

Berufsbegleitender Studiengang Betriebswirtschaftslehre - Bachelor of Arts (B.A.)

Übersicht Module und ECTS-Punkte

	Module	Semester								Gesamt
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	
I.	Grundlagen/Propädeutik									8
1.	Wirtschaftsmathematik/Statistik		8							8
II.	Kommunikation/Sozialkompetenz/Methodik									16
1.	Sozialkompetenz		5							5
2.	Methodik					5				5
3.	Wirtschaftsenglisch		6							6
III.	Kernbereich									96
1.	System Unternehmen - Einführung in die BWL	8								8
2.	Marketing	8								8
3.	Personalmanagement			8						8
4.	Volkswirtschaftslehre				8					8
5.	Organisation/Projektmanagement	8								8
6.	Projektstudium					8				8
7.	Kosten- und Leistungsrechnung			8						8
8.	Bilanzierung			8						8
9.	Strategische Unternehmensführung				8					8
10.	Finanzwirtschaft						8			8
11.	Recht I: Wirtschaftsprivatrecht							8		8
12.	Recht II: Arbeitsrecht								8	8
IV.	Wahlpflichtbereich/Vertiefung									48
1.	Funktion I						8			8
2.	Funktion II							8		8
3.	Funktion III							8		8
4.	Branche I				8					8
5.	Branche II					8				8
6.	Branche III						8			8
V.	Bachelorarbeit und Kolloquium								12	12
ECTS-Punkte		24	19	24	24	21	24	24	20	180

System Unternehmen - Einführung in die BWL

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6311	Dr. Katharina Klages	8	08/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	1. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit grundlegenden Begriffen, Modellen und Theorieansätzen der BWL vertraut und können diese einordnen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Komplexität und Vernetztheit in Unternehmen und zwischen Unternehmen und Umwelt und können dabei Bezüge zur betrieblichen Praxis herstellen. Sie erwerben die Fähigkeit, Kriterien für grundlegende unternehmerische Entscheidungen zu erarbeiten und im Rahmen eines Gruppenprojektes anzuwenden. Sie sind in der Lage, in der Gruppe zu einem gemeinsamen Ergebnis zu gelangen und dieses zu präsentieren. Die Studierenden können wissenschaftliche Arbeitsmethoden anwenden.

Lehrinhalte

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

- Die Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft
- Theorieansätze in der BWL: Geschichte der BWL, Produktionsfaktoransatz, Entscheidungstheoretischer Ansatz, Systemtheoretischer Ansatz und vernetztes Denken
- Unternehmensziele: Zielarten und Zielhierarchie, Formulierung von Unternehmenszielen, Philosophie und Leitbild, Darstellung ausgewählter Formalziele
- Wirtschaftsethik
- Der Mensch im Unternehmen
- Das System der Arbeitsbeziehungen
- Grundlagen des Managements

Konstitutive Entscheidungen:

- Theorie und Praxis der Entscheidungen im Unternehmen:
- Normative und deskriptive Entscheidungstheorie,
- Methoden der Entscheidungsfindung,
- Entscheidungskriterien für folgende grundlegende Entscheidungsprobleme:
- Standort
- Rechtsform
- Mergers & Acquisitions
- Fallstudie "Der Standort Deutschland"

Die Fallstudie dient außerdem der Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

- Grundlagen der Datenerhebung und Datenauswertung für wissenschaftliche Arbeiten
- Aufbau einer wissenschaftlichen Studie
- Literaturrecherche und Zitieren von Quellen
- Gestaltungs- und Formvorschriften zur Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit
- Wissenschaftliche Qualitätskriterien

Literatur

Balzert, H./ Schäfer C./ Schröder M./ Kern U.: Wissenschaftliches Arbeiten - Wissenschaft, Quellen, Artefakte, Organisation, Präsentation, Witten.

Grass, B.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre - Das System Unternehmung, Herne/Berlin.

Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München/Wien.

Schreyögg, G./Koch, J.: Grundlagen des Managements, Wiebaden.

Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, Vahlen, München.

Vahs, D./ Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart.

Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München.

Jeweils die aktuellste Auflage, weiterführende Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Einführung in die BWL	23
2	Seminar	Konst. Entscheidungen / wiss. Arbeiten	25
3	Online-Seminar	System Unternehmen	6
4	Selbststudium	System Unternehmen	146

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Hausarbeit (Fallstudie zum Thema Standort Deutschland, 80 %)

Organisation/Projektmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6312	Prof. Dr. Maren Luther	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	1. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden überblicken den Themenbereich der Organisationslehre und ihrer wesentlichen Perspektiven. Sie können die grundlegenden Begriffe, Modelle und Ansätze der Organisationslehre benennen und einordnen. Sie kennen die Perspektiven der Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen. Sie können die Makrostrukturformen der Aufbauorganisation gegenüberstellen. Die Studierenden sind in der Lage, die Gestaltung der Ablauforganisation zu erläutern. Sie sind in der Lage, einen Bezug zur betrieblichen Praxis herzustellen und dort vorherrschende Organisationsformen zu beurteilen.

Die Studierenden überblicken den Themenbereich des Projektmanagements mit seinen Begriffen und Merkmalen. Sie verstehen die Zusammenhänge der Projektorganisation, der Rollen von Projektmitgliedern und der Projektgruppenarbeit. Sie können die Ziele und Phasen (Initiierung, Planung, Durchführung, Abschluss, Controlling) des Projektmanagements benennen. Sie sind in der Lage, Instrumente des Projektmanagements zu erläutern. Die Studierenden können die Methoden und Instrumente im Rahmen eigener Projekte anwenden.

Lehrinhalte

Organisation:

- Grundlagen der Organisationslehre
- Elemente der Aufbauorganisation von Unternehmen
- Funktionale Organisation, Divisionale Organisation, Matrixorganisation
- Konzernorganisation
- Ablauforganisation: Von der Aufbauorganisation zur Prozesssichtweise
- Prozessmanagement zur Gestaltung der Ablauforganisation

Projektmanagement:

- Begriffsschließung und Kernmerkmale von Projekten
- Projektmanagement: Begriff, Funktionen und Erfolgsfaktoren
- Projektorganisation: Organisatorische Anbindung sowie Rollen in der Projektgruppe
- Projektverlauf anhand von Phasenbetrachtungen
- Projektcontrolling

Literatur

Bea, F. X./Scheurer, S./Hesselmann, S. (2011) Projektmanagement, 2. Aufl., Konstanz.
Bergmann, R./Garrecht, M. (2008) Organisation und Projektmanagement, Heidelberg.
Birker, K. (2003) Projektmanagement: Lehr- und Arbeitsbuch für die Fort- und Weiterbildung, 3. Aufl., Berlin.
Corsten, H./Corsten, H./Gössinger, R. (2008) Projektmanagement, 2. Aufl., München.
Fiedler, R. (2014) Organisation kompakt, 3. Aufl., München.
Hesseler, M (2007) Projektmanagement: Wissensbausteine für die erfolgreiche Projektarbeit, München.
Kerzner, H. (2008) Projektmanagement: Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung, 2. Aufl., Heidelberg.
Kilian, D./Mirski, P./Hauser, M./Weigl, M. (2008) Projektmanagement: Praxis, Theorie, Werkzeuge, Wien.
Kuster, J./Huber, E./Lippmann, R./Schmid, A./Schneider, E./Witschi, U./Wüst, R. (2011) Handbuch Projektmanagement, 3. Aufl., Berlin.
Litke, H.-D. (2007) Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, 5. Aufl., München.
Olfert, K. (2014) Projektmanagement (Kompakt-Training), 9. Aufl., Herne.
Olfert, K. (2015) Organisation, 17. Aufl., Herne.
Olfert, K./Rahn, H.-J. (2015) Organisation (Kompakt-Training), 7. Aufl., Herne.
Patzak, G./Rattay, G. (2014) Projektmanagement: Projekte, Projektportfolios, Programme und projektorientierte Unternehmen, 6. Aufl., Wien.
Scherer, E./Pietsch, G. (2007) Organisation: Theorie, Gestaltung, Wandel, München.
Schreyögg, G. (2012) Grundlagen der Organisation: Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden.
Schreyögg, G./Geiger, G. (2016) Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien, 6. Aufl.,

Wiesbaden.
Schulte-Zurhausen, M. (2014) Organisation, 6. Aufl. , München.
Vahs, D. (2015) Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, 9. Aufl., Stuttgart.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Organisation/Projektmanagement	32
2	Online-Seminar	Organisation/Projektmanagement	4
3	Selbststudium	Organisation/Projektmanagement	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Präsentation (80 %)

Marketing

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6313	Prof. Dr. André von Zobeltitz	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	1. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden überblicken den Themenbereich des Marketings und dessen unterschiedliche Teildisziplinen. Sie können die Rolle des Marketings als Bestandteil der Unternehmensführung aufzeigen und kennen seine Rolle als Planungsinstrument. Die Studierenden wissen um die Bedeutung des Konsumentenverhaltens und der Marktforschung und sind in der Lage diese zu erläutern. Die Studierenden sind in der Lage unterschiedliche strategische Optionen zu unterscheiden und zu diskutieren. Sie sind in der Lage, die unterschiedlichen Instrumente des Marketing-Mix und seine Anwendungsmöglichkeiten zu differenzieren. Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Marketingmaßnahmen aus der Theorie in ihren Berufsalltag zu übertragen und auszuüben.

Lehrinhalte

Grundlagen des Marketing

- Begriff und Wesen des Marketing
- Marketing und Ethik
- Aufgaben des Marketing
- strategische Unternehmens- und Marketingplanung,
- (Portfolio-) Analyse
- Konsumentenverhalten
- Kaufentscheidungsprozess
- Umfeld des Marketing
- Marktforschungsprozess
- Relationship-Marketing,
- Marktsegmentierung + Positionierung,
- Konkurrenzanalyse
- Marketing-Mix (Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik, Distributionspolitik)

Literatur

Zur ersten Veranstaltung zwingend anzuschaffen und mitzubringen:
Kotler, Ph. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V. (2010) Grundlagen des Marketing, 5. Aufl., München.

Ergänzende Literatur:

Bruhn, M. (2012) Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 11. Aufl., Wiesbaden.
Meffert, H. / Burmann, Chr. / Kirchgeorg, M. (2012) Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Aufl., Wiesbaden

jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Marketing	32
2	Online-Seminar	Marketing	4
3	Selbststudium	Marketing	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %) , Präsentation (80 %)

Wirtschaftsmathematik/Statistik

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6121	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	2. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit grundlegenden Begriffen der Mathematik und Statistik vertraut und können die im Folgenden beschriebenen Methoden auf betriebswirtschaftliche Problemstellungen anwenden. Sie beherrschen Methoden und Verfahren der Differentialrechnung mit einer und auch mehreren Variablen, der Finanzmathematik, insbesondere der Zins und Rentenrechnung sowie der Matrizenrechnung mit Schwerpunkt auf dem Gaußalgorithmus. Die Verfahren der beschriebenen Statistik können angewendet werden und auch Statistiken auf ihre Plausibilität geprüft werden. Die Studierenden sind in der Lage, Daten zu erfassen, aufzubereiten und zu interpretieren. Die Methoden der Wahrscheinlichkeitsrechnung und Kombinatorik sind bekannt. Die wichtigsten Verteilungsfunktionen können zu statistischen Problemen auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen angewendet werden. Aus Stichproben können Kennzahlen geschätzt werden. Für mehrdimensionale Daten können Korrelationen bewertet und Regressionen erstellen werden.

Lehrinhalte

Wirtschaftsmathematik:

Lineare und nicht lineare Gleichungen, Polynomfunktionen, Extremwertprobleme, Näherungsverfahren, Umgang mit Funktionen und Kurven und die Grundlagen der Differentialrechnung sowie der partiellen Differentialrechnung (Extremwertaufgaben aus dem betriebswirtschaftlichen Umfeld); Matrizenrechnung (Techniken zur Lösung betriebswirtschaftlicher Probleme mittels mathematischer Methoden)
Finanzmathematik.

Statistik:

Aufgaben der Statistik, statistische Grundbegriffe, Datenerhebung, Skalentypen, Häufigkeitsverteilung und deren Interpretation, Mittelwerte, Streuungsmaße, Tabellen und grafische Darstellungen, Zufallsexperimente und Ereignisse, der Wahrscheinlichkeitsbegriff, Rechenregeln für Wahrscheinlichkeiten, Wahrscheinlichkeitsverteilungen, Kombinatorik, spezielle diskrete Verteilungen, Normalverteilung, Regression und Korrelation, Testverfahren.

Literatur

Eichholz, W.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik
Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik
Quantember, A.: Statistik ohne Angst vor Formeln - Das Studienbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler
Wewel, M. C.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Wirtschaftsmathematik/Statistik	32
2	Online-Seminar	Wirtschaftsmathematik/Statistik	20
3	Selbststudium	Wirtschaftsmathematik/Statistik	146
4	Klausur	Wirtschaftsmathematik/Statistik	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20%); Klausur Wirtschaftsmathematik, 60 Min. (40%); Klausur Statistik, 60 Min. (40%)

Sozialkompetenz

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6221	Prof. Dr. André von Zobeltitz	5	12/2015
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	2. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben Kompetenzen, welche sie auf die Herausforderungen eines berufsbegleitenden Studiums vorbereiten sowie unmittelbar in ihrer Berufspraxis unterstützen. Sie kennen wirkungsvolle Instrumente des Zeitmanagement (bspw. Eisenhower-Prinzip, ABC-Analyse, Pareto-Prinzip) und sind in der Lage, Studium und Beruf vereinbar zu gestalten. Die Studierenden sind in der Lage, ihr eigenes Konfliktverhalten zu beurteilen und erlernen Methoden und Vorgehensweisen, wie sie Konflikte effektiv handhaben. Hierbei sind sie insbesondere mit Aspekten der Gruppendynamik und dem Arbeitsverhalten in Gruppen und Teams vertraut. Sie sind in der Lage, Gruppenmoderationen durchzuführen.

Lehrinhalte

Zeitmanagement

- Effektives Zeitmanagement zwischen Studium und Beruf
- Prioritäten richtig setzen
- Planung von Aufgaben
- Beseitigung von Blockaden

Konfliktmanagement

- "Vier-Ohren-Modell"
- Transaktionsanalyse
- Verhalten in Konfliktsituationen
- Moderation von Besprechungen und Projektgruppen
- Aspekte der Gruppen- und Teamdynamik
- Reflektion von Kommunikations- und Gruppenarbeitserfahrungen

Literatur

Koeder, K.W. (2012): Studienmethodik: Selbstmanagement für Studienanfänger, 5. Aufl., München
Hantschel, H.J./ Krieger, P. (2005): Praxis- Handbuch Rhetorik. Niedernhausen
Schulz von Thun, F. (2011): Miteinander reden: Störungen und Klärungen, Hamburg
Metzger, C. (2004): Lern- und Arbeitsstrategien, 6. Auflage, Aarau

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Zeitmanagement	16
2	Seminar	Konfliktmanagement	16
3	Selbststudium	Sozialkompetenz	93

Summe: 125

Leistungsnachweis

Testat (bestanden / nicht bestanden)

Personalmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6331	Prof. Dr. Timm Eichenberg	8	07/2017
Dauer		Periodizität	
8 Wochen		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
Betriebswirtschaft		3. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Grundlagen des Personalmanagements in Unternehmen. Sie verstehen die Ziele und Aufgaben der qualitativen und quantitativen Personalplanung. Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und Instrumente der Personalbeschaffung anzuwenden. Sie verstehen die Methoden und Theorien der Personalführung und können verschiedene Führungsstile und -modelle differenzieren. Die Studierenden kennen die Grundlagen, Handlungsfelder und Instrumente der Personalentwicklung.

Lehrinhalte

Personalmanagement

- Grundlagen des Personalmanagements
- Zusammenhang zwischen Unternehmenszielen und Personalmanagement
- Überblick über zentrale personalwirtschaftliche Aufgabenfelder

Personalplanung

- Quantitative Personalplanung
- Qualitative Personalplanung

Personalbeschaffung

- Grundlagen und Instrumente der Personalbeschaffung

Personalführung

- Grundlagenansätze und Methoden der Mitarbeiterführung
- Menschenbilder
- Motivation und Anreize: Inhaltstheorien, Prozesstheorien, Vergleichstheorien, Anreizkategorien
- Führungstheorien: Eigenschaftstheorien, Verhaltenstheorien, Situative Theorien
- Führungsstile und -modelle (Delegation, Führung durch Zielvereinbarungen)

Personalentwicklung

- Grundlagen der Personalentwicklung
- Aus- und Weiterbildung als Handlungsfelder
- Instrumente der Personalentwicklung

Literatur

Bartscher, T./Stöckl, J./Träger, T. (2012) Personalmanagement, München.
 Becker, M. (2013) Personalentwicklung, 6. Aufl., Stuttgart.
 Berthel, J./Becker, F. G. (2013) Personalmanagement, 10. Aufl., Stuttgart.
 Böhmer, N./Schinnenburg, H./Steinert, C. (2012) Fallstudien im Personalmanagement, München.
 Dillerup, R./Stoi, R. (2012) Fallstudien zur Unternehmensführung, München.
 Eggers, B./Ahlers, F./Eichenberg, T. (2011) Integrierte Unternehmensführung, Wiesbaden.
 Eichenberg, T./Abraham, P./Hayward, I. (2012) Unterstützung von Veränderungsprojekten durch Qualifizierung beteiligter Führungskräfte: Das International Leadership Program im IT-Bereich von E.ON; in: Bruch, H./Krummacker, S./Vogel, B. (Hrsg.), Leadership - Best Practices und Trends, 2. Auflage, S. 233-247, Wiesbaden.
 Krüger, W. (2009) Excellence in Change, Wiesbaden.
 Ridder, H.-G. (2013) Personalwirtschaftslehre, 4. Aufl., Stuttgart.
 Scholz, C. (2014) Grundzüge des Personalmanagements, 2. Aufl., München.
 Stock-Homburg, R. (2013) Personalmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Personalmanagement	32

2	Online-Seminar	Personalmanagement	4
3	Selbststudium	Personalmanagement	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Präsentation (80 %)
--

Kosten- und Leistungsrechnung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6333	Prof. Dr. Maren Luther	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	3. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Grundsystematik einer Kosten- und Leistungsrechnung sowie den Aufbau einer Kostenarten- und Kostenstellenrechnung und können diese Rechnungen durchführen. Sie sind in der Lage, einen Betriebsabrechnungsbogen zu erstellen. Sie vermögen im Rahmen der Kostenträgerstückrechnung Kalkulationen zu erstellen und im Rahmen der Kostenträgerzeitrechnung Betriebsergebnisse zu ermitteln. Sie sind in der Lage, die ermittelten Ergebnisse in Kennzahlen- und Planungsrechnungen auszuwerten.

Lehrinhalte

Kosten- und Leistungsrechnung:

- Einführung: Begriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung
- Bereiche der Kosten- und Leistungsrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung
- Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung: Teil- und Vollkostenrechnungen

Literatur

Coenenberg, A.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart.
Olfert, K.: Kostenrechnung, Ludwigshafen.
Schmidt, A.: Kostenrechnung, Stuttgart.
Friedl, G. / Hofmann, C. / Pedell, B.; Kostenrechnung, 2. Aufl., München 2014

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Kosten- und Leistungsrechnung	32
2	Online-Seminar	Kosten- und Leistungsrechnung	4
3	Selbststudium	Kosten- und Leistungsrechnung	162
4	Klausur	Kosten- und Leistungsrechnung	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Testat - Verständnisfragen zum Selbststudium (20 %), Klausur (120 min., 80 %)

Bilanzierung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6332	Prof. Dr. Jörg-Rafael Heim	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	3. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden wissen, wie das Unternehmensgeschehen im betrieblichen Rechnungswesen und die Vermögens-/Ertragslage in Einzel- und Konzernabschluss abgebildet werden. Sie verfügen über das für die Aufstellung von Einzel- und Konzernabschluss notwendige Grundwissen (Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze). Sie sind in der Lage, den Aussagewert von Jahresabschlüssen zu beurteilen.

Lehrinhalte

Bilanzierung

- Grundlagen des Einzel- und Konzernabschlusses nach HGB
- Bestandteile des Einzel- und Konzernabschlusses nach HGB
- Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften nach HGB
- Grundzüge der internationalen Rechnungslegung
- Grundlagen der Bilanzanalyse und der Kennzahlenbildung
- Kennzahlen / Kennzahlensysteme zur Beurteilung von Liquidität, Stabilität, Ertrag und Rentabilität

Literatur

Buchholz, R. (2010) Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, 6. Aufl.
Baetge, J. / Kirsch, H.-J. / Thiele, S. : Bilanzanalyse, Stuttgart.
Coenenberg, A.G. : Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart.
Fickert, R. / Geuppert, F. / Künzle, A.: Finanzcontrolling, Bern / Stuttgart / Wien.
Kütung, K. / Weber, C.-P.: Bilanzanalyse, Stuttgart.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Bilanzierung	32
2	Online-Seminar	Bilanzierung	4
3	Selbststudium	Bilanzierung	162
4	Klausur	Bilanzierung	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Testat - Verständnisfragen zum Selbststudium (20 %), Klausur (120 min., 80 %)

Volkswirtschaftslehre

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6341	Prof. Dr. Meik Friedrich	8	03/2017
Dauer		Periodizität	
8 Wochen		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
Betriebswirtschaft		4. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden verstehen die grundlegende Funktionsweise einer Marktwirtschaft. Sie wissen, wie einzelne Märkte funktionieren, wie die Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen erfolgt und welche Bedeutung der Wettbewerb für die Effizienz einer Marktwirtschaft hat. Sie können beurteilen, wann staatliche Eingriffe in den Marktmechanismus gerechtfertigt sind. Die Studierenden verstehen die Ursachen für Konjunktur-, und Wachstumsprobleme in einer Marktwirtschaft. Ferner erkennen sie die Möglichkeiten und Grenzen der staatlichen Geld- und Fiskalpolitik bei der Aufrechterhaltung von Preisniveaustabilität, Wirtschaftswachstum, Vollbeschäftigung und einem außenwirtschaftlichen Gleichgewicht. Sie sind in der Lage, wirtschaftspolitische Empfehlungen, Maßnahmen und Programme auf die entsprechenden nekeynesianischen und neuklassischen Theorien zurückzuführen und zu beurteilen.

Lehrinhalte

Grundzüge der Volkswirtschaftslehre

- Einführung in die VWL (Abgrenzung Mikro – Makro)
- Grundprinzipien und Ordnung der Ökonomie
- Keynes vs Klassik

Grundzüge der Makroökonomik

- Geld- und Gütermarkt
- Banken, Geld und Geldpolitik
- Konjunktur und Wachstum

Grundzüge der Mikroökonomik

- Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen
- Wohlfahrtsüberlegungen
- Theorien der Privaten Haushalte der Unternehmen

Literatur

Basisliteratur:
 Brunner/Kehrle (2011) Volkswirtschaft, München.

Ergänzende Literatur:
 Bartling, F. Luzius, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, neu. Aufl., München.
 Berens, C.-U./ Kirspele, M.: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, neu. Aufl., München.
 Heilbronner/Thurow (2002) Wirtschaft – Das sollte man wissen, Frankfurt/New York.
 Reiß, W.: Mikroökonomische Theorie, neu. Aufl., München.
 Sloman, J.: Mikroökonomie, Einführung, neu. Aufl., München.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Volkswirtschaftslehre	32
2	Online-Seminar	Volkswirtschaftslehre	4
3	Selbststudium	Volkswirtschaftslehre	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20%), Hausarbeit (80 %)

Finanzdienstleistungen I: Grundlagen der Finanzdienstleistungsbranche

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6442	Prof. Dr. Meik Friedrich	8	10/2016
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	4. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Rahmenbedingungen der Finanzdienstleistungsbranche in Deutschland vertraut und sich der Bedeutung der Kredit- und der Versicherungswirtschaft innerhalb der Marktwirtschaft bewusst. Die Interdependenzen von Kredit- und Versicherungswirtschaft sind bekannt und können eingeschätzt werden. Sie kennen die Kerngeschäfte von Bank- und Versicherungsunternehmen, sind mit wesentlichen Begriffen und betriebswirtschaftlichen Techniken vertraut, können diese anwenden sowie in die Gesamtzusammenhänge der Finanzdienstleistungsunternehmen einordnen.

Lehrinhalte

- Rahmenbedingungen und Kerngeschäfte des Bankbetriebes
- Kreditinstitute als Finanzintermediäre im Wirtschaftskreislauf
- Rahmenbedingungen der Kreditwirtschaft
- Die Aufgaben und Zusammenarbeit der Deutschen Bundesbank und der Europäischen Zentralbank (EZB) mit der Kreditwirtschaft
- Das Konto als Grundlage der Kundenbeziehung (Kontoarten, Kontovertrag, Kontoinhaber und -berechtigte)
- Der Zahlungsverkehr als zentrales Bindeglied zum Kunden (Grundlagen, Instrumente des bargeldlosen Zahlungsverkehrs und neuere Formen, Elektronische Bankdienstleistungen, Auslandzahlungsverkehr)
- Grundlagen des Kreditgeschäfts (Prozess der Kreditgewährung, Sicherheiten, Kreditarten, notleidende Kredite)
- Eigenhandel als Teil der Bankgeschäfte (Derivative Finanzierungsinstrumente, Asset Backed Securities)

- Grundlagen des Anlagegeschäfts und der Anlageberatung (Anlageformen, Wertpapierarten, Emmissionsgeschäft, Börsenwesen, Depotgeschäft, Kundenberatung)
- Wertpapierarten
- Anlagestrategie
- Risiken bei der Vermögensanlage (Konjunktur / Inflation / Länderrisiko / Währungsrisiko)
- Gesetzliche Anforderungen in der Anlageberatung (Anlegerschutz und Funktionssteuerung)

- Kerngeschäfte der Versicherungsunternehmung
- Rahmenbedingungen der Versicherungswirtschaft
- Grundlagen der Versicherungsökonomik
- Versicherungsformen und -märkte
- Grundzüge der Versicherungstechnik
- Risiko- und Versicherungsmanagement

Literatur

Literatur zu den aufgeführten Themen der Bankbetriebslehre:

- Adrian, R./Heidorn, T.: Der Bankbetrieb, Wiesbaden.
Büschgen, H. E./ Börner, C. J.: Bankbetriebslehre, Stuttgart.
Eilenberger, G.: Bankbetriebswirtschaftslehre, München.
Hartmann-Wendels, T./ Pfingsten, A./ Weber, M.: Bankbetriebslehre, Berlin.
Süchting, J./ Stephan, P.: Bankmanagement, Stuttgart.
Tolkmitt, V.: Neue Bankbetriebslehre, Wiesbaden.
Rösler, P./Mackenthun, T./Pohl, M.: Handbuch Kreditgeschäft, Wiesbaden.

Literatur zu den aufgeführten Themen der Versicherungsbetriebslehre:

- Eichenauer, H./Köster, P./Lüpertz, V.: Spezielle Versicherungslehre, Haan-Gruiten.
Eisen, R./Zweifel, P.: Versicherungsökonomie, Berlin.
Farny, D.: Versicherungsbetriebslehre, Karlsruhe.
Köhne, T.: Versicherungslehre, Berlin.

von der Schulenburg, J.-M.: Versicherungsökonomik - Ein Leitfadens für Studium und Praxis, Karlsruhe.

Für die Literaturangaben gilt jeweils die neueste Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Finanzdienstleistungen I	32
2	Online-Seminar	Finanzdienstleistungen I	4
3	Selbststudium	Finanzdienstleistungen I	162
4	Klausur	Finanzdienstleistungen I	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Klausur (120 min., 80 %)

Industrie I: Grundlagen des industriellen Managements

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6441	Prof. Dr. Hans Ludwig Meyer	8	03/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	4. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit grundlegenden Managementaufgaben in Industrieunternehmen vertraut. In den Managementbereichen Innovation, Beschaffung, Produktion und Qualität sind grundlegende Begriffe, Definitionen, Methoden und Theorien bekannt. Die Studierenden sind in der Lage, die Verknüpfung dieser Handlungsfelder zu erkennen und Probleme der Praxis entsprechend einzuordnen und zu analysieren.

Lehrinhalte

Grundlagen:

- Geschichte der Industrialisierung
- Stellung von Industrieunternehmen in der Wirtschaft
- Der Wertschöpfungsprozess im Industriebetrieb
- Gliederung der Industriebetriebe

Innovationsmanagement:

- Produktlebenszyklen
- Ideen für neue Produkte, Forschung und Entwicklung
- Normung und Typung
- Gewerbliche Schutzrechte
- Konstruktion, Zeichnungen, Stücklisten

Beschaffungsmanagement:

- Grundbegriffe/ Bedeutung
- Strategisches und operatives Beschaffungsmanagement
- Analysen: ABC-, Wert-, Make-or-Buy-, Portfolio-Analyse
- Lieferantenmanagement

Produktionsmanagement

- Modelle der Produktion
- Produktionsprogramm und Mengenplanung
- Kennzahlen und Produktionskennlinien
- Termin und Kapazitätsplanung
- Fertigungssteuerung und Losgrößen

Qualitätsmanagement

- Grundlagen Qualität und Management
- Kundenzufriedenheit als Einflussgröße
- Qualitäts- und Managementwerkzeuge
- Qualitätsmanagementsysteme und Normen

Literatur

Adam, D.: Produktions-Management, Wiesbaden.
Hansmann, K.-W.: Industrielles Management, München Wien.
Haupt, R.: Industriebetriebslehre, Wiesbaden.
Herrmann, J./ Fritz, H.: Qualitätsmanagement, München.
Hofbauer, G./Mashour, T./Fischer, M.: Lieferantenmanagement, München Wien.
Kummer, S./ Grün, O./ Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. München.
Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, Wiesbaden.

Jeweils die aktuellste Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Industrie I	32
2	Online-Seminar	Industrie I	4
3	Selbststudium	Industrie I	162
4	Klausur	Industrie I	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Klausur (120 min., 80 %)

Strategische Unternehmensführung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6342	Prof. Dr. Timm Eichenberg	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	4. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, Grundlagen der Unternehmensführung inkl. Ebenen und Aufgaben des Managements zu diskutieren. Sie kennen die integrative Betrachtung der Managementteilprozesse. Die Studierenden können Grundlagen und Elemente des Normativen Managements erläutern. Die Studierenden verstehen die Ziele, Aufgaben sowie den Prozess des Strategischen Managements. Sie sind in der Lage, Instrumente und Vorgehensweisen der strategischen Analyse, der Strategieentwicklung, der Strategieimplementierung und der strategischen Kontrolle zu analysieren und anzuwenden.

Lehrinhalte

Grundlagen der Unternehmensführung

- Managementverständnisse, Ebenen und Aufgaben des Managements
- Integrative Betrachtung der Managementteilprozesse

Normatives Management

- Unternehmerische Vision und -werte
- Erwartungen interner und externer Interessensgruppen
- Unternehmenskultur und Zusammenhang zur Strategie

Grundlagen des Strategischen Managements

- Merkmale von Strategien und strategischen Entscheidungen
- Ziele und Aufgaben des strategischen Managements
- Ebenen des strategischen Managements
- Entstehung von Strategien: Planung vs. Emergenz
- Prozess der strategischen Planung

Strategische Analyse

- Externe Analyse: Das Umfeld eines Unternehmens
- Interne Analyse: Stärken und Schwächen
- SWOT-Analyse als Instrument zur strategischen Analyse

Strategieentwicklung

- Wettbewerbsvorteile und Entwicklung von Strategiealternativen
- Konstitutive Aufgaben
- Portfolioanalyse im Rahmen der Strategieformulierung

Strategieimplementierung

- Kommunikation der Strategie
- Operative Umsetzung
- Balanced Scorecard als strategisches Umsetzungs- und Steuerungskonzept

Strategische Kontrolle

- Ziele, Arten und Inhalte strategischer Kontrolle

Literatur

Dillerup, R./Stoi, R. (2010) Unternehmensführung, 3. Aufl., München.
 Eggers, B./Ahlers, F./Eichenberg, T. (2011) Integrierte Unternehmensführung, Wiesbaden.
 Grant, R. M./Nippa, M. (2006) Strategisches Management, 5. Aufl.
 Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R. (2011) Strategisches Management, München.
 Müller-Stewens, G./Lechner, C. (2011) Strategisches Management, Stuttgart.
 Welge, M. K./Al-Laham, A. (2012) Strategisches Management, 6. Aufl., Wiesbaden.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Strategische Unternehmensführung	32
2	Online-Seminar	Strategische Unternehmensführung	4
3	Selbststudium	Strategische Unternehmensführung	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Hausarbeit (80 %)

Projektstudium

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6351	Prof. Dr. Jörg Schulte	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, ein praktisches Problem über einen längeren Zeitraum in interdisziplinären Projektteams lösungsorientiert zu bearbeiten. Sie können sich im Projektteam organisieren und gehen strukturiert an das Problem heran. Sie sind in der Lage, mit Problemen während der Bearbeitung umzugehen und kommunizieren ihre Arbeitsergebnisse angemessen.

Lehrinhalte

Die Studierenden bearbeiten in interdisziplinären Projektteams weitgehend eigenständig eine umfassende reale Problemstellung. Sie nehmen dabei verschiedene Funktionsrollen (Projektleiter, Projektcontroller, Entwickler u.a.) ein. Sie werden dabei von Dozenten der HSW betreut und gecoach.

Literatur

Birker, K. (2003) Projektmanagement, Berlin.
Kuster, J. et al. (2011) Handbuch Projektmanagement, 3. Aufl., Berlin.
Litke, H.-D. (2007) Projektmanagement, 5. Aufl., München.
Olfert, K. (2010) Kompakt-Training Projektmanagement, 7. Aufl., Herne.
Patzak, G. / Rattay, G. (2009) Projektmanagement, 5. Aufl., Wien.
Steinle, C./Eßeling, V./Eichenberg, T. (2010) Handbuch Multiprojektmanagement und -controlling, 2. Aufl., Berlin.
Steinle, C./ Bruch, H./ Lawa, D. (Hrsg.) (2001) Projektmanagement: Instrument moderner Dienstleistung, Frankfurt a. M.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Projektstudium	32
2	Online-Seminar	Projektstudium	4
3	Selbststudium	Projektstudium	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Zwischenpräsentation (25%), Abschlusspräsentation (25%), Hausarbeit (50%) (Gruppenleistung)

Methodik

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6251	Prof. Dr. André von Zobeltitz	5	07/2017
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen unterschiedliche Formen der rhetorischen Figuren und ihren Einsatz im Umgang mit Störern. Sie wissen um die Bedeutung der Körpersprache (Gestik) und Mimik und deren Einfluss auf ihre Zuhörer. Die Studierenden verstehen die Ursachen für Lampenfieber und kennen Techniken um dieses zu überwinden. Sie sind in der Lage, komplexe Vortragsinhalte zu illustrieren und unterschiedliche Visualisierungstechniken anzuwenden. Die Studierenden können Präsentationen passend für Ihre Zuhörerschaft planen und sind in der Lage eine Präsentation inhaltlich und formal zu strukturieren.

Sie kennen Methoden der empirischen Sozialforschung und sind in der Lage zu beurteilen, welche Methoden für spezifische Fragestellungen geeignet sind.

Lehrinhalte

Präsentationstechniken

- Zielgruppengerechte Kommunikation
- Strukturierung von Präsentationen
- Aufbereitung komplexer Inhalte für Präsentationen
- Visualisierungstechniken
- Rhetorische Figuren
- Körpersprache + Mimik
- Der Umgang mit Lampenfieber
- Umgang mit Störern

Forschungsmethodik

- Grundlagen der empirischen Sozialforschung
- Qualitative Methoden
- Quantitative Methoden

Literatur

Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung, München
Hantschel, H.J./ Krieger, P. (2005): Praxis- Handbuch Rhetorik, Niedernhausen
Kromrey, H. (2009): Empirische Sozialforschung, Stuttgart
Stelzer-Rothe: Vorträge halten, Cornelsen Verlag, Berlin
Theisen, M.R (2011): Wissenschaftliches Arbeiten, München
Gericke / Degener: Rhetorik, Cornelsen Verlag, Berlin

jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Präsentationstechniken	16
2	Seminar	Forschungsmethodik	16
3	Selbststudium	Methodik	93

Summe: 125

Leistungsnachweis

Testat ohne Note – erfolgreich teilgenommen

Industrie II: Supply Chain Management

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6453	Prof. Dr. Hans Ludwig Meyer	8	11/2016
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Grundlagen, Strategien und Instrumenten des Supply Chain Managements (SCM) vertraut. Sie erwerben vertiefte Kenntnisse über Potentiale der Vernetzung und Optimierung der Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette im Unternehmen und zwischen Unternehmen. Sie wissen um die zentrale Rolle der Informationstechnologie in diesen Prozessen. Sie sind mit wichtigen Supply Chain Kennzahlen vertraut und in der Lage, Potentiale des SCM in der Praxis zu beurteilen und Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Lehrinhalte

- Einführung in die Problematik
- Begriff und Historie des SCM
- Strategien und Instrumente des SCM
- Supply Chain Controlling
- Neuere Entwicklungen im Bereich SCM

Literatur

Corsten, H./ Gössinger, R. : Einführung in das Supply Chain Management, Oldenbourg.
Gronalt, M.: Logistikmanagement, Gabler.
Logistikcontrolling, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe.
Piontek, J. : Bausteine des Logistikmanagements - Supply Chain Management, E-Logistics,
Thaler, K. : Supply Chain Management - Prozessoptimierung in der logistischen Kette, Fortis.
Werner, H.: Supply Chain Management - Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Gabler.
Voigt, K.-I. : Industrielles Management: Industriebetriebslehre aus prozessorientierter Sicht. - Springer, Berlin.

Jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Industrie II	32
2	Online-Seminar	Industrie II	4
3	Selbststudium	Industrie II	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %)

Finanzdienstleistungen II: Finanzdienstleistungsaufsicht und Risikomanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6454	Prof. Dr. Meik Friedrich	8	10/2016
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den grundlegenden Verfahren des Risikomanagements von Finanzdienstleistungsunternehmen vertraut. Weiterhin kennen die Studierenden die zugrunde liegenden Aufsichtsnormen, insbesondere Basel III und Solvency II, in Deutschland. Sie können entsprechende Verfahren des Risikomanagements von Kreditinstituten vor diesem Hintergrund beurteilen und Ergebnisse interpretieren.

Lehrinhalte

- Ziele der Finanzaufsicht
- Organisation der Finanzaufsicht
- Baseler Eigenkapitalakkorde - Basel I bis Basel III
- Solvency I und Solvency II

- Mindestanforderungen an das Risikomanagement – MaRisk (VA, BA)
- Wesentliche Risiken – Adressenausfallrisiken, Marktpreisrisiken, Liquiditätsrisiken, operationelle Risiken.
- Risikomanagement - Kann/soll man Risiko managen?

Literatur

Bantleon/Becker (2010) Risikomanagement und Frühwarnverfahren in Kreditinstituten, München.
 Bennemann/Oehlenberg/Stahl (2011) Handbuch Solvency II: Von der Standardformel zum Internen Modell, vom Governance-System zu den MaRisk VA, Schäffer-Poeschel.
 Hull (2010), Risikomanagement, Pearson, 2. Auflage.
 Möbius/Pallenberg (2011) Risikomanagement in Versicherungsunternehmen, Heidelberg.
 Romeike, F. (2010) Die Bankenkrise : Ursachen und Folgen im Risikomanagement, Köln.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Finanzdienstleistungen II	32
2	Online-Seminar	Finanzdienstleistungen II	4
3	Selbststudium	Finanzdienstleistungen II	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Präsentation (80 %)

Finanzwirtschaft

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6361	Prof. Dr. Meik Friedrich	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden haben einen Einblick in die Grundprinzipien des betrieblichen Finanzmanagements und können Begriffe wie Eigen-,Fremd-, Innen-, Aussen Finanzierung, Verschuldungsgrad und Investitionsverfahren einordnen. Die Studierenden sind mit den Begriffen Eigen- und Fremdkapital vertraut, können deren Kosten ermitteln. Die Studierenden können die Implikationen von Mezzaninkapital einschätzen. Die Studierenden kennen unterschiedliche Sicherungsinstrumente. Die Studierenden können Finanzierungsstrukturen analysieren und sind sich in diesem Zusammenhang insbesondere der Wirkung des Leverage-Effekts in Bezug auf das Risiko bewusst. Vor diesem Hintergrund können die Studierenden eine Optimale Kapitalstruktur ermitteln. Die Studierenden sind in der Lage Investitionen zu planen. Dies vor dem Hintergrund der Kenntnis und Anwendungskompetenz statischer und dynamischer Verfahren.

Lehrinhalte

Finanzierung:
 - Einführung und Überblick
 - Grundprinzipien des betrieblichen Finanzmanagements
 - Eigenfinanzierung
 - Fremdfinanzierung
 - Finanzierungsentscheidung
 - Ausgewählte Themen des betrieblichen Finanzmanagements

Investition:
 - Investition und Finanzierung im betrieblichen Leistungserstellungsprozess
 - Investitionsplanung und -entscheidung
 - Statische Verfahren der Investitionsrechnung
 - Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung

Literatur

Basisliteratur:
 Perridon, L. / Steiner, M. / Rathgeber/ Andreas W. (2009) Finanzwirtschaft der Unternehmung, 15. Auflage, München.
 Präscht, J./ Schikorra, U./ Ludwig, E. (2012) Finanzmanagement, 4. Auflage, Berlin.

Ergänzende Literatur:
 Drukarczyk, J. (2008) Finanzierung, 10. Auflage, Stuttgart.
 Nöll, B./ Wiedemann, A. (2008) Investitionsrechnung unter Unsicherheit, München.
 Rehkugler, H. (2007) Grundzüge der Finanzwirtschaft, München/Wien.
 Schüler, A. (2011) Finanzmanagement mit Excel, München.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Finanzwirtschaft	32
2	Online-Seminar	Finanzwirtschaft	4
3	Selbststudium	Finanzwirtschaft	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Hausarbeit (80 %)

Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6461	Prof. Dr. Maren Luther	8	04/2017
Dauer		Periodizität	
8 Wochen		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
Betriebswirtschaft		6. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben vertieftes Wissen über die Konzeption des strategischen Controlling sowie die daraus resultierenden Aufgaben und Instrumente. Im Rahmen von seminaristischen Vorlesungen und durch die Bearbeitung von Fallstudien erarbeiten sie sich Fähigkeiten im Hinblick auf die Beurteilung, Auswahl und Ausgestaltung von Planungs-, Kontroll-, Informations- und Koordinationsinstrumenten sowie deren Anwendung in der betrieblichen Praxis.

Lehrinhalte

1. Controlling und Unternehmensführung
2. Organisation des Controlling
3. Strategische Konzepte
4. Planungs-, Informations- und Berichtssysteme
5. Instrumente des strategischen Controlling

Literatur

Baum, H.-G./Coenenberg, A./Günther, T. (2013) Strategisches Controlling, 5. Aufl., Stuttgart.
 Becker, W. (2009) Konzepte, Methoden und Instrumente des Controlling, 5. Aufl., Bamberg.
 Gälweiler, A. (2005) Strategische Unternehmensführung, 3. Aufl., Frankfurt.
 Horváth, P. (2009) Controlling, 11. Auflage, München.
 Küpper, H.-U. (2005) Controlling, 4. Aufl., Stuttgart.
 Kaplan, R.S. / Norton, D.P. (1997) Balanced Scorecard, Stuttgart.
 Preißler, P. (2014) Controlling, Lehrbuch und Intensivkurs, 14. Aufl., München.
 Reichmann, T. (2007) Controlling, 7. Aufl., München.
 Steinle, C./Daum, A. (2007) Controlling: Kompendium für Ausbildung und Praxis, 4. Aufl., Stuttgart.
 Weber, J. (2005) Strategisches Controlling, Advanced Controlling: Wie Controller auf diesem Spielfeld wettbewerbsfähig werden, Weinheim.
 Weber, J. (2005) Strategisches Controlling, Advanced Controlling: Wie Controller auf diesem Spielfeld wettbewerbsfähig werden, Weinheim.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Controlling I	32
2	Online-Seminar	Controlling I	4
3	Selbststudium	Controlling I	162
4	Klausur	Controlling I	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Klausur (120 min., 80 %)

Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6462	Prof. Dr. André von Zobeltitz	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	6. Semester		

Qualifikationsziele

Den Studierenden sind die Grundbegriffe, Ziele und Aufgaben der Marktforschung und Marketingstatistik bekannt. Sie überblicken unterschiedliche Methoden der Primär- und Sekundärforschung und können diese unterscheiden und umsetzen. Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig einen Marktforschungsplan zu entwickeln und wissen um Möglichkeiten, diese Ergebnisse auszuwerten und zu interpretieren.

Die Studierenden können die einzelnen Bestandteile des Mikro- und Makro-Umfelds des Unternehmens aufzeigen und wissen wie man mit dem Marktumfeld interagiert. Sie kennen die Besonderheiten einzelner Markttypen (bspw. Konsumgüter, Industriegüter, Dienstleistungen) und berücksichtigen diese bei Ihrem handeln.

Sie sind in der Lage, unterschiedliche Typen von Konsumentenverhalten einzuordnen und können einzelne Phasen des Kaufentscheidungsprozesses zuordnen.

Lehrinhalte

Märkte und ihre Erforschung

- Das Umfeld des Marketing (Mikro- und Makroumfeld)
- Das Kaufverhalten von Kunden
- Markt- und Marketingforschung
- Untersuchungsplanung
- Datenerhebung
- Die Markttypen
- Konsumgüter
- Industriegüter
- Dienstleistungen
- Handelsmarketing
- Non-Profit Marketing
- Einführung in die Marketingstatistik (Datengenauigkeit, Skalen, Mittelwerte)

Literatur

Berekoven, L. / Eckert, W. / Ellenrieder, P. (2009) Marktforschung : methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Auflage, Wiesbaden.

Bruhn, M. (2010) Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis. 10., überarb u. erw. Aufl., Wiesbaden.

Kotler, Ph. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V. (2010) Grundlagen des Marketing. 5., aktualisierte Auflage, München.

Kuß, A.. / Tomczak, T. (2007) Käuferverhalten : eine marketingorientierte Einführung, 4. Auflage, Stuttgart.

Meffert, H. / Burmann, Chr. / Kirchgeorg, M. (2012) Marketing. Grundlagen marktorientierter

Schneider, W. (2009) Marketing und Käuferverhalten, 3. Auflage, München.

Unternehmensführung, 11. Auflage, Wiesbaden.

jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Marketing und Vertrieb I	32
2	Online-Seminar	Marketing und Vertrieb I	4
3	Selbststudium	Marketing und Vertrieb I	162
4	Klausur	Marketing und Vertrieb I	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Klausur (120 min., 80 %)

Industrie III

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6463	Prof. Dr. Hans Ludwig Meyer	8	02/2015
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit aktuellen Herausforderungen und Problemen der Industrie vertraut. Sie verstehen Ursachen und Handlungsansätze zur Problemlösung und können Bezüge zur Unternehmenspraxis herstellen. Sie sind in der Lage aus dem Wissen und Verstehen heraus eine Frage- bzw. Problemstellung zu formulieren, für die sie theoriebasiert unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden Gestaltungs- und Lösungsvorschläge entwickeln. Die Gestaltungs- und Lösungsvorschläge werden im Rahmen des Seminars präsentiert und diskutiert. Dabei zeigen die Studierenden, dass sie die gewählten Vorschläge fundiert vertreten können. Durch die Verschiedenheit der Herausforderungen und Probleme bekommen die Studierenden einen fundierten Überblick über aktuelle Problem und Herausforderungen von Industrieunternehmen.

Lehrinhalte

Das Seminar wird durch die Studierenden aktiv gestaltet.
Auf Grundlage der in den Modulen „Industrie I“ und „Industrie II“ erworbenen Kompetenzen beschäftigen sich die Studierenden schwerpunktmäßig mit einer praxisnahen Problemstellung. Erwartet wird dabei eine weitgehende Eigenständigkeit der Studierenden in den Bereichen Themenabgrenzung, Literaturrecherche, Konzeption und Ausarbeitung der Hausarbeit.
Mögliche Themenbereiche ergeben sich dabei aus den Inhalten der Module „Industrie I“ und „Industrie II“.

Literatur

Erwartet wird neben der Basisliteratur aus den Modulen „Industrie I“ und „Industrie II“, eine Beschäftigung mit aktuellen Veröffentlichungen in Fachzeitschriften.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Industrie III	32
2	Online-Seminar	Industrie III	4
3	Selbststudium	Industrie III	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Finanzdienstleistungen III

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6464	Prof. Dr. Meik Friedrich	8	10/2016
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit aktuellen Herausforderungen und Problemen der Finanzdienstleistungsbranche vertraut. Sie verstehen Ursachen und Handlungsansätze zur Problemlösung und können Bezüge zur Unternehmenspraxis herstellen. Sie sind in der Lage aus dem Wissen und Verstehen heraus eine Frage- bzw. Problemstellung zu formulieren, für die sie theoriebasiert unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden Gestaltungs- und Lösungsvorschläge entwickeln. Die Gestaltungs- und Lösungsvorschläge werden im Rahmen des Seminars präsentiert und diskutiert. Dabei zeigen die Studierenden, dass sie die gewählten Vorschläge fundiert vertreten können. Durch die Verschiedenheit der Herausforderungen und Probleme bekommen die Studierenden einen fundierten Überblick über aktuelle Probleme und Herausforderungen der Finanzdienstleistungsbranche.

Lehrinhalte

Das Seminar wird durch die Studierenden aktiv gestaltet.
 Auf Grundlage der in den Modulen "Finanzdienstleistungen I" und "Finanzdienstleistungen II" erworbenen Kompetenzen beschäftigen sich die Studierenden schwerpunktmäßig mit einer praxisnahen Problemstellung. Erwartet wird dabei eine weitgehende Eigenständigkeit der Studierenden in den Bereichen Themenabgrenzung, Literaturrecherche, Konzeption und Ausarbeitung der Hausarbeit.
 Mögliche Themenbereiche ergeben sich dabei aus den Inhalten der Module "Finanzdienstleistungen I" und "Finanzdienstleistungen II".

Literatur

Erwartet wird neben der Basisliteratur aus den Modulen "Finanzdienstleistungen I" und "Finanzdienstleistungen II", eine Beschäftigung mit aktuellen Veröffentlichungen in Fachzeitschriften.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Finanzdienstleistungen III	32
2	Online-Seminar	Finanzdienstleistungen III	4
3	Selbststudium	Finanzdienstleistungen III	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Angewandte Physik

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6469	Prof. Dr. Jörg Schulte	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Wirtschaftsingenieur	1. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen das theoretische vermittelte Wissen in praktischen Versuchen anzuwenden. Sie erlangen so ein vertieftes Verständnis für physikalische Größen und ihre Wirkung als Grundlage für die Arbeit als Ingenieurs. Sie üben die physikalische Denk- und Arbeitsweise ein. Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse der Phänomene der klassischen Mechanik, der Thermodynamik, des Elektromagnetismus, der Wellenausbreitung, der Optik und des Aufbaus der Materie. Sie haben die Fähigkeit, physikalische Zusammenhänge bei technischen Problemen in der Praxis zu verstehen und dieses Verständnis bei der Lösung der technischen Probleme zu nutzen. Sie erlernen die grundlegende Vorgehensweise zur Versuchsdurchführung und deren validen Dokumentation.

Die Studierenden haben die Bedeutung der Physik als wissenschaftliche Grundlage für die Arbeit des Ingenieurs kennengelernt. Sie üben die physikalische Denk- und Arbeitsweise ein. Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse der Phänomene der klassischen Mechanik, der Thermodynamik, des Elektromagnetismus, der Wellenausbreitung, der Optik und des Aufbaus der Materie. Sie haben die Fähigkeit, physikalische Zusammenhänge bei technischen Problemen in der Praxis zu verstehen und dieses Verständnis bei der Lösung der technischen Probleme zu nutzen.

Sie haben die Grundlagen um physikalische Größen in praktischen Anwendungen

Lehrinhalte

Einführung: Physikalische Größen und Gleichungen; Elektrizität und Magnetismus: Elektrostatik, Ladungen und Kapazität, Ströme und Widerstand, Magnetfeld, Induktion, Schwingkreis; Thermodynamik: Temperatur und kinetische Gastheorie, Erste Hauptsatz, Zweiter Hauptsatz, reversible und irreversible Vorgänge, thermischen Eigenschaften, Energieformen und Carnotscher Kreisprozess; Aufbau der Materie und Quanten: Welle-Teilchen-Dualismus und Unschärferelation, Atomhülle und Pauli-Prinzip, Quantenemission und -absorption.

Mechanik des Massepunktes und des starren Körpers: Kinematik, Kräfte am Massepunkt, Gravitation, Arbeit und Leistung, Energie, Impuls, Kräfte am starren Körper, Anwendungen in der technischen Mechanik; Mechanik der Flüssigkeiten und Gase: ruhende Flüssigkeiten und Gase, strömende inkompressible Flüssigkeiten; Schwingungen und Wellen: Dynamik schwingender Körper, Wellen, Überlagerung von Wellen, Reflexion, Brechung und Beugung, Schallwellen; Optik: Eigenschaften des Lichts, optische Abbildungen, Interferenz und Beugung.

Praktikum (6 Versuche): E- und M-Felder (Lorentzkraft und Elektronenmasse sowie Induktionsgesetz), Mechanik/Optik (Interferenz von Wasser- und Lichtwellen am Doppelspalt), Atome und Quanten (Fotoeffekt; Lichtenergie), Mechanik (Gedämpfte Schwingung und Resonanz; Beschleunigung).

Literatur

Rybach, J., Physik für Bachelors, Hanser.
 Tipler, P. A., Mosca G., Pelté, D., Physik. Für Wissenschaftler und Ingenieure, Spektrum.
 Lindner, H.; Physik für Ingenieure, Hanser Fachbuchverlag.
 Meschede, D., Gerthsen - Physik, Springer, Berlin.
 Harten, U., Physik - Einführung für Ingenieure und Naturwissenschaftler, Springer, Berlin.
 Eichler, J., Physik: Grundlagen für das Ingenieurstudium, Vieweg+Teubner.
 von Oppen, G., Melchert, F., Physik für Ingenieure, Pearson Studium.
 Dobrinski, P., Krakau, G., Vogel, A., Physik für Ingenieure, Vieweg+Teubner.
 Romberg, O., Hinrichs, N.; Keine Panik vor Mechanik!, Wiesbaden: Vieweg+Teubner.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
----	-----	-------------	------

1	Seminar	Angewandte Physik	34
2	Praktikum	Angewandte Physik	30
3	Online-Seminar	Angewandte Physik	4
4	Selbststudium	Angewandte Physik	130
5	Klausur	Angewandte Physik	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 % der Gesamtnote), Klausur (60 % der Gesamtnote), Laborbericht (20 % der Gesamtnote)

Controlling II: Funktionscontrolling

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6471	Prof. Dr. Maren Luther	8	02/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben vertieftes Wissen über die Konzeption des strategischen Controlling sowie die daraus resultierenden Aufgaben und Instrumente. Im Rahmen von seminaristischen Vorlesungen und durch die Bearbeitung von Fallstudien erarbeiten sie sich Fähigkeiten im Hinblick auf die Beurteilung, Auswahl und Ausgestaltung von Planungs-, Kontroll-, Informations- und Koordinationsinstrumenten sowie deren Anwendung in der betrieblichen Praxis.

Lehrinhalte

Aufgaben und Instrumente des Funktionscontrolling

- Beschaffungscontrolling
- Vertriebscontrolling
- Finanzcontrolling
- Investitionscontrolling
- Krisencontrolling

Literatur

Baum, Heinz-Georg/Coenenberg, Adolf G./Günther, Thomas (2013): Strategisches Controlling, 5. Aufl., Stuttgart.

Becker, Wolfgang (2009): Konzepte, Methoden und Instrumente des Controlling, 5. Aufl., Bamberg.

Gälweiler, Aloys (2005): Strategische Unternehmensführung, 3. Aufl., Frankfurt.

Horváth, Peter (2009): Controlling, 11. Auflage, München.

Küpper, Hans-Ulrich (2005): Controlling, 4. Aufl., Stuttgart.

Kaplan, R.S. / Norton, D.P. (1997): Balanced Scorecard, Stuttgart.

Preißler, Peter R. (2014): Controlling, Lehrbuch und Intensivkurs, 14. Aufl., München.

Reichmann, Thomas (2007): Controlling, 7. Aufl., München.

Steinle, C./Daum, A. (Hrsg.) (2007): Controlling: Kompendium für Ausbildung und Praxis, 4. Aufl., Stuttgart.

Weber, J. (2005): Strategisches Controlling, Advanced Controlling: Wie Controller auf diesem Spielfeld wettbewerbsfähig werden, Weinheim.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Controlling II	32
2	Online-Seminar	Controlling II	4
3	Selbststudium	Controlling II	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Präsentation (80 %)

Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6472	Prof. Dr. André von Zobeltitz	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden können den Bereich Vertrieb/Sales im Marketing Mix einordnen. Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse im Themenbereich Vertrieb und Logistik. Im Fokus stehen dabei die unterschiedlichen Vertriebsarten sowie Unterschiede in der Vertriebsorganisation. Die Studierenden sind in der Lage, den Planungsprozess der Vertriebspolitik zu erläutern und in der Praxis anzuwenden sowie den Erfolg von Vertriebsmaßnahmen zu kontrollieren. Die Studierenden kennen die Bedeutung des Customer Relationship Management (CRM) für Unternehmungen und sind mit grundlegenden Begriffen und Definitionen vertraut. Darüber hinaus haben die Studenten Einblicke in das Social Media Marketing gewonnen und können dieses in den Marketing-Mix einordnen und CRM-Maßnahmen im Kontext transferieren. Die Studenten kennen ausgewählte Tools des Social Media CRM und deren Auswertungsmöglichkeiten.

Lehrinhalte

Vertriebsmanagement

- Theoretische Grundlagen des Marketing und Vertriebs
- Begriffsdefinitionen und Einordnung
- Abgrenzung Verkauf und Vertrieb
- Einordnung des Vertriebs in das Marketing
- persönlicher Verkauf
- Verkaufsförderung

Grundlagen des CRM

- Ausgangslage
- Voraussetzungen und Integration für CRM
- Changemodelle auf dem Weg zum CRM
- Ziele von CRM-Vorhaben
- Vorteile/Nachteile
- Kundenverständnis

Social Media Marketing

- Online Marketing - Einordnung
- Online Marketing – Einordnung 4 P's
- Social CRM
- Social CRM - Tools
- Social CRM – Tools - Monitoring

Literatur

- Bruhn, M. (2003) Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), Beck-Wirtschaftsberater im dtv
- Bruhn, M. (2010) Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis. 10., überarb u. erw. Aufl., Wiesbaden.
- Bruhn, M. (2012) Relationship Marketing, 3. Aufl., Verlag Vahlen.
- Homburg, Ch. / Schäfer, H. / Schneider, J. (2010) Sales Excellence : Vertriebsmanagement mit System, 6. Auflage, Wiesbaden.
- Kotler, Ph. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V. (2010) Grundlagen des Marketing. 5., aktualisierte Auflage, München.
- Meffert, H. / Burmann, Chr. / Kirchgeorg, M. (2012) Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Auflage, Wiesbaden.
- Winkelmann, P. (2008) Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung : die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM), 4. Auflage, München.
- jeweils die aktuelle Auflage!

--

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Marketing und Vertrieb II	32
2	Online-Seminar	Marketing und Vertrieb II	4
3	Selbststudium	Marketing und Vertrieb II	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Präsentation (80 %)
--

Produktionsmanagement I: Materialflusssysteme

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6470	Prof. Dr. Jörg Schulte	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Wirtschaftsingenieur	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studenten können die grundsätzlichen Arten von Materialflusssystemen und ihrer Komponenten unterscheiden. Sie wissen um die konkreten Einsatzmöglichkeiten, Einsatzgebiete und Wirkungsweisen der materialflusstechnischen Komponenten und Systeme und Komponenten. Können Kennzahlen für Materialflusssysteme und Methoden zur Berechnung anwenden. Sie kennen Möglichkeiten der Modellierung und Simulation sowie der Automatisierungsmöglichkeiten durch materialflusstechnische Systeme. Die Studierenden können gezielt materialflusstechnische Systeme auswählen und für ihre Anwendung konzipieren. Sie beherrschen Berechnungsmethoden um die förder-, lager- und handhabungstechnischen Einrichtungen zu dimensionieren. Sie können den Einsatz von Materialflusssystemen, sowie die Möglichkeiten und Leistung automatisierter Materialflusssysteme berechnen und bewerten.

Lehrinhalte

- Materialflusssysteme und Ihre Komponenten
- Materialflusssysteme und logistische Leistungsfähigkeit
- Ladungsträgerarten, und Verpackungssysteme
- Fördersysteme, Stück- und Schüttgutförderung
- Kontinuierliche und diskontinuierliche System / stetig-/ Unstetigförderer
- Automatisierte Lagerhaltung, Hochregallager Regalbediengeräte
- Kommissioniersysteme
- Berechnung und Bewertung von Einlagerungs- und Auslagerungszeiten
- Gabelstapler und fahrerlose Transportsysteme
- Automatisierte Transportsysteme
- Berechnung und Bewertung von Transport- und Materialumschlagzeiten
- Materialhandhabung und Zuführung

Literatur

Arnold, Dieter; Furmans, Kai (2009): Materialfluss in Logistiksystemen. 6. Aufl. Berlin: Springer (VDI).
 Arnold, Dieter; Isermann, Heinz; Kuhn, Axel; Tempelmeier, Horst; Furmans, Kai (2008): Handbuch Logistik. 3. Aufl. Berlin: Springer (VDI-Buch).
 Großeschallau, Werner (1984): Materialflußrechnung. Modelle und Verfahren zur Analyse und Berechnung von Materialflußsystemen. Univ., Habil.-Schr.--Dortmund. Berlin: Springer.
 Hompel, Michael; Sadowsky, Volker; Beck, Maria (2011): Kommissionierung. Materialflusssysteme 2 - Planung und Berechnung der Kommissionierung in der Logistik. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag Berlin Heidelberg (VDI-Buch).
 Hompel, Michael ten; Schmidt, Thorsten (2010): Warehouse Management. Organisation und Steuerung von Lager- und Kommissioniersystemen. 4. Aufl. Berlin: Springer (VDI-Buch).
 Martin, Heinrich (2011): Transport- und Lagerlogistik. Planung, Struktur, Steuerung und Kosten von Systemen der Intralogistik; 8. Aufl. Wiesbaden: Vieweg + Teubner (Praxis).
 Römisch, Peter (2012): Materialflusstechnik. Auswahl und Berechnung von Elementen und Baugruppen der Fördertechnik. 10. Aufl. Wiesbaden: Vieweg+Teubner.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Materialflusssysteme	38
2	Selbststudium	Produktionsmanagement	153
3	Online-Seminar	Fallbeispiele und Übungsaufgaben	8
4	Klausur	Produktionsmanagement	1

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 % der Gesamtnote), Klausur (80 % der Gesamtnote)

Recht I: Wirtschaftsprivatrecht

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6371	Hon.-Prof. Dr. Florian Heinze	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben Kenntnisse über wesentliche für die Wirtschaft bedeutsamen Rechtsnormen des Wirtschaftsprivatrechts. Sie erwerben die Fähigkeit, juristische Probleme in diesem Bereich zu erkennen und einfache Fälle in der beruflichen Praxis selbständig zu lösen.

Lehrinhalte

- Das Wirtschaftsprivatrecht in der deutschen Rechtsordnung
- Das Bürgerliche Recht als Hauptquelle des Wirtschaftsprivatrechts
- Methode der Rechtsanwendung
- Rechtsfähigkeit und Handlungsfähigkeit
- Absolute und relative Rechte
- Rechtshandlungen, insbesondere Rechtsgeschäfte und Verträge
- Grundlagen Sachenrecht

Literatur

Müssig P., Wirtschaftsprivatrecht,
Eisenhardt U., Einführung in das Bürgerliche Recht

BGB, HGB

jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Wirtschaftsprivatrecht	32
2	Online-Seminar	Wirtschaftsprivatrecht	4
3	Selbststudium	Wirtschaftsprivatrecht	162
4	Klausur	Wirtschaftsprivatrecht	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Klausur (80 %)

Controlling III

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6473	Prof. Dr. Maren Luther	8	04/2017
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen die aus verschiedenen Controllingkonzeptionen resultierenden Controllingaufgaben und -instrumente funktionsbezogen kennen. Sie erwerben Fähigkeiten im Hinblick auf die Gestaltung bereichsspezifischer Controllinginstrumente sowie deren Anwendung in der betrieblichen Praxis.

Lehrinhalte

Aufgaben und Instrumente des Funktionscontrolling

- Beschaffungscontrolling
- Vertriebscontrolling
- Finanzcontrolling
- Investitionscontrolling

Literatur

Adam, D. (2000) Investitionscontrolling, 3. Aufl., München/Wien .
Crone A. / Werner, H. (2007) Handbuch modernes Sanierungsmanagement, München.
Hutzschenreuter, T./Griess-Nega, T. (Hrsg.) Krisenmanagement: Grundlagen - Strategien - Instrumente, Wiesbaden 2006.
Küpper, H.-U. (2005) Controlling, Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 4. Aufl., Stuttgart.
Mensch, G. (2008) Finanzcontrolling, Managementwissen für Studium und Praxis, 2. Aufl., München.
Piontek, J. (2003) Controlling, 2. Aufl., München.
Piontek, J. (2004) Beschaffungscontrolling, 3. Aufl., München.
Preißler, P. (2014) Controlling, Lehrbuch und Intensivkurs, 14. Aufl., München.
Pufahl, M. (2006) Vertriebscontrolling, 2. Aufl., Wiesbaden 2006.
Steinle, C./ Daum, A. (Hrsg.) (2007): Controlling, Kompendium für Controller/innen und ihre Ausbildung, 4. Aufl., Stuttgart.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Controlling III	32
2	Online-Seminar	Controlling III	4
3	Selbststudium	Controlling III	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Produktionsmanagement II: logistische Kennlinien

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6479	Prof. Dr. Jörg Schulte	8	07/2017
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Wirtschaftsingenieur			

Qualifikationsziele

Die logistische Leistungsfähigkeit ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg eines produzierenden Unternehmens am Markt. Aufbauend auf den Kenntnissen der Zusammenhänge bei Produktionsprozessen und Produktionsabläufen lernen die Studenten die aktive Bewertung mit Hilfe von logistischen Kennlinien und Modellen kennen. Basierend auf den Bewertungen erlernen sie Methoden und Verfahren, um die Produktionsprozesse so zu organisieren, dass die Ziele wie kurze Lieferzeiten, hohe Liefertreue, Beherrschung der Durchlaufzeiten erreicht werden. Dabei wird gleichzeitig die Wirtschaftlichkeit durch eine hohe Auslastung bei niedrigen Beständen berücksichtigt.

Die Studierende erlangen Fähigkeiten die Modelle und verschiedene Berechnungsmethoden aktiv zur Optimierung der Produktion anzuwenden und diese auch nachhaltig zu gestalten.

Lehrinhalte

- Beschaffung, Produktion und Absatz
- Logistische Erfolgsfaktoren
- Modelle Produktion und Logistik, Generierung logistischer Kennlinien
- Anwendung logistischer Kennlinien
- Berechnung produktionslogistischer Kennzahlen
- Produktionsprogramm und Mengenplanung
- Termin und Kapazitätsplanung
- Fertigungssteuerung und Berechnung optimale Losgrößen
- Modelle für unterschiedlicher Lagertypen und Arten
- Berechnung optimaler Lagerbestände
- Produktionscontrolling

Literatur

Hansmann, K.-W. : Industrielles Management, München Wien 2006
 Hartmann, H. : Materialwirtschaft, Gernsbach 2002
 Günther, H.-O./ Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, Berlin Heidelberg New York 2009
 Kummer, S. / Grün, O. / Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. München, 2006
 Vahrenkamp, R. / Siepermann, C.: Produktionsmanagement. 5. Aufl. München 2004
 Kiener, S. / Maier-Scheubeck, N. / Obermaier, R. / Weiß, M.: Produktions-Management. Grundlagen der Produktionsplanung und -steuerung. 9. Aufl. München 2009
 Adam, D.: Produktions-Management. 9. Aufl. Wiesbaden 2009
 Nyhuis, P. / Wiendahl, H.-P. / Rossi, R.: Fundamentals of production logistics. Theory, tools and applications ; with 6 tables. Berlin 2009.
 Nyhuis, P. / Wiendahl, H.-P.: Logistische Kennlinien. Grundlagen, Werkzeuge und Anwendungen, 2. Aufl. Berlin 2003
 Wiendahl, H.-P.: Betriebsorganisation für Ingenieure. 7. Aufl. München 2010

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Produktionsmanagement II: Logistische Kennlinien	38
2	Selbststudium	Produktionsmanagement II: Logistische Kennlinien	154
3	Online-Seminar	Fallbeispiele und Übungsaufgaben	8

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 % der Gesamtnote), Präsentation (80 % der Gesamtnote)

Marketing und Vertrieb III

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6474		8	08/2017
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
Betriebswirtschaft	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit aktuellen Herausforderungen und Problemen des Marketings und des Vertriebs vertraut. Sie verstehen Ursachen und Handlungsansätze zur Problemlösung und können Bezüge zur Unternehmenspraxis herstellen. Sie sind in der Lage aus dem Wissen und Verstehen heraus eine Frage- bzw. Problemstellung zu formulieren, für die sie theoriebasiert unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden Gestaltungs- und Lösungsvorschläge entwickeln. Die Gestaltungs- und Lösungsvorschläge werden im Rahmen des Seminars präsentiert und diskutiert. Dabei zeigen die Studierenden, dass sie die gewählten Vorschläge fundiert vertreten können. Durch die Verschiedenheit der Herausforderungen und Probleme bekommen die Studierenden einen fundierten Überblick über aktuelle Probleme und Herausforderungen der Bereiche Marketing und Vertrieb.

Lehrinhalte

Das Seminar wird durch die Studierenden aktiv gestaltet. Auf Grundlage der in den Modulen "Marketing und Vertrieb I" und "Marketing und Vertrieb II" erworbenen Kompetenzen beschäftigen sich die Studierenden schwerpunktmäßig mit einer praxisnahen Problemstellung. Erwartet wird dabei eine weitgehende Eigenständigkeit der Studierenden in den Bereichen Themenabgrenzung, Literaturrecherche, Konzeption und Ausarbeitung der Hausarbeit. Die jeweiligen Themen werden individuell auf Basis konkreter Problemstellungen aus der betrieblichen Umwelt der Studierenden entwickelt. Mögliche Themenbereiche ergeben sich dabei aus den Inhalten der Module "Marketing und Vertrieb I" und "Marketing und Vertrieb II".

Literatur

Erwartet wird neben der Basisliteratur aus den Modulen "Marketing und Vertrieb I" und "Marketing und Vertrieb II", eine Beschäftigung mit aktuellen Veröffentlichungen in Fachzeitschriften.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Marketing und Vertrieb III	32
2	Online-Seminar	Marketing und Vertrieb III	4
3	Selbststudium	Marketing und Vertrieb III	164

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Recht II: Arbeitsrecht

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6381	Hon.-Prof. Dr. Florian Heinze	8	07/2017
Dauer		Periodizität	
8 Wochen		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
Betriebswirtschaft		8. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen die rechtlichen Rahmenbedingungen des betrieblichen Personalmanagements kennen. Sie sind in der Lage, die rechtlichen und damit auch wirtschaftlichen Folgen personalpolitischen Handelns abzuschätzen.

Lehrinhalte

Grundzüge des Individualarbeitsrechts:
- Begründung des Arbeitsverhältnisses
- Rechte und Pflichten der Vertragsparteien
- Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insbesondere Kündigungsrecht

Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts:
- Betriebsverfassungsrecht
- Tarifrecht

Literatur

Junker, A., Grundkurs Arbeitsrecht, aktuelle Aufl., Beck
Arbeitsgesetze, aktuelle Aufl., Beck

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Arbeitsrecht	32
2	Online-Seminar	Arbeitsrecht	4
3	Selbststudium	Arbeitsrecht	162
4	Klausur	Arbeitsrecht	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Onlineaufgaben (20 %), Klausur (80 %)

Bachelor-Thesis und Kolloquium

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
6481	Prof. Dr. Hans Ludwig Meyer	12	02/2015
Dauer		Periodizität	
1 Semester		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
Betriebswirtschaft		8. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden identifizieren aktuelle Herausforderungen und Probleme der Betriebswirtschaftslehre. Sie sind in der Lage daraus eine Fragestellung zu formulieren, für die sie theoriebasiert unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden Gestaltungs- und Lösungsvorschläge entwickeln.

Im Kolloquium soll der Studierende zeigen, dass er in einem Vortrag

- die Ergebnisse der Bachelor-Thesis selbständig erläutern und vertreten kann,
- dabei verwendeten Methoden kritisch zu hinterfragen und zu bewerten;
- darüber hinaus in der Lage ist, mit dem Thema der Arbeit zusammenhängende andere Fragestellungen des Studienggebietes zu erkennen und Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen und
- bei der Bearbeitung gewonnene wissenschaftliche Erkenntnisse und Methoden auf Sachverhalte seiner künftigen Berufstätigkeit anwenden kann und in der Lage ist einen Ausblick der aktuellen wissenschaftlichen Entwicklungen in diesem Wissensgebiet zu geben.

Lehrinhalte

Das Thema der Bachelorarbeit wird zwischen Studierenden, Dozenten und gegebenenfalls Betrieb vereinbart. Die Studierenden werden von einem entsprechenden Fachdozenten der Hochschule betreut. Es sind die Richtlinien zur Anfertigung der Bachelor-Thesis sowie die Richtlinien zur formalen Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten zu berücksichtigen. Die Bearbeitung der Bachelor-Thesis wird durch ein Seminar begleitet.

Literatur

Nach Vereinbarung

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Bachelor-Thesis	4
2	Selbststudium	Bearbeitung Bachelor-Thesis	262
3	Selbststudium	Vorbereitung Kolloquium	33
4	Seminar	Kolloquium	1

Summe: 300

Leistungsnachweis

Bachelor-Thesis (70%) und Kolloquium (30%)