

Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

Interdisziplinäre Durchführung	Anrechnungsjahr		1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
Fachspezifische Durchführung	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.	7. Sem.	8. Sem.
Anrechnungsmodule	Einführung in das Personalrecht 5 ECTS	Buchführung 8 ECTS	Methodik I: Wiss. Arbeiten 2 ECTS	Grundlagen der Digitalen Transformation 6 ECTS	Marketing 6 ECTS	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle 8 ECTS	Projektmanagement 8 ECTS	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung 4 ECTS
Sozialkompetenz im Rahmen der Arbeit 4.0 8 ECTS	Kosten- und Leistungsrechnung 8 ECTS	Einführung in die BWL und das Personalmanagement 6 ECTS	Mathematik/ Statistik 8 ECTS	Innovationsmanagement 8 ECTS	Vertiefer 1.1 8 ECTS	Vertiefer 2.1 8 ECTS	Grundlagen des bürgerlichen Rechts 4 ECTS	
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre 8 ECTS	Lern-, Methoden- und Personal-kompetenz 8 ECTS	Bilanzierung 8 ECTS	New Work Arbeiten und Lernen im Wandel 4 ECTS	Digital Entrepreneurship 8 ECTS	Vertiefer 1.2 8 ECTS	Vertiefer 2.2 8 ECTS	Bachelor-Thesis und Kolloquium 13 ECTS	
45 ECTS		44 ECTS		46 ECTS		45 ECTS		

**berufsbegleitender Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Bachelor of Arts (B.A.)
Übersicht Module und ECTS-Punkte**

	Module	ECTS / Semester								Gesamt ECTS
		1.*	2.*	3.	4.	5.	6.	7.	8.	
I.	Grundlagen/Propädeutik									8
1.	Mathematik/Statistik				8					8
II.	Kommunikation/Sozialkompetenz/ Methodik									26
1.	Sozialkompetenz im Rahmen der Arbeit 4.0 ¹	8								8
2.	Lern-, Methoden- und Personalkompetenz ¹		8							8
3.	Methodik I: Wissenschaftliches Arbeiten			2						2
4.	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung				4					4
5.	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung							4		4
III.	Kernbereich									65
1.	Einführung in das Personalrecht ¹	5								5
2.	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre ¹	8								8
3.	Buchführung ¹		8							8
4.	Kosten- und Leistungsrechnung ¹		8							8
5.	Bilanzierung			8						8
6.	Finanzwirtschaft			6						6
7.	Marketing				6					6
8.	Innovationsmanagement				8					8
9.	Digital Entrepreneurship				8					8
IV.	Interdisziplinärer Kernbereich									36
1.	Einführung in die BWL und das Personalmanagement			6						6
2.	Grundlagen der Digitalen Transformation				6					6
3.	New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel				4					4
4.	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle					8				8
5.	Projektmanagement						8			8
6.	Grundlagen des bürgerlichen Rechts							4		4
IV.	Interdisziplinäre Vertiefung 4. Semester									16
1.	interdisziplinäre Vertiefung I					8				8
2.	interdisziplinäre Vertiefung II					8				8
V.	Interdisziplinäre Vertiefung 5. Semester									16
1.	interdisziplinäre Vertiefung I						8			8
2.	interdisziplinäre Vertiefung II						8			8
VI.	Bachelor-Thesis und Kolloquium							13		13
Summe ECTS-Punkte		21	24	22	22	22	24	24	21	180

*Anrechnungsjahr

¹ Anrechnungsmodule vgl. link

Abkürzungsverzeichnis

BB BBWL	=	berufsbegleitender Studiengang Betriebswirtschaftslehre
BB WI	=	berufsbegleitender Studiengang Wirtschaftsinformatik
ECTS	=	European Credit Transfer System

Methodik I: Wiss. Arbeiten

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB11	Prof. Dr. André von Zobeltitz	2	08/2021
Dauer	Periodizität		
4 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	3. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind befähigt, eigenständig wissenschaftliche Arbeiten zu erstellen. Sie kennen die Grundlagen der Themenfindung, Literaturrecherche sowie Auswertung. Darüber hinaus sind sie mit den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens an der Hochschule Weserbergland vertraut. Insbesondere dient das Modul als Vorbereitung für die Erstellung von theorieorientierten Hausarbeiten.

Lehrinhalte

Wissenschaftliches Arbeiten

- Themenfindung und Eingrenzung von wissenschaftlichen Arbeiten
- Literaturrecherche und -beschaffung
- Literaturlauswertung
- Regeln für das Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten
- Ilias – Onlinekurs zum wissenschaftlichen Arbeiten mit verpflichtenden Kurztests (unbenotet)
- „Schreibwerkstatt“ – Die Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Berger-Grabner, D.: Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Atteslander, P./Ulrich, G.-S./Hadjar, A.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag.
Balzert, H., et al: Wissenschaftliches Arbeiten - Wissenschaft, Quellen, Artefakte, Organisation, Präsentation, Springer.
Kromrey, H./Roose, J./Strübing, J.: Empirische Sozialforschung, UTB Verlag.
Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Beltz Verlag.
Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, Vahlen.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Methodik I: Wissenschaftliches Arbeiten	15
2	Selbststudium - Lernvorbereitung	Methodik I: Wissenschaftliches Arbeiten	4
3	Selbststudium - Lernhandlung	Methodik I: Wissenschaftliches Arbeiten	23
4	Selbststudium - Lernreflektion	Methodik I: Wissenschaftliches Arbeiten	8

Summe: 50

Leistungsnachweis

Schriftliche Ausarbeitung (100 %, bestanden/nicht bestanden, in Kleingruppen von 1-2 Studierenden, Struktur einer Theoriearbeit, 1 Seite zzgl. Verzeichnissen)

Einführung in die BWL und das Personalmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB12	Prof. Dr. Tim Schröder	6	09/2021
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	3. 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. Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen des Personalmanagements zu diskutieren. Sie sind in der Lage, Instrumente und Vorgehensweisen der Personalplanung, -beschaffung, -auswahl, -entwicklung und -freisetzung zu analysieren und anzuwenden. Die Studierenden kennen die Grundlagen der Mitarbeiterführung und können Führungskonzepte und -theorien beschreiben. Die Studierenden sind in der Lage, Führung durch Zielvereinbarungen darzustellen.

Lehrinhalte

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre:

- Die Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft, Theorieansätze in der BWL: Geschichte der BWL, Produktionsfaktoransatz, Entscheidungstheoretischer Ansatz, Systemtheoretischer Ansatz
- Unternehmensziele: Zielarten und Zielhierarchie, Formulierung von Unternehmenszielen
- Der Mensch im Unternehmen und das System der Arbeitsbeziehungen

Personalmanagement:

- Grundlagen des Personalmanagements
- Grundlagen der Mitbestimmung und des Arbeitsrechts
- Personalplanung, Personalbeschaffung und Personalauswahl
- Felder der Personalentwicklung
- Instrumente der Personalentwicklung
- Grundlagen der Mitarbeiterführung
- Führungsstile
- Führen durch Zielvereinbarungen
- Motivations- und Anreiztheorien

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Basisliteratur (zur Anschaffung empfohlen):

Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel.
Scholz, C./Scholz, T. M.: Grundzüge des Personalmanagements, Vahlen.

Weiterführende Literatur:

Eichenberg, T./Hahmann, M./Hördt, O./Luther, M./Stelzer-Rothe, T.: Personalmanagement, Führung und Change Management, De Gruyter.
Grass, B.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Das System Unternehmung, NWB.
Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, de Gruyter.

Jeweils die aktuellste Auflage; zusätzliche Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Einführung in die BWL	15
2	Seminar	Personalmanagement	15
3	Online-Seminar	Einführung in die BWL	6
4	Online-Seminar	Personalmanagement	2
5	Selbststudium - Lernvorbereitung	Einführung in die BWL und das Personalm.	10
6	Selbststudium - Lernhandlung	Einführung in die BWL und das Personalm.	80
7	Selbststudium - Lernreflektion	Einführung in die BWL und das Personalm.	22

Summe: 150

Leistungsnachweis

Präsentation der Planspielergebnisse (100 %, 100 Punkte, Gruppenpräsentation 4-5 Studierende)

Bilanzierung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB13	Prof. Dr. Michelle Peters	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL	3. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden wissen, wie das Unternehmensgeschehen und die Vermögens-/ Finanz- und Ertragslage im betrieblichen Rechnungswesen 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
- Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften nach HGB
- Aufstellungs- und Offenlegungspflichten
- Grundzüge der internationalen Rechnungslegung
- Grundlagen der Bilanzanalyse und der Kennzahlenbildung zur Beurteilung von Liquidität, Stabilität, Ertrag, Rentabilität und Finanzierung

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFR, Vahlen.

Weiterführende Literatur:

Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, IDW.

Coenenberg, A.G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel.

Fickert, R./Geuppert, F./Künzle, A.: Finanzcontrolling, Haupt Verlag.

Küting, K./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse, Schäffer-Poeschel.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Bilanzierung	30
2	Online-Seminar	Bilanzierung	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Bilanzierung	16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Bilanzierung	116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Bilanzierung	32
6	Klausur	Bilanzierung	2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 90 Min.)

Finanzwirtschaft

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB14	Prof. Dr. Meik Friedrich	6	04/2024
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL	3. 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 Anwendungs-kompetenz 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

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen.
Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E.: Finanzmanagement, Springer.

Weiterführende Literatur:

Drukarczyk, J./Lobe, S.: Finanzierung, UTB.
Nöll, B./Wiedemann, A.: Investitionsrechnung unter Unsicherheit, Vahlen.
Rehkugler, H.: Grundzüge der Finanzwirtschaft, De Gruyter.
Schüler, A.: Finanzmanagement mit Excel, Vahlen.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Finanzwirtschaft	30
2	Online-Seminar	Finanzwirtschaft	4
3	Klausur	Finanzwirtschaft	2
4	Selbststudium - Lernvorbereitung	Finanzwirtschaft	12
5	Selbststudium - Lernhandlung	Finanzwirtschaft	80

6	Selbststudium - Lernreflektion	Finanzwirtschaft	22
---	-----------------------------------	------------------	----

Summe: 150

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 90 Min.)

Grundlagen der Digitalen Transformation

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB21	Prof. Dr. Michael Städler	6	06/2022
Dauer		Periodizität	
8 Wochen		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
BB BWL, BB WI		4. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden können typische Problemfelder und Lösungsansätze der digitalen Transformation erkennen und zuordnen. Sie kennen die Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Fachabteilungen bezüglich der Mitarbeit in IT-Projekten zur Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle und der Digitalisierung von Prozessen. Sie können den Wertbeitrag der IT einschätzen und haben erste Erfahrungen bei der Optimierung von Prozessen gesammelt.

Lehrinhalte

Digitale Transformation: Digitale Geschäftsmodelle, Wertbeitrag von IT, Datenschutz/IT-Sicherheit, Geschäftsprozessmodellierung, Prozess- und Datenflüsse inkl. beispielhafter Modellierung, Umsetzung von Prozessen in integrierten Informationssystemen, Optimierung von Prozessen (Grundsätzliche Methoden, Beispiele – z.B. Robotic Process Automation)

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet

Literatur

Kernliteratur:

Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozess-Management - Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen, Springer Vieweg.

Gassmann, O./Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten, Hanser.

Hanschke, I./Lorenz, R.: Strategisches Prozessmanagement - einfach und effektiv, Hanser.

Krcmar, H.: Einführung in das Informationsmanagement, Springer Gabler.

Leimeister, J.M.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Scheer, A.-W.: ARIS - Vom Geschäftsprozess zum Anwendungssystem, Springer.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen der Digitalen Transformation	30
2	Online-Seminar	Grundlagen der Digitalen Transformation	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Grundlagen der Digitalen Transformation	12
4	Selbststudium - Lernhandlung	Grundlagen der Digitalen Transformation	82
5	Selbststudium - Lernreflektion	Grundlagen der Digitalen Transformation	22

Summe: 150

Leistungsnachweis

Hausarbeit (definierte Themenauswahl, 10 Seiten, 100%) in Kleingruppen à 2-3 Studierende

Mathematik/Statistik

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB22	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	8	11/2022
Dauer	Periodizität		
12 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	4. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit grundlegenden Begriffen der Mathematik und Statistik vertraut und können die im Folgenden beschriebenen Methoden 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 beschreibenden Statistik können angewendet werden und auch Statistiken auf ihre Plausibilität geprüft werden.

Lehrinhalte

Wirtschaftsmathematik:

- Lineare und nicht lineare Gleichungen
- Polynomfunktionen
- Extremwertprobleme
- Umgang mit Funktionen und Kurven und die Grundlagen der Differentialrechnung
- Integralrechnung
- partielle Differentialrechnung
- Matrizenrechnung
- Finanzmathematik.

Statistik:

- Aufgaben der Statistik
- statistische Grundbegriffe
- Datenerhebung
- Skalentypen
- Häufigkeitsverteilung und deren Interpretation
- Mittelwerte
- Streuungsmaße
- Zusammenhangsmaße
- Tabellen und grafische Darstellungen
- Zufallsexperimente und Ereignisse
- Korrelationen.

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

- Eichholz, W./Vilkner, E.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik, Hanser.
Quatember, A.: Statistik ohne Angst vor Formeln, Pearson Studium.

Weiterführende Literatur:

- Eichholz, W./Vilkner, E.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik, Hanser.
Fahrmeir, L., et al.: Statistik – Der Weg zur Datenanalyse, Springer Spektrum.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Mathematik/Statistik	30
2	Online-Seminar	Mathematik/Statistik	20

3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Mathematik/Statistik	15
4	Selbststudium - Lernhandlung	Mathematik/Statistik	119
5	Selbststudium - Lernreflektion	Mathematik/Statistik	15
6	Klausur	Mathematik/Statistik	1

Summe: 200

Leistungsnachweis

Klausur Mathematik (60 Min., 40%, 100 Punkte), Onlineaufgaben Mathematik (Umfang 1-5 Seiten, 10%, 100 Punkte), Präsentation Statistik (50%, 100 Punkte, Online-Format in Kleingruppen bis 4 Studierende) Die Modulnote setzt sich aus den drei Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB24	Prof. Dr. André von Zobeltitz	4	07/2022
Dauer	Periodizität		
4 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	4. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen Kenntnisse der wichtigsten qualitativen Methoden der empirischen Sozialforschung in Theorie und Anwendung, mit einem Einblick in die für die verschiedenen Problemzusammenhänge der Praxis und Forschung wichtigsten Konzepte der Forschungsplanung und der Datengewinnung sowie der Beschreibung und Interpretation qualitativer Daten auf den Grundlagen der sozialwissenschaftlichen Forschung erwerben.

Der Studierenden erwerben analytische Kompetenzen durch kritische und systematische Auseinandersetzung mit unterschiedlichen empirischen Forschungsmethoden. Sie sind befähigt, eigenständig Befragungen durchzuführen und diese wissenschaftlich zu analysieren.

Lehrinhalte

Forschungsmethodik:

- Der Begriff der empirischen Sozialforschung
- Forschungsplanung und der Forschungsprozess
- Wissenschaftliche Gütekriterien (Validität, Objektivität und Reliabilität) und deren Limitationen bei qualitativen Arbeiten
- Erhebungsverfahren der qualitativen Sozialforschung (bspw. Beobachtung, Interview, Gruppendiskussion)
- Erstellung von Interviewleitfäden und die Dokumentation von Interviews
- Aufbereitungs- (bspw. wörtliche Transkription, zusammenfassendes Protokoll) und ausgewählte Auswertungsmethoden im Rahmen der qualitativen Sozialforschung

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Berger-Grabner, D.: Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Atteslander, P./Ulrich, G.-S./Hadjar, A.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag.
Balzert, H., et al: Wissenschaftliches Arbeiten - Wissenschaft, Quellen, Artefakte, Organisation, Präsentation, Springer.

Kromrey, H./Roose, J./Strübing, J.: Empirische Sozialforschung, UTB Verlag.

Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Beltz Verlag.

Steiner, E./Benesch, M.: Der Fragebogen, UTB Verlag.

Jeweils die aktuelle Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung	15
2	Online-Seminar	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung	6
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung	8
4	Selbststudium - Lernhandlung	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung	59

5	Selbststudium - Lernreflektion	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung	12
---	-----------------------------------	---	----

Summe: 100

Leistungsnachweis

Schriftliche Ausarbeitung (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 2-3 Studierenden)

New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB23	Prof. Dr. André von Zobeltitz	4	12/2020
Dauer	Periodizität		
4 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	4. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Zusammenhänge der Themenfelder Wandel von Arbeit, Digitalisierung und Kompetenzentwicklung im betrieblichen Umfeld. Anknüpfend an die Begriffe „Arbeiten 4.0“ und „Lernen 4.0“ wird das Verhältnis von Subjekt, Organisation und Technologie theoriegeleitet reflektiert. Die Studierenden entwickeln eine kritische Perspektive auf die Gestaltung von Lern- und Kommunikationsprozessen im Kontext der Digitalisierung. Durch den Einsatz unterschiedlicher erfahrungs- und handlungsorientierter Lehr- und Lernmethoden werden darüber hinaus die Sozial- und Methodenkompetenzen der Studierenden gefördert. Die Studierenden reflektieren den Begriff „Arbeit“ im internationalen Kontext und diskutieren, in wie fern sich Arbeit in Deutschland und international verändert.

In diesem Modul können einzelne Modulinhalte auf Englisch vermittelt werden. Die Nutzung englisch-sprachiger Fachliteratur wird empfohlen.

Lehrinhalte

- Arbeit, IT und Digitalisierung – wie technische Themen die Arbeitswelt verändern
- Reflexive Handlungsfähigkeit
- Arbeit im Wandel und „der Wissensarbeitsplatz der Zukunft“
- Lernen und Kompetenzentwicklung
- Verknüpfung von Kompetenz- und Organisationsentwicklung
- Digitalisierung und Arbeiten 4.0
- Digitale Kommunikation
- Lernen 4.0
- Lernen und Arbeiten im internationalen Kontext – Veränderung der internationalen Arbeitswelt
- Megatrends (digitaler) Arbeit

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen: Hofmann, J.: Arbeit 4.0 - Digitalisierung, IT und Arbeit, Springer Vieweg.

Weiterführende Literatur:

Bergmann, F.: Neue Arbeit, neue Kultur, Arbor.

Carstensen, T.: Neue Anforderungen und Belastungen durch digitale und mobile Technologien. In: WSI-Mitteilungen, 2015, https://www.boeckler.de/data/wsimit_2015_03_carstensen.pdf

Dehnbostel, P.: Betriebliche Bildungsarbeit. Schneider bei wbv.

Frey, C.B./Osborne, M.B.: The Future of Employment: How susceptible are jobs to computerisation?, In Oxford Working Paper, 2023

<https://oms-www.files.svdedn.com/production/downloads/academic/future-of-employment.pdf>

Hirsch-Kreinsen, H.: Zum Verhältnis von Arbeit und Technik bei Industrie 4.0. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 2016, Ausgabe 66, S. 10-17.

Pongratz, H. J./Voß, G. G.: Arbeitskraftunternehmer. Erwerbsorientierungen in entgrenzten Arbeitsformen, Sigma.

Rinne, U./Zimmermann, K. F.: Die digitale Arbeitswelt von heute und morgen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 2016, Ausgabe 66, S. 3-9.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Wandel von Arbeit, Organisations- und Lernkulturen	6
2	Seminaristische Vorlesung	Digitalisierung und Lernen 4.0	9
3	Online-Seminar	New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel	4
4	Selbststudium - Lernvorbereitung	New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel	9
5	Selbststudium - Lernhandlung	New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel	56
6	Selbststudium - Lernreflektion	New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel	16

Summe: 100

Leistungsnachweis

Testat (100 %, bestanden / nicht bestanden) durch Bearbeitung einer Fallstudie
--

Marketing

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB31	Prof. Dr. André von Zobeltitz	6	08/2022
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit grundlegenden Begriffen, Besonderheiten und Theorieansätzen des Marketings vertraut. Sie entwickeln ein Verständnis für die Komplexität und Vernetztheit unterschiedlicher Abteilungen in Unternehmen in Hinsicht auf das Marketing und können dabei Bezüge zur betrieblichen Praxis herstellen. Sie erwerben die Fähigkeit, aus dem strategischen Bereich sowie der Portfolioanalyse des Marketings operative Maßnahmen abzuleiten und kennen aktuelle Trends im Marketing. Die Studierenden sind mit grundlegenden Begriffen, Besonderheiten und Theorieansätzen des Dienstleistungsmarketings vertraut. Sie wissen um die Bedeutung von Kundenzufriedenheit und können diese Kenntnisse in Bezug auf ein mögliches Beschwerdemanagement anwenden.

Lehrinhalte

Grundlagen und aktuelle Trends im Marketing:

- Begriff und Wesen des Marketings
- Marketing und Ethik
- Aufgaben des operativen Marketings (4-P)
- strategische Marketingplanung und Marketingplanung
- (Portfolio-) Analyse (inkl. BCG-Matrix)
- aktuelle Trends des Marketings und der Marketingforschung
- Die Bedeutung von Kundenzufriedenheit und aktives Beschwerdemanagement

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Kotler, P./Armstrong, G./Harris, L.C./He, H.: Grundlagen des Marketing, Pearson Studium.

Weiterführende Literatur:

Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Springer Gabler.

Kreis, H./Wildner, R./Kuß, A.: Marktforschung - Datenerhebung und Datenanalyse, Springer Gabler.

Meffert, H., et al: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Springer Gabler.

Peuser, M.: Marketingwissen für Studium und Praxis, Erich Schmidt Verlag.

Jeweils die aktuelle Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Marketing	30
2	Online-Seminar	Marketing	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Marketing	12
4	Selbststudium - Lernhandlung	Marketing	82
5	Selbststudium - Lernreflektion	Marketing	22

Summe: 150

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte)

Innovationsmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB32	Prof. Dr. Timm Eichenberg	8	08/2022
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Grundlagen von Innovation als Voraussetzung nachhaltiger unternehmerischer Tätigkeit vertraut und kennen die Grundbegriffe des Innovationsmanagements. Sie sind in der Lage, ein Innovationsmanagementsystem nach ISO 56002 zu analysieren, zu gestalten und zu bewerten. Die Rolle von Strategie und Führung, Innovationskultur und Mitarbeitende, Strukturen und Innovationsprozesse sowie die Integration verbundener Managementdisziplinen sind in Bezug auf Innovationsmanagement verstanden. Die Studierenden sind zur Anwendung der ISO-Inhalte auf praktische und eigene Fragestellungen befähigt.

Lehrinhalte

- Allgemeine Definition des Innovationsbegriffs und die Grundsätze des Innovationsmanagements
- Die internationale Norm „ISO 56002:2019“ für Innovationsmanagementsysteme
 - o Allgemeine Grundlagen
 - o Planen-Durchführen-Prüfen-Handeln-Zyklus (PDCA-Zyklus)
 - o Umgang mit Unsicherheit und Risiko
 - o Integrierte Managementsysteme und Bezugsnormen
- Die 7 Dimensionen (und ihre Subdimensionen) des Innovationsmanagementsystems:
 - o Kontext
 - o Führung
 - o Planung
 - o Unterstützung
 - o Betrieb
 - o Messung
 - o Verbesserung
- Toolbox Innovationsmanagement: Methoden und Frameworks für die praktische Anwendung
- Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Hauschildt, J./Salomo, S./Schultz, C./Kock, A.: Innovationsmanagement, Vahlen.
 DIN EN ISO 56002:2021-08: Innovationsmanagement – Innovationsmanagementsystem – Leitfaden (ISO 56002:2019)

Weiterführende Literatur:

Aerssen, B. van/Buchholz, C.: Das große Handbuch der Innovation, Vahlen.
 Kaschny, M./Nolden, M./Schreuder, S.: Innovationsmanagement im Mittelstand, Springer Gabler.
 Vahs, D./Brem, A.: Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel.
 Völker, R./Friesenhahn, A.: Innovationsmanagement 4.0, Kohlhammer.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Innovationsmanagement	30
2	Online-Seminar	Innovationsmanagement	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Innovationsmanagement	16

4	Selbststudium - Lernhandlung	Innovationsmanagement	117
5	Selbststudium - Lernreflektion	Innovationsmanagement	32
6	Klausur	Innovationsmanagement	1

Summe: 200

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 60 Min.)

Digital Entrepreneurship Lab

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB33	Prof. Dr. Maren Luther	8	10/2022
Dauer		Periodizität	
8 Wochen		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
BB BWL		5. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden erfahren die Besonderheiten des Digital Entrepreneurship im Vergleich zum klassischen Unternehmertum. Sie lernen Methoden, um aus einer Idee konkrete Geschäftsmodelle zu entwickeln sowie Möglichkeiten, um von den Erfahrungen erfolgreicher Unternehmen zu profitieren. Die Studierenden kennen den Prozess von der Ideenfindung bis zum Launch eines digitalen Produktes. Dabei erfahren sie Grundlegendes zur Phase der Marktrecherche, der Prototypentwicklung und des Markteintritts. Die Studierenden wissen, was eine erfolgreiche Persönlichkeit eines Entrepreneurs auszeichnet, welche Kompetenzen Erfolg versprechend sind und erhalten Basiswissen zur Teamgründung. Sie kennen grundlegende Anforderungen an einen Businessplan.

Im Innovation Lab der Hochschule Weserbergland lernen die Studierenden Methoden des agilen Arbeitens kennen und erproben ausgewählte Methoden in einem praxisorientierten Workshop. Sie reflektieren hierbei die Bedeutung agiler Arbeitsmethoden für die digitale Zusammenarbeit.

Lehrinhalte

- Digital Entrepreneurship in Abgrenzung zum klassischen Unternehmertum
- Entwicklung von Geschäftsmodellen
- Prozess der Ideenfindung bis zum Launch eines digitalen Produkts
- Gründungspersönlichkeit, Kompetenzen, Teamgründung
- Anforderungen an einen Businessplan
- Design Thinking als agile Arbeitsmethode

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Lewrick, M./Link, P./Leifer, L.: Das Design Thinking Playbook, Vahlen.
 Pioch, S.: Digital Entrepreneurship, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Allen, J.: Digital Entrepreneurship, Routledge.
 Bartl, D. et al. (Dark Horse): Digital Innovation Playbook, Murmann Verlag.
 Gerling, A./Gerling, G.: Der Design-Thinking-Werkzeugkasten, dpunkt.
 Kollmann, T.: Digital Entrepreneurship, Springer Gabler.
 Lewrick, M./Link, P./Leifer, L.: Das Design Thinking Toolbook, Vahlen.
 Soltanifar, M./Hughes, M./Göcke, L.: Digital Entrepreneurship, Springer.
 Uebernickel, F./Pukall, B./Brenner, W.: Design Thinking - Das Handbuch, Frankfurter Allgemeine Buch.

Jeweils in der aktuellen Auflage.

Die Nutzung englischsprachiger Fachliteratur wird empfohlen.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Digital Entrepreneurship	30
2	Online-Seminar	Digital Entrepreneurship	4

3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Digital Entrepreneurship	18
4	Selbststudium - Lernhandlung	Digital Entrepreneurship	116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Digital Entrepreneurship	32

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 3-5 Studierenden)
--

Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB41	Prof. Dr. Maren Luther	8	03/2023
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	6. 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. Sie sind in der Lage, Geschäftsmodelle, vor allem für digitale Dienste, zu analysieren und zu erarbeiten.

Lehrinhalte

Grundlagen der Unternehmensführung
 Normatives Management und Zusammenhang mit Strategischer Unternehmensführung
 Grundlagen des Strategischen Managements
 Prozess der strategischen Planung
 - Strategische Analyse
 - Strategieentwicklung
 - Strategieimplementierung
 - Strategische Kontrolle

Digitale Geschäftsmodelle
 -Grundlagen zu Geschäftsmodellen und digitalen Geschäftsmodellen
 -Grundlagen der Digitalwirtschaft
 -DVC-Framework (Digital Value Creation) und Business Model Canvas als Analyse- und Konzeptionsinstrument

Grundzüge wissenschaftlichen Arbeitens mit dem Schwerpunkt auf qualitativer Methodik

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:
 Reisinger, S./Gattringer, R./Strehl, F.: Strategisches Management, Pearson Studium.
 Hoffmeister, C.: Digital Business Modelling, Hanser.

Weiterführende Literatur:
 Bozem, K./Nagl, A.: Digitale Geschäftsmodelle erfolgreich realisieren, Springer Gabler.
 Eichenberg, T., et al.: Unternehmensführung, De Gruyter Oldenbourg.
 Gassmann, O./Frankenberger, K./Choudury, M.: Geschäftsmodelle entwickeln, Hanser.
 Hoffmeister, C./Borecke, Y.: Think new! 25 Erfolgsstrategien im digitalen Business, Hanser.
 Hungenberg, H./Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Springer Gabler.
 Jaekel, M.: Die Anatomie digitaler Geschäftsmodelle, Springer Vieweg.
 Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation, Campus.
 Whittington, R., et al.: Strategisches Management, Pearson Studium.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle	30

2	Online-Seminar	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle	16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle	118
5	Selbststudium - Lernreflektion	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle	32

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit (100 %, 100 Punkte, 10 Seiten, Themen werden im Laufe der Veranstaltung vergeben)
--

Controlling I: Tax Management

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB44	Prof. Dr. Michelle Peters	8	08/2023
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen das deutsche Steuersystem und die Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre vor dem Hintergrund verschiedener Rechtsformen. Sie sind in der Lage, Besteuerungssachverhalte unterschiedlicher Komplexität zu erkennen und zu lösen und den steuerlichen Gewinn nebst Steuerbelastung abzuleiten. Daneben können die Studierenden den Einfluss der Besteuerung auf typische unternehmerische Entscheidungen analysieren und bewerten. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Besteuerung des Unternehmenserfolgs. Daneben kennen die Studierenden die Grundlagen der Umsatzbesteuerung.

Lehrinhalte

- Das deutsche Steuersystem und Einführung in das deutsche Steuerrecht
- Grundlagen der unternehmerischen Rechtsformen (Personen- und Kapitalgesellschaften)
- Ertragsbesteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften:
- Grundlagen der Körperschaftsteuer und der Einkommensteuer
- Grundlagen der Gewerbesteuer
- Grundlagen der Umsatzsteuer

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Kußmaul, H.: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, De Gruyter Oldenbourg.

Weiterführende Literatur:

Becksche Textausgabe Aktuelle Wirtschaftsgesetze.

Jacobs, O.H./Scheffler, W./Spengel, C.: Unternehmensbesteuerung und Rechtsform, C.H. Beck.

Rose, G./Watrin, C.: Ertragsteuern, Erich Schmidt Verlag.

Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen, C.F. Müller.

Schreiber, U.: Besteuerung der Unternehmen, Springer Gabler.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung	30
2	Online-Seminar	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung	16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung	116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte) (in Kleingruppen von 2-3 Studierenden)

Digital Services und Security I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB43	Prof. Dr. Florian Schimanke	8	08/2023
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Grundlegenden Aspekte und Zusammenhänge des Dienstleistungsmanagement. Sie sind sich der Rolle des Kunden in einer Serviceökonomie bewusst.

Die Studierenden kennen Aspekte der Strategischen Unternehmensplanung von Dienstleistungen, können neue Dienstleistungen entwickeln und managen. Sie sind mit dem Begriff der digitalen Wertschöpfungskette, insbesondere vor dem Hintergrund von E-Business und E-Commerce vertraut und sind in der Lage, digitale Services zu analysieren und zu entwickeln.

Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Arten von Computer-Malware zu identifizieren und klassifizieren. Sie sind sich über das daraus resultierende Gefahrenpotenzial bewusst, verfügen über grundsätzliche Kenntnisse in den Bereichen Betriebssystem- und Softwaresicherheit und können mit Werkzeugen zur Herstellung einer grundlegenden Computer-Sicherheit in verschiedenen Betriebssystem- und Netzwerkumgebungen umgehen. Die Studierenden sind in der Lage, Risiken und Gefahren für Computersysteme zu erkennen (Awareness) und proaktiv zu vermeiden. Darüber hinaus sind sie vertraut mit Begriffen und Konzepten aus den Bereichen Angriffsarten, Angriffstechniken, Angreifer- Klassifizierung, Angriffsmotivation, Verteidigungskonzepte sowie dem Vorgehen und Ergreifen von Maßnahmen zur Verteidigung von Computersystemen.

Lehrinhalte

Digital Services:

- Bedeutung und Charakteristika von Dienstleistungen und digitaler Produkte
- Der Begriff des Dienstleistungsmanagement
- Der Kunde im Fokus / Der Kunde in der Serviceökonomie
- Strategische Unternehmensplanung von Dienstleistungen
- Service Engineering / Entwicklung neuer Dienstleistungen
- Service Operation Management
- Der Begriff der Digitalen Wertschöpfungskette
- Digitale Transformation von Dienstleistungen
- eBusiness und eCommerce

Grundlagen der Cybersicherheit:

- Definition, Arten und Klassifikation verschiedener Arten von Malware: Viren, Trojaner, Ransomware, Scareware, Hoaxes, Keylogger, Würmer, Spyware, Adware, etc.
- Awareness zu aktuellen Gefahrenpotenzialen und entsprechendes Handeln
- Abwehrmaßnahmen gegen Malware (Grundlagen): Firewallarten, Virens Scanner, DMZ, Intrusion Detection/Prevention Systeme Angriffsarten von intern und extern, Angriffstechniken (Einschleusen von Viren, Social Engineering, Fishing, etc.), Arten von Angreifern („Skript-Kiddies“, Industriespionage, etc.) □ Awareness

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet

Literatur

Basisliteratur:

- Eckert, C.: IT-Sicherheit, De Gruyter Oldenbourg.
Haller, S./Wissing, C.: Dienstleistungsmanagement, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Beutelspacher, A./Schwenk, J./Wolfenstetter, K.-D.: Moderne Verfahren der Kryptographie, Springer Spektrum.
 Buell, D.: Grundlagen der Kryptographie, Springer Vieweg.
 Bruhn, M./Hadwich, K.: Dienstleistungen 4.0 - Geschäftsmodelle, Wertschöpfung, Transformation, Springer Gabler.
 Bruhn, M./Hadwich, K.: Dienstleistungen 4.0 - Konzepte, Methoden, Instrumente, Springer Gabler.
 Bruhn, M./Hadwich, K.: Service Business Development - Methoden, Erlösmodelle, Marketinginstrumente, Springer Gabler.
 Bruhn, M./Hadwich, K.: Service Business Development -Strategien, Innovationen, Geschäftsmodelle, Springer Gabler.
 Eckert, C.: IT-Sicherheit, De Gruyter Oldenbourg.
 Haller, S./Wissing, C.: Dienstleistungsmanagement, Springer Gabler.
 Meier, A./Stormer, H.: eBusiness & eCommerce, Springer.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung I Digital Services und Security I - Dienstleistungsmanagement	21
2	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung I Digital Services und Security I – Grundlagen der Datensicherheit	9
3	Online-Seminar	Vertiefung I: Digital Services und Security I	4
4	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Digital Services und Security I	16
5	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Digital Services und Security I	116
6	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Digital Services und Security I	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (100%, 100 Punkte, Dienstleistungsmanagement, als Einzelleistung oder in Kleingruppen à 2-3 Studierende) und Testat (bestanden/nicht bestanden, aktive Teilnahme Grundlagen der Datensicherheit). Zum Bestehen des Moduls müssen beide Prüfungsleistungen bestanden werden, die Modulnote entspricht der Note der Präsentation.

Requirements Engineering I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB42	Prof. Dr. Jens Wiggerbrock	8	02/2026
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Ziele, Aufgabengebiete und Rollenverteilung des Requirements Engineering.

Grundlagen zielgerichteter Kommunikation und Teamarbeit werden vermittelt. Die Studierenden sind in der Lage, bestehende Prozesse zu analysieren und darzustellen; Sollprozesse in Abhängigkeit der bestehenden IT-Systeme zu entwerfen sowie Anwendungsfälle (use cases) für die Prozesse zu erstellen. Sie können Prozesse und Anwendungsfälle in formale Notationen überführen (ARIS eEPK / BPMN 2.0 bzw. UML use cases).

Lehrinhalte

Modul 1
 Die Rolle des Business Analysten - Grundlagen
 Haltung und Verhalten - Erreichen von TOP-Qualität
 Interaktion mit dem Kunden - Gesprächsführung
 Informationen gewinnen - Fragetechnik
 Zusammenarbeit mit anderen – Erfolgsfaktoren der Teamarbeit

Modul 2
 Geschäftsprozesse – Wertschöpfung des Unternehmens
 Geschäftsprozessanalyse
 Fallstudie Geschäftsprozessmodellierung und -optimierung
 Business Process Management

Modul 3
 Übergang von der Prozesssicht zur Systemsicht
 Objektorientierte Anforderungsanalyse mit UML
 Use Cases und weitere Ergebnistypen der UML
 Klassenmodellierung
 UI-Design und Ergonomie

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
 Rupp, C.: Requirements-Engineering und -Management, Hanser.

Weiterführende Literatur:
 Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozess-Management, Springer Vieweg.
 Oestereich, B./Scheithauer, A.: Die UML-Kurzreferenz 2.5 für die Praxis, De Gruyter Oldenbourg.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Vertiefung I: Requirements Engineering I	30
2	Online-Seminar	Vertiefung I: Requirements Engineering I	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Requirements Engineering I	16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Requirements Engineering I	116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Requirements Engineering I	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte)

Controlling II: Controlling und Nachhaltigkeit

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB47	Prof. Dr. Michelle Peters	8	08/2023
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Bedeutung des Controllings im Unternehmen und können grundlegende Konzepte des strategischen Controllings sowie daraus resultierenden Aufgaben und Instrumente beschreiben, analysieren und bewerten. Daneben kennen die Studierenden die Relevanz von Nachhaltigkeit für unternehmerische Entscheidungen, können darauf basierend (neue) strategische und operative Aufgaben und Instrumente des Controllings ableiten und steuerungsrelevante Kennzahlen (KPIs) entwickeln. Sie kennen die relevanten rechtlichen Regelungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung und können deren Einfluss auf die Unternehmenssteuerung beurteilen. Zudem verstehen sie die Entwicklung weg von einer separaten Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung hin zu einer ganzheitlichen Unternehmensberichterstattung.

Lehrinhalte

- Definition, Bedeutung und Organisation des Controllings
- Instrumente des strategischen Controllings
- Planungs-, Informations- und Berichtssysteme sowie Digitalisierung des Controllings
- Grundlagen der Nachhaltigkeit sowie strategisches und operatives Nachhaltigkeitscontrolling
- Nachhaltigkeitskennzahlen
- Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Britzelmaier, B.: Controlling - Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Pearson Studium.
 Sailer, U.: Nachhaltigkeitscontrolling, UTB Verlag.
 Sopp, K./Baumüller, J./Scheid, O.: Nachhaltigkeitsberichterstattung, NWB.

Weiterführende Literatur:

Baum, H.-G./Coenberg, A.G./Günther, T.: Strategisches Controlling, Schäffer-Poeschel.
 Colsman, B.: Nachhaltigkeitscontrolling, Springer Gabler.
 Freiberg, J., Bruckner, A.: Corporate Sustainability, Haufe-Lexware.
 Gleich, R./Tschandl, M.: Digitalisierung & Controlling, Haufe-Lexware.
 Hartke, V./Wilhelm, B.: Nachhaltigkeitsberichterstattung im Mittelstand, IDW.
 Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling, Vahlen.
 Kaplan, R.S./Norton, D.P.: Balanced Scorecard. Schäffer-Poeschel.
 Klein, A./Gräf, J.: Nachhaltigkeit in der Unternehmenssteuerung, Haufe-Lexware.
 Küpper, H.-U.: Controlling - Konzeption, Aufgaben, Instrumente, Schäffer-Poeschel.
 Steinle, C./Daum, A.: Controlling, Schäffer-Poeschel.
 Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling	30
2	Online-Seminar	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling	16

4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling	116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte) (in Kleingruppen von 2-3 Studierenden)

Digital Services und Security II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB46	Prof. Dr. Florian Schimanke	8	08/2023
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Grundlagen internetbasierter Dienstleistungen und ihrer Geschäftsmodelle. Sie wissen, wie Produkte entwickelt werden können, welche Rahmenbedingungen bei Vermarktung und Betrieb zu berücksichtigen sind und welche Geschäftsmodelle existieren. Sie können Geschäftsmodelle und Produkte bewerten und die zu ihrer Realisierung möglichen Prozesse und Infrastrukturen definieren.

Die Studierenden sind mit Konzepten der Kundeninteraktion im Rahmen internetbasierter Dienstleistungen vertraut. Sie kennen die Grundbegriffe der Dimensionen Support und klassischer Kundenschnittstellen. Sie kennen Technologien zur Realisierung automatisierter Kundeninteraktion sowie die Grundlagen der Kundeninteraktion allgemein. Sie können Supportprozesse definieren und Kundeninteraktion gestalten.

Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse in dem Bereich ethische Entscheidungsfindung. Sie handeln dabei mit der Kenntnis vorhandener Normen, Gesetze, Regelungen und Rechtsprechungen in verschiedenen Bereichen. Das Lernziel ist die Fähigkeit, Standards und Regelungen schnell erfassen und für den praktischen Alltag einordnen zu können. Ferner wird die Fähigkeit vermittelt, bestehende und in Verhandlung befindliche Regelungen zu hinterfragen, ihre Sinnhaftigkeit zu beurteilen und deren wahrscheinliche, zukünftige Entwicklung einzuschätzen.

Lehrinhalte

Geschäftsmodelle:

Geschäftsmodelle der Internet Economy/Sharing Economy (Amazon, Ebay, Uber, Airbnb), Plattformökonomie, Produkte, Managementstrukturen, Infrastruktur zum Betrieb Internetbasierter Dienstleistungen aus Managementsicht, Payment, Lebenszyklus internetbasierter Dienstleistungen

Kundeninteraktion:

Kundeninteraktion im Internet, Supportebenen, automatisierter Support, Web-Usability, mobile Usability, Corporate Design, Customer Journey, Customer Experience Management, Chatbots, Suchmaschinen, Interaction Design

IT Sicherheit:

- Branchenspezifische Normen und Compliance-Standards sowie deren praktische Relevanz
- Datenschutz und IT-Security über Compliance hinaus
- Einschätzung aktueller Technologien
- Einschätzung zum Thema Cyber-Warfare (insb. im Industriebereich)
- Einschätzung von Terms of Services
- Diskussion und Einordnung aktueller Fälle

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet

Literatur

Basisliteratur:

Scheer, C./Loos, P./Deelmann, T.: Geschäftsmodelle und internetbasierte Geschäftsmodelle, ALB-HNI-Verlag, https://bevh.org/fileadmin/content/04_politik/Digitalisierung/Quellen/pb02_geschmod.pdf.
Kuehling, J./Klar, M./Sackmann, F.: Datenschutzrecht, C. F. Müller.

Weiterführende Literatur:

Auer, C./Bartsch, S./Meyer, A.: Die Bedeutung von Technologien in der Dienstleistungsmarketingforschung; In: Roth, S./Horbel, C./Popp, B. (Hrsg.): Perspektiven des Dienstleistungsmanagements, pp. 699–715, Springer.

Brandão, T.K./Wolfram, G.: Digital Connection, Springer Gabler.
 Brenner, M., et al.: Praxisbuch ISO/IEC 27001, Hanser.
 Chan, J.K.H./Zhang, Y.: Sharing by Design, Springer.
 Dinniss, H. H.: Cyber Warfare and the Laws of War; in: Cambridge Studies in International and Comparative Law, Band 92, Cambridge University Press.
 Ertel, A./Laborenz, K.: Responsive Webdesign, Rheinwerk.
 Halberstadt, J.: Globale und nationale First-Mover-Vorteile internetbasierter Geschäftsmodelle, Springer Gabler.
 Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Springer Gabler.
 Keßler, E./Rabsch, S./Mandic, M.: Erfolgreiche Websites, SEO, SEM, Online-Marketing, Kundenbindung, Usability.
 Krug, S.: Don't make me think! MITP.
 Pätzold, M.: Neue Wettbewerbspolitik im 21. Jahrhundert, Springer Gabler.
 Roscini, M.: Cyber Operations and the Use of Force in International Law, Oxford University Press.
 Stummeyer, C./Köber, B.: Amazon für Entscheider, Springer Gabler.

Allgemeine Erklärung der Menschenrechte:
<https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/german-deutsch?LangID=ger>
 Europäische Datenschutzgrundverordnung:
<https://dsgvo-gesetz.de/>

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung II: Digital Service II - Geschäftsmodelle und Kundeninteraktion	24
2	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung II: Digital Service II - IT Sicherheit	6
3	Online-Seminar	Digital Services und Security II	4
4	Selbststudium - Lernvorbereitung	Digital Services und Security II	16
5	Selbststudium - Lernhandlung	Digital Services und Security II	116
6	Selbststudium - Lernreflektion	Digital Services und Security II	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit (100%, 100 Punkte, Geschäftsmodelle und Kundeninteraktion, 15 Seiten, als Einzelleistung oder in Kleingruppen à 2 Studierende) und Testat (bestanden/nicht bestanden, aktive Teilnahme IT-Sicherheit). Zum Bestehen des Moduls müssen beide Prüfungsleistungen bestanden werden, die Modulnote entspricht der Note der Hausarbeit.

Requirements Engineering II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB45	Prof. Dr. Jens Wiggerbrock	8	02/2026
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden können anhand von Informationen der Fachabteilung Systeme, Akteure und Anforderungen identifizieren und klassifizieren. Sie sind in der Lage, valide Dokumente als fachliche Konzepte zu erstellen und den Softwareentwicklern als Umsetzungsgrundlage zur Verfügung zu stellen.

Die Studierenden haben gelernt, Anforderungsworkshops zielgruppen- und ergebnisorientiert vorzubereiten und durchzuführen. Störfaktoren in der Anforderungsanalyse (Gruppendynamik) werden erkannt und sinnvoll gehandhabt. Die Studierenden können professionell auf projektgefährdende Einflüsse reagieren. Konkurrierende Anforderungen können gewichtet und priorisiert werden.

Lehrinhalte

Modul 4

Ziele der Anforderungserhebung – Welche Ergebnistypen werden wann im Projekt erstellt?
Anforderungen detaillieren – Von der Idee zur widerspruchsfreien Spezifikation; Vertiefung Use Cases
Abnahmekriterien und Testfälle aus Anforderungen ableiten
Anforderungsworkshops vorbereiten, planen, durchführen und nachbereiten
Moderationstechniken je nach Situation und Problemstellung auswählen
Techniken der moderierten Anforderungsanalyse: Interview- und Workshopstechniken
Umgang mit Störungen, Probleme und Konflikte im Workshop

Modul 5

Demand Management – Von der Idee zur Realisierung
Anforderungen in Dokumenten valide und verständlich organisieren und dokumentieren.
Effiziente Planung von Projekten
Priorisierung und Gewichtung von Anforderungen, Projektcontrolling aus Anforderungssicht
Vorgehensmodelle und Roadmaps
Klassisches Vorgehen vs. Agile Ansätze; Scrum
Tailoring von Projekten

Modul 6

Projektsimulation:
Von der Idee bis zur Umsetzung – umfangreiche Fallstudie zur Business Analyse.
Anforderungsarten
Priorisierung und Gewichtung von Anforderungen, Projektcontrolling aus Anforderungssicht
Anforderungen in Dokumenten valide und verständlich organisieren und dokumentieren.

Projektsimulation:
Von der Idee bis zur Umsetzung - vollumfängliche Fallstudie in Rollenspielerischer Umgebung.

Anhand der Anforderungen können Vorgaben für Testszenarien erstellt werden.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Anderl, N.: Tools für Projektmanagement, Workshops und Consult, PUBLICIS.
Rupp, C.: Requirements-Engineering und -Management, Hanser.

Weiterführende Literatur:
International Institute of Business Analysis: BABOK® v3, Dr. Götz Schmidt.
Vigenschow, U./Schneider, B./Meyrose, I.: Soft Skills für Softwareentwickler, dpunkt.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Vertiefung II: Requirements Engineering II	30
2	Online-Seminar	Vertiefung II: Requirements Engineering II	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Requirements Engineering II	16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Requirements Engineering II	116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Requirements Engineering II	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit (100%, 100 Punkte, Geschäftsprozess und Anforderungsanalyse, 10 Seiten als Einzelleistung oder 15-20 Seiten in Kleingruppen à 2-3 Studierende)

Projektmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB51	Prof. Dr. Timm Eichenberg	8	12/2025
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Grundlagen des Projektmanagements nach IPMA/GPM vertraut. Sie kennen die Methoden und Verfahren des Projektmanagements und können diese auf Vorhaben im Unternehmen anwenden. Die Studierenden kennen agile Methoden des Projektmanagements und können diese auf Vorhaben im Unternehmen anwenden. Sie sind in der Lage, für die Projektplanung eine geeignete Software auszuwählen und einzusetzen. Hierzu werden zur Verfügung gestellt: MS Project (Installationsanleitung in ILIAS), GanttProject (<https://www.ganttproject.biz/download>), OpenProject (<https://openproject.hsw-hameln.online>, zur Accountbeantragung siehe ILIAS).

Im Rahmen des Moduls findet eine inhaltliche Vorbereitung auf das Ablegen des Basiszertifikates der GPM sowie der Professional Scrum Master I Zertifizierung von scrum.org statt. Das Absolvieren der Zertifikate ist fakultativ. Die Prüfungen sind nicht Teil des Moduls, entstehende Prüfungskosten sind durch die Studierenden zu tragen. Die HSW organisiert bei ausreichender Nachfrage einen Prüfungstermin für das GPM Basiszertifikat vor Ort. Die PSM I Prüfung erfolgt online auf www.scrum.org und kann von jedem Studierenden individuell am eigenen PC absolviert werden. Ein Studentenrabatt ist verfügbar. Senden Sie dazu einen Scan Ihres Studierendenausweises an support@scrum.org und bitten Sie um einen "Discount Code" (die E-Mail muss in Englisch verfasst werden), den Sie dann bei der Online-Registrierung angeben.

Lehrinhalte

Projektmanagement

- Projekte, Projektmanagement und PM-Prozesse
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektinitialisierungs-Phase
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektdefinitions-Phase
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektplanungs-Phase
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektsteuerungs-Phase
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektabschluss-Phase
- Informationen zum Basiszertifikat der GPM

Agile Methoden

- Grundlagen Agiles Manifest sowie Grundlagen Scrum
- Rollen im Scrum Team
- Scrum-Ereignisse
- Scrum-Artefakte
- Agile Arbeitsmethoden (z.B. Planning Poker)
- Grundlagen Kanban
- Kanban Anwendung anhand eines Simulationsspiels
- Anwendungsvarianten in Form hybriden Projektmanagements
- Informationen zur PSM I Zertifizierung von scrum.org

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

- Eichenberg, T., et al.: Organisation und Projektmanagement, De Gruyter Oldenbourg.
Schulz, M.: Projektmanagement, UVK.
Schwaber, K./Sutherland, J.: Scrum Guide. [online].

Weiterführende Literatur:

- GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement

(PM4): Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement.
 Litke, H.-D.: Internationales Projektmanagement, Springer. Patzak, G./Rattay, G.: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios, Programmen und projektorientierten Unternehmen, Linde.
 Meyer, H./Reher, H.-J.: Projektmanagement, Springer Gabler.
 Pfetzing, K./Rohde, A.: Ganzheitliches Projektmanagement, Dr. Götz Schmitz.
 Pichler, R.: Scrum, dpunkt.
 Project Management Institute (Hrsg.): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK (R) Guide) - The Standard for Project Management, Project Management Institute (Verlag).
 Timinger, H.: Modernes Projektmanagement in der Praxis, Wiley-VCH.
 Wiczorrek, H.W./ Mertens, P.: Management von IT-Projekten von der Planung zur Realisierung, Springer.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Projektmanagement	15
2	Fallstudie	Fallstudie Projektmanagement	15
3	Online-Seminar	Projektmanagement	4
4	Selbststudium - Lernvorbereitung	Projektmanagement	16
5	Selbststudium - Lernhandlung	Projektmanagement	116
6	Selbststudium - Lernreflektion	Projektmanagement	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit (100%, 100 Punkte)

Angewandtes Projektmanagement I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB55	Prof. Dr. Timm Eichenberg	8	04/2025
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, ein praktisches Problem über einen längeren Zeitraum in interdisziplinären Projektteams lösungsorientiert im Rahmen eines forschenden Lernens zu bearbeiten. Sie erwerben die Fähigkeit, sich selbst im Projektteam zu organisieren und strukturiert an eine Fragestellung heranzugehen. Sie lernen mit Problemen während der Bearbeitung umzugehen und können ihre Arbeitsergebnisse angemessen kommunizieren und präsentieren. Sie sind in der Lage, klassische und agile Projektmanagement-Tools zur Dokumentation ihrer Planung anzuwenden.

Lehrinhalte

- Bearbeitung interdisziplinärer Projekte
- Projektdokumentation
- Bedeutung verschiedener Rollen im Projekt
- Bedeutung klassischer und agiler Methoden
- Kommunikation der Projektergebnisse

Literatur

Kernliteratur:

Kuster, J., et al.: Handbuch Projektmanagement, Springer Gabler.
 Schulz, M.: Projektmanagement. UVK.

Weiterführende Literatur:

Fiedler, R.: Controlling von Projekten, Springer Vieweg.
 GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4): Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement.
 Mahlstedt, A.: Die Toolbox für die Teamentwicklung, Springer Gabler.
 Meyer, H./Reher, H.-J.: Projektmanagement, Springer Gabler.
 Project Management Institute (Hrsg.): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK (R) Guide) - The Standard for Project Management, Project Management Institute (Verlag).
 Timinger, H.: Modernes Projektmanagement, Wiley-VCH.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Ergänzend je nach Projekt relevante Fachliteratur.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Vertiefung I: Angewandtes Projektmanagement I	24
2	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Angewandtes Projektmanagement I	16
3	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Angewandtes Projektmanagement I	126
4	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Angewandtes Projektmanagement I	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (100%, 100 Punkte, Zwischenpräsentation Projektteam)

Data Analytics I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB53	Dr. Carina Engelhardt	8	12/2025
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den grundlegenden Konzepten und Prinzipien der Datenanalyse vertraut. Nach aktiver Teilnahme können die Studierenden Daten von Stichproben vergleichen und statistische Zusammenhänge nachweisen. Außerdem können sie Prognosen mittels linearer Regressionen erstellen. Die gelernten Inhalte können in der Statistiksoftware R umgesetzt werden.

Lehrinhalte

Statistische Verfahren:

- Stichprobenverteilung
- Verteilungsfunktionen
- Testen von Hypothesen
- ausgewählte Testverfahren
- Einfache und multiple lineare Regression

Data Analytics (in R):

- Datenvorverarbeitung
- Anwendung spezifischer Methoden (R-Anwendungen)

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Hatzinger, R.; Hornik, K.; Nagel, H.; Maier, M. J.: R Einführung durch angewandte Statistik; Pearson Studium.

Weiterführende Literatur:

Bruce, P.; Bruce, A.; Gedeck, P.: Praktische Statistik für Data Scientists: O'Reilly.

Mittag, H.-J.; Schüller, K.: Statistik: Eine interdisziplinäre Einführung mit interaktiven Elementen; Springer Berlin Heidelberg

Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis; Pearson Studium.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung I: Data Analytics I	30
2	Online-Seminar	Vertiefung I: Data Analytics I	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Data Analytics I	16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Data Analytics I	116
5	Selbststudium - Lernreflexion	Vertiefung I: Data Analytics I	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit (100 %, 100 Punkte, 10-15 Seiten)

Marketing und Vertrieb I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB54	Prof. Dr. André von Zobeltitz	8	07/2023
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	7. Semester		

Qualifikationsziele

Den Studierenden sind die Grundbegriffe, Ziele und Aufgaben der Marktforschung und Marketingstatistik bekannt. Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig einen Marktforschungsplan zu entwickeln und wissen um Möglichkeiten, diese Ergebnisse auszuwerten und zu interpretieren und diese in den Hintergrund eines digitalen Umfelds einzuordnen..

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 und berücksichtigen diese bei Ihrem Handeln. Sie wissen um Ebenen des Konsumentenverhaltens und sind in der Lage, diese Kenntnisse in Bezug auf den Kaufentscheidungsprozess von Individuen zu reflektieren.

Den Studierenden kennen aktuelle Entwicklungen und Zukunftstrends in Marketing und Vertrieb, können deren Bedeutung für Unternehmen einordnen und die Kenntnisse im beruflichen Alltag anwenden.

Lehrinhalte

Märkte und ihre Erforschung

- Das Umfeld des Marketings (Mikro- und Makroumfeld)
- Das Kaufverhalten von Kunden
- Markt- und Marketingforschung
- Marktforschung für die Smart Data World
- Untersuchungsplanung
- Datenerhebung
- Die Markttypen
- Einführung in die Marketingstatistik (Datengenauigkeit, Skalen, Mittelwerte)

Zukunftstrends und aktuelle Entwicklungen im Marketing und Vertrieb

- Onlinemarketing
- Big Data und KI im Marketing
- Neuromarketing und „Consumer Neuroscience“
- Neue Technologien“ – bsw. Anwendungskonzepte der Blockchain im Marketing
- Nachhaltigkeit im Marketing / „Green Marketing“

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Kotler, P./Armstrong, G./Harris, L.C./He, H.: Grundlagen des Marketing, Pearson Studium.

Weiterführende Literatur:

Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Springer Gabler.

Gentsch, P.: Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service, Springer Gabler.

Keller, B., et al: Marktforschung für die Smart Data World, Springer Gabler.

Kotler, P., et al: Grundlagen des Marketing, Pearson Studium.

Kuß, A./Tomczak, T./Lennerts, S.: Käuferverhalten. UTB.

Meffert, H., et al: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte, Springer Gabler.

Schneider, W.: Marketing-Management und Käuferverhalten, De Gruyter.

Stumpf, M.: Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing, Haufe-Lexware.

Jeweils die aktuelle Auflage.

Weitere aktuelle Literaturempfehlungen werden im Rahmen der Lehrveranstaltung vorgenommen.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung	30
2	Online-Seminar	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung	16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung	116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit (100 % / 100 Punkte, 15 Seiten +/- 10 %)

Angewandtes Projektmanagement II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB59	Prof. Dr. Timm Eichenberg	8	04/2025
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, ein praktisches Problem über einen längeren Zeitraum in interdisziplinären Projektteams lösungsorientiert im Rahmen eines forschenden Lernens zu bearbeiten. Sie erwerben die Fähigkeit, sich selbst im Projektteam zu organisieren und strukturiert an eine Fragestellung heranzugehen. Sie lernen mit Problemen während der Bearbeitung umzugehen und können ihre Arbeitsergebnisse angemessen kommunizieren und präsentieren. Sie sind in der Lage, klassische und agile Projektmanagement-Tools zur Dokumentation ihrer Planung anzuwenden.

Lehrinhalte

- Bearbeitung interdisziplinärer Projekte
- Projektdokumentation
- Bedeutung verschiedener Rollen im Projekt
- Bedeutung klassischer und agiler Methoden
- Kommunikation der Projektergebnisse

Literatur

Kernliteratur:

Kuster, J., et al.: Handbuch Projektmanagement, Springer Gabler.
 Schulz, M.: Projektmanagement. UVK.

Weiterführende Literatur:

Fiedler, R.: Controlling von Projekten, Springer Vieweg.
 GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4): Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement.
 Mahlstedt, A.: Die Toolbox für die Teamentwicklung, Springer Gabler.
 Meyer, H./Reher, H.-J.: Projektmanagement, Springer Gabler.
 Project Management Institute (Hrsg.): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK (R) Guide) - The Standard for Project Management, Project Management Institute (Verlag).
 Timinger, H.: Modernes Projektmanagement, Wiley-VCH.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Ergänzend je nach Projekt relevante Fachliteratur.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Vertiefung II: Angewandtes Projektmanagement II	24
2	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Angewandtes Projektmanagement II	16
3	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Angewandtes Projektmanagement II	126
4	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Angewandtes Projektmanagement II	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (50%, 100 Punkte, Abschlusspräsentation Projektteam) und Projektbericht (50%, 100 Punkte)
 Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Data Analytics II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB57	Dr. Carina Engelhardt	8	12/2025
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	7. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen weiterführende Konzepte und Techniken der Datenanalyse. Sie vertiefen die Kernkompetenzen und Kenntnisse, die von Datenanalysten benötigt werden, um geschäftliche Aufgaben zu lösen. Die gelernten Inhalte können in der Statistiksoftware R umgesetzt werden.

Lehrinhalte

Theoretische Grundlagen:

- geschäftliche Aufgaben und Data-Science-Lösungen
- Strukturprüfende vs. strukturentdeckende Herangehensweise
- ausgewählte Gruppierungsverfahren
- ausgewählte Klassifikationsverfahren

Data Analytics (in R):

- Datenvorverarbeitung
- Anwendung spezifischer Methoden (R-Anwendungen)

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Hatzinger, R./Hornik, K./Nagel, H./Maier, M. J.: R Einführung durch angewandte Statistik; Pearson Studium.

Weiterführende Literatur:

Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung; Springer Gabler.

Bruce, P./Bruce, A./Gedeck, P.: Praktische Statistik für Data Scientists: O'Reilly.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung II: Data Analytics II	30
2	Online-Seminar	Vertiefung II: Data Analytics II	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Data Analytics II	16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Data Analytics II	116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Data Analytics II	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit (100 %, 100 Punkte, 10-15 Seiten)

Marketing und Vertrieb II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB58	Prof. Dr. André von Zobeltitz	8	07/2023
Dauer		Periodizität	
8 Wochen		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
BB BWL, BB WI		7. Semester	

Qualifikationsziele

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. Vor diesem Hintergrund sind die Studierenden befähigt, die Vertriebsorganisation auch in einem internationalen Kontext einzuordnen.

Die Studierenden kennen die Bedeutung des Customer Relationship Management (CRM) für Unternehmungen und sind mit grundlegenden Begriffen und Definitionen vertraut. Vor diesem Hintergrund sind die Studierenden mit dem Begriff des Social CRM vertraut und können dieses in den übergeordneten Kontext des Social Media Marketing einordnen. Die Studierenden kennen Social Media Marketing Strategien und Instrumente und können deren Einsatz reflektieren und in die Praxis übertragen.

Lehrinhalte

Vertriebsmanagement
 -Theoretische Grundlagen des Marketing und Vertriebs
 -Begriffsdefinitionen und Einordnung
 -Abgrenzung Verkauf und Vertrieb
 - Internationales Vertriebsmanagement und internationales Marketing

Grundlagen des CRM
 - Ausgangslage
 - Voraussetzungen und Integration für CRM
 - Changemodelle auf dem Weg zum CRM
 - Ziele von CRM-Vorhaben

Social Media Marketing
 -Modelle des Social Media Marketing
 -Social Media Marketing Strategien
 -Tools und Plattformen des SMM
 -Contentmarketing
 -Social CRM

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
 Bruhn, M.: Kundenorientierung; dtv.
 Kotler, P.; et al: Grundlagen des Marketing, Pearson Studium.

Weiterführende Literatur:
 Meffert, H., et al: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte, Springer Gabler.
 Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, Vahlen.

Jeweils die aktuelle Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement	30
2	Online-Seminar	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement	4

3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement	16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement	116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement	34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte, ca. 30 Minuten, zzgl. 2-seitiges Handout)
--

Methodik III Quantitative empirische Sozialforschung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB61	Prof. Dr. André von Zobeltitz	4	06/2024
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Semester		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	8. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden verfügen über Kenntnisse der wichtigsten quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung in Theorie und Praxis. Dabei entwickeln Sie einen Einblick in die für verschiedene Problemzusammenhänge der für Praxis und Forschung wichtigsten Konzepte der Forschungs- und der Datenauswertung sowie der Interpretation quantitativer Daten auf den Grundlagen der sozialwissenschaftlichen Forschung.

Sie kennen die Anforderungen an die Fragensauswahl und können grundlegende Anforderungen an die Formulierung von Items in der empirischen Forschung umsetzen.

Lehrinhalte

Forschungsmethodik:

- Angewandte Fragebogengenerierung für quantitative Fragebögen und deren Auswertung („Vom Fragebogen bis zur Auswertung“)
- Fragenauswahl, Instruktionen und Richtlinien zur Formulierung von Items
- Validität und Reliabilität bei quantitativer Forschung
- Struktur-, Prozess- und Verhaltensaspekte bei einer Befragung (Modell nach Rosenberg/Hovland)
- Die Nutzung von Onlineinstrumenten bei der Befragung

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Steiner, E./Benesch, M.: Der Fragebogen, UTB Verlag.

Weiterführende Literatur:

Atteslander, P./Georges-Simon Ulrich, G.-S./Hadjar, A.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag.

Backhaus, K.: Multivariate Analysemethoden, Springer Gabler.

Kromrey, H./Roose, J./Strübing, J.: Empirische Sozialforschung, UTB Verlag.

Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Beltz Verlag.

Jeweils die aktuelle Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung	15
2	Online-Seminar	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung	6
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung	8
4	Selbststudium - Lernhandlung	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung	59
5	Selbststudium - Lernreflexion	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung	12

Summe: 100

Leistungsnachweis

Schriftliche Ausarbeitung eines wissenschaftlich fundierten Plans für ein quantitatives Forschungsprojekt (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 2-3 Studierenden, 5-7 Seiten zzgl. Verzeichnisse und Fragebogen)

Grundlagen des bürgerlichen Rechts

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB62	Hon.-Prof. Dr. Florian Heinze	4	12/2020
Dauer		Periodizität	
8 Wochen		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
BB BWL, BB WI		8. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse im Allgemeinen Teils des Bürgerlichen Rechts. Dazu zählen insbesondere Kenntnisse über das Zustandekommen von Verträgen, grundlegende Aspekte des Stellvertretungsrechts sowie Kenntnisse über die Nichtigkeit und Anfechtung von Verträgen.

Lehrinhalte

- Willenserklärungslehre als Grundlage des Vertragsschlusses;
- Angebot und Annahme;
- Abgabe und Zugang von Willenserklärungen;
- Stellvertretung;
- Vertretung ohne Vertretungsmacht;
- Missbrauch der Vertretungsmacht;
- Anscheins- und Duldungsvollmacht;
- Formbedürftigkeit von Rechtsgeschäften;
- Nichtigkeit von Rechtsgeschäften aufgrund eines Formmangels, Heilung von Formmängeln;
- Sittenwidrigkeit von Rechtsgeschäften;
- Anfechtbarkeit von Willenserklärungen, Irrtümer;
- Grundzüge des Bereicherungsrechts (Leistungskondiktion).

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Brox / Walker, Allgemeiner Teil des BGB (41. Auflage, Academia Iuris, Lehrbücher der Rechtswissenschaft, Vahlen)

Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) – Beck-Texte im dtv, 84. Auflage 2019

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen des BGB-AT	15
2	Online-Seminar	Grundlagen des BGB-AT	4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Grundlagen des BGB-AT	8
4	Selbststudium - Lernhandlung	Grundlagen des BGB-AT	56
5	Selbststudium - Lernreflexion	Grundlagen des BGB-AT	16
6	Klausur	Grundlagen des BGB-AT	1

Summe: 100

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 60 Minuten)

Bachelor-Thesis und Kolloquium

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB63	Prof. Dr. Peter Britz	13	04/2024
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BB BWL, BB WI	8. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden identifizieren aktuelle Herausforderungen und Probleme der Betriebswirtschaftslehre bzw. der Wirtschaftsinformatik. 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

- Abgrenzung eines Forschungsthemas aus dem Kontext des vorangegangenen Studiums
- Anwendung wissenschaftlicher Methoden
- Anfertigung einer schriftlichen wissenschaftlichen Abschlussarbeit
- Präsentation der Arbeitsergebnisse
- Verteidigung der Arbeit
- Diskussion zu angrenzenden Themengebieten

Literatur

Nach Vereinbarung

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar	Bachelor-Thesis	4
2	Selbststudium	Bearbeitung Bachelor-Thesis	287
3	Selbststudium	Vorbereitung Kolloquium	33
4	Kolloquium	Kolloquium	1

Summe: 325

Leistungsnachweis

Bachelor-Thesis (70%, 100 Punkte Erstgutachter, 100 Punkte Zweitgutachter, zur Notenberechnung vgl. GPO §20 (8)),
Kolloquium (30%, 100 Punkte). Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.