhalten. Sie analysieren Führungssituationen und lösen typische Problemstellungen im Organisationsumfeld eigenständig. Sie erkennen Führungsideologien und reflektieren diese. Sie steigern ihre Sensibilität für führungspsychologische Zusammenhänge in Organisationen. Sie stärken ihr Selbstmanagement, ihre Sprachfähigkeit und ihre Teamfähigkeit und trainieren Konfliktfähigkeit, Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenz. Sie erkennen die Bedeutung von Kommunikation in der Führung im nationalen und internationalen Umfeld.				
3	Inhalte Einige Grundbegriffe aus der Führungsforschung Wesentliche Führungstheorien und –modelle und deren Entstehung Führungsideologien Wichtige Konzepte/Modelle aus Psychologie und Pädagogik (Führungskräfteauswahl; Persönlichkeitsdiagnostik; Intelligenz/emotionale Intelligenz/ Kreativität) Kommunikation als Führungskraft (Verbale – nonverbale Kommunikation; NLP) Konfliktmanagement/Mediation Entwicklung von Führungskompetenz in Beispielen Motivation Die kulturelle Dimension von Führung und Kommunikation Führungsethik				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Skripten, Fallstudien, Übungen und einer (Gruppen-)Kurzpräsentation statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen –				

6	Prüfungsformen Regelmäßige Teilnahme an der Vorlesung + bestandene Modulprüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Thilo Macharowsky/ Natascha Nickolaus
11	Sonstige Informationen Literatur <i>Führung</i> Rosenstiel, L. von; Molt, W.; Rüttinger, B.: Organisationspsychologie, Stuttgart, Kohlhammer, insbesondere Kapitel 7: Führung in Organisationen Neuberger, O.: Führen und führen lassen, Lucius und Lucius, 2002 Malik, F.: Führen – Leisten – Leben, Wirksames Management für eine neue Zeit, Stuttgart/München, DVA. <i>Persönlichkeit und Motivation</i> Zimbardo, P. G.; Gerrig, R. J.: Psychologie, Berlin, Springer, insbesondere Kapitel 7.1 und 7.4: Motivation und Leistungsmotivation sowie Kapitel 11: Persönlichkeit <i>Kommunikation</i> Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden 1, Störungen und Klärungen, Reinbek, Rowohlt Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden 2, Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung, Reinbek, Rowohlt Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden 3, Das „Innere Team“ und situationsgerechte Kommunikation, Reinbek, Rowohlt Schulz von Thun, F.; Ruppel, J.; Stratmann, R.: Miteinander Reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, Reinbek, Rowohlt <i>Kommunikation und Führungsethik</i> Lay, R.: Dialektik für Manager, Methoden des erfolgreichen Angriffs und der Abwehr, München, Ullstein <i>Motivation</i> Cube, F. von: Lust an Leistung, Die Naturgesetze der Führung, München, Piper Csikszentmihalyi, Mihaly: Flow, Das Geheimnis des Glücks, Stuttgart, Klett-Cotta Rosenstiel, L. von: Motivation managen, Psychologische Erkenntnisse ganz praxisnah, Weinheim,

	<p>Beltz</p> <p><i>Führungsethik</i></p> <p>Lay, Rupert: Weisheit für Unweise, München, Econ.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
--	---

Entrepreneurship und Unternehmensgründung					
Kennnummer	Workload	ECTS-Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
306	180 h	6	3. Semester	einmal pro Studienjahr	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Entrepreneurship und Unternehmensgründung	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learningoutcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Lehrveranstaltung bietet einen umfassenden und interdisziplinären Überblick über das Thema Gründung und Unternehmertum. Anhand anerkanntem und aktuellen Forschungs- und Praxiswissen als auch durch Einbeziehung von Experten aus der Gründungs- und Beratungsszene werden die Grundkonzepte des Entrepreneurship sowie die wesentlichen sowie weitere vertiefende Aspekte für ein erfolgreiches unternehmerisches Engagement gerade für Nicht-Wirtschaftswissenschaftler erläutert.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden lernen die notwendigen theoretischen und praktischen Grundlagen im Kontext von Unternehmertum und des erfolgreichen Gründungsprozesses, um Ziele und Struktur eines Unternehmens in seiner Gesamtheit überschauen zu können. • Die Studierenden sollen die Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen den verschiedenen Teildisziplinen aus Betriebswirtschaft, Ökonomie, Soziologie und Verhaltenswissenschaft kennen lernen und dies an konkreten Fallbeispielen widerspiegeln und vertiefen. • Die Studierenden sollen die Vorteile und Grenzen unternehmerischen Handelns auch in verschiedenen Aspekten sowie anderer Sektoren erfahren und beurteilen können. • Die Studierenden sollen die sich Schlüsselkompetenzen hinsichtlich unternehmerischen Denkens aneignen und erfahren, wie Dritte Geschäftspläne bewerten. 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Zuerst wird auf das Thema eingestimmt, eine intensive Einführung in Modellen, Umsetzung und Perspektiven des Unternehmertums gegeben, die praktische und inhaltliche Vorgehensweise, Ablauf und Organisation während der Lehrveranstaltung erklärt, ebenso sind didaktisch geführte Diskussionen bei den Vorschlägen und den Fallbeispielen und Expertengesprächen vorgesehen.</p> <p>A. Grundmodelle von Entrepreneurship B. Wege zum Entrepreneurship C. Umsetzung der Pläne in die Tat D. Erfolgskriterien und Einflussfaktoren E. Formen und Strukturen sowie Instrumente der Unternehmensgründung</p>				

	F. Entrepreneurship im erweiterten Kontext
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil mit Expertenvorträgen (+ Exkursionsterminen bei Bedarf)
5	Teilnahmevoraussetzungen —
6	Prüfungsformen Schriftliche Prüfung (Hausarbeit) in Form individueller und/oder Teampräsentationen
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) —
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Elmar D. Konrad
11	Sonstige Informationen Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus bekanntgegeben. Literaturauswahl (Jeweils neueste Auflage) Fueglistaller, U., Müller, C. & Volery, T. (2008): Entrepreneurship. Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Wiesbaden: Gabler. Hundt, I. & Neitz, B. (2001): Businesspläne für kleine und mittlere Unternehmen. München: Vahlen. Kerckhoff, Elisabeth et al. (2004): Generationswechsel in mitteständischen Unternehmen. Mannheim: von Loeper. Klandt, Heinz (1999): Gründungsmanagement – der integrierte Unternehmensplan. München: Oldenbourg. Konrad, Elmar (2005): Aspekte erfolgreicher Unternehmensgründung. Münster: Waxmann. Konrad, Elmar (2010): Kulturmanagement und Unternehmertum. Stuttgart: Kohlhammer. Nathusius, Klaus (2001): Grundlagen der Gründungsfinanzierung. Instrumente - Prozesse – Beispiele. Wiesbaden: Gabler. Volkmann, C. & Tokarski, K. O. (2006): Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von Jungen Unternehmen. Stuttgart: Lucius&Lucius.

Unternehmensplanspiel					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
304	180 h	6	3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Unternehmensplanspiel	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen</p> <p>Im Rahmen des strategischen Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management (oder einer vergleichbaren Simulationssoftware) wenden die Studierenden erlerntes betriebswirtschaftliches Wissen praxisorientiert an und vertiefen dieses. Mehrere Studierende bilden jeweils ein Managementteam, das ein international agierendes Unternehmen in einem wettbewerbsintensiven Umfeld zu managen hat. Zu bewältigen sind mehrere Perioden und Entscheidungssituationen mit steigender (und durch die Planspielleitung steuerbarer) Komplexität.</p> <p>In dem Unternehmensplanspiel werden unternehmerisches Denken und Handeln im internationalen Rahmen erlebbar gemacht. Die Studierenden analysieren Umfeld, Szenarien und betriebswirtschaftlichen Reports, legen Ziele und Strategien für das zu managende Unternehmen fest und setzen diese in wettbewerbsintensiven Märkten um, lernen den Umgang mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit und Zeitdruck und erfahren Koordinations- und Entscheidungsfindungsprozesse im Team.</p> <p>Die betriebswirtschaftlichen Entscheidungen und Ergebnisse werden in Lehrgesprächen zwischen den einzelnen Entscheidungsrunden des Planspiels analysiert. Abgeschlossen wird die Veranstaltung durch eine Hauptversammlung, auf der die Managementteams ihre Unternehmensstrategie sowie die Ergebnisse präsentieren und analysieren. Während der Veranstaltung werden die Teilnehmer durch Verdeutlichung von Zusammenhängen, Eingehen auf Verständnisprobleme und Hinterfragen von Ergebnissen beim praxisorientierten Vertiefen ihrer betriebswirtschaftlichen Kenntnisse unterstützt.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Einführung in das Planspiel</p> <p>Analyse ausgewählter strategischer und operativer Entscheidungssituationen der Planspielperioden</p> <p>Präsentation und Diskussion der Ergebnisse</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Planspiel mit integriertem seminaristischem Unterricht.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>–</p>				

6	Prüfungsformen Klausur/Hausarbeit/Präsentation (wird zu Semesterbeginn im Lehrplan spezifiziert)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Sven Fischbach/Prof. Dr. Britta Rathje
11	Sonstige Informationen Literatur TOPSIM (Hrsg.): Global Management, Participant Manual Part I and Part II, Tübingen Jeweils neueste Auflage

Controlling					
Controlling/Unternehmensprojekt Controlling					
Kenn- nummer	Workload	ECTS Punkte	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
305	180 h	6	3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Controlling	45 h	80 h	30 Studierende	
	Unternehmensprojekt Controlling	15 h	40 h	10 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	Teilmodul Controlling				
	Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte und Methoden des Controllings. Sie wenden Konzepte praktisch an und würdigen Controlling-Ansätze kritisch. Sie beherrschen die relevanten Controlling-Instrumente für unterschiedliche Entscheidungssituationen aus der Unternehmenspraxis.				
	Teilmodul Unternehmensprojekt Controlling				
	Die Studierenden bearbeiten eigenständig eine betriebliche Problemstellung aus dem thematischen Bereich des Modul Controlling und wenden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung eines umsetzungsfähigen Lösungsansatzes an.				
3	Inhalte				
	Teilmodul Controlling				
	Grundlagen des Controlling				
	Informations-, Planungs- und Kontrollprozesse				
	<ul style="list-style-type: none"> • Operatives Controlling • Strategisches Controlling 				
	Spezielle Konzepte des Controlling, wie z. B.				
	<ul style="list-style-type: none"> • Kostenmanagement • Wertorientiertes Controlling 				
	Teilmodul Unternehmensprojekt Controlling				
	Abhängig von der Themenstellung				
4	Lehrformen				
	Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Skript und Fallstudien statt.				

5	Teilnahmevoraussetzungen Betriebswirtschaftliche Funktionen, Externes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung
6	Prüfungsformen Teilmodul Controlling: Klausur 60 min Teilmodul Unternehmensprojekt Controlling: Hausarbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 3/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kai Wiltinger u. a.
11	Sonstige Informationen Literatur Deimel/Heupel/Wiltinger: Controlling. München: Vahlen 2013.

Semester 4

Internationale Exkursion (inkl. Managementseminar)					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
401	90 h	3	4. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Internationale Exkursion (inkl. Managementseminar)	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 60 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden lernen einen andersartigen Kultur- und Wirtschaftsraums (z. B. Asien, Nord- oder Südamerika) kennen. Sie können Probleme und Lösungsansätze im kulturübergreifenden Management sowohl aus theoretischer als auch aus praktischer Sicht kritisch beurteilen. Internationale Strategien und ihre Umsetzung können sie anhand praktischer Unternehmensbeispiele analysieren und kritisch bewerten.				
3	Inhalte In Deutschland: Überblick über wirtschaftliche, soziale und politische Lage einer spezifischen Region Analyse der Strategien ausgewählter Industrien oder Unternehmen aus dieser Region Grundlagen des kulturübergreifenden Managements Im Ausland: Fachvorträge und Betriebsbesichtigungen in deutschen, einheimischen und internationalen Unternehmen dieses Wirtschaftsraums Fachvorträge in öffentlichen Institutionen dieses Wirtschaftsraums (z. B. IHK, Börse, Industrieministerium)				
4	Lehrformen Seminaristischer Vorlesungsstil und Exkursion mit Vorträgen/ Besichtigungen/Diskussionen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Module der Semester 1 - 3				
6	Prüfungsformen Hausarbeit				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 0
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Norbert Rohleder
11	Sonstige Informationen Literatur Welge, M.K., Holtbrügge, D.: Internationales Management. Stuttgart Kutschker, M., Schmidt, S.: Internationales Managemen., München Hampden-Turner, C., Trompenaars, F.: Building Cross-cultural Competence, Chichester et al Jeweils neueste Auflage Spezifische Literatur zu einem spezifischen Wirtschaftsraum

Master-Arbeit plus Wissenschaft in der Praxis Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis/Master-Arbeit					
Kenn- nummer	Workload	ECTS Punkte	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
402	810 h	27	4. Semester	semesterweise	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis	15 h	75 h	30 Studierende	
	Master-Arbeit	30 h	690 h	5 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Teilmodul Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis Die Studierenden können eine komplexe betriebswirtschaftliche Problemstellung, die Rahmen der Master-Arbeit detailliert bearbeitet werden soll, identifizieren und beschreiben. Sie können eine forschungsmethodischen Vorgehensweise für die Bearbeitung der Problemstellung festlegen und klar beschreiben. Sie strukturieren die Master-Arbeit grob und stellen einen geeigneten Zeitplan auf. Sie analysieren die relevante Fachliteratur kritisch. Teilmodul Master-Arbeit Die Studierenden können innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Fragestellung aus der Betriebswirtschaft selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden und Verfahren bearbeiten. Zielsetzung ist die Anwendung theoretischer Konzepte auf eine praktische Situation. Das Thema der Arbeit nimmt im Regelfall Bezug auf eine Problemstellung aus einem Unternehmen. Die Studierenden können hierfür eine Problemstellung definieren, Lösungsansätze aufzeigen und Handlungsempfehlungen erarbeiten. Dabei sollen sie von einem Betreuer aus dem Unternehmen unterstützt werden.				
3	Inhalte Abhängig von der Themenstellung				
4	Lehrformen Individuelle Betreuung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Hausarbeit (Projektplan) muss vor Beginn der Master-Arbeit bestanden sein.				
6	Prüfungsformen Teilmodul Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis Hausarbeit (Projektplan)				

	Teilmodul Master-Arbeit Master-Arbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
9	Stellenwert der Note für die Endnote 24/105
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bernd Wieth und andere Lehrende des Studiengangs
11	Sonstige Informationen Das Thema wird größtenteils im Unternehmen bearbeitet.