

dualer Studiengang Betriebswirtschaftslehre – Bachelor of Arts (B.A.)

Übersicht Module und ECTS-Punkte

	Module	ECTS / Semester						Gesamt ECTS
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	
I.	Interdisziplinärer Kernbereich							35
1.	Mathematik	5						5
2.	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre ¹	5						5
3.	Kundenorientierte Geschäftsprozesse und Organisationsstrukturen	5						5
4.	Softwareunterstützung von Geschäftsprozessen		5					5
5.	Statistik II: Data Mining und Analytics			5				5
6.	Projektmanagement ¹				5			5
7.	Unternehmensführung ¹				5			5
II.	Studiengangsspezifische Kernbereich							40
1.	Recht I: Einführung in das Bürgerliche Recht	5						5
2.	Internes Rechnungswesen	5						5
3.	Investition und Finanzierung		5					5
4.	VWL I: Mikroökonomik			5				5
5.	Externes Rechnungswesen			5				5
6.	VWL II: Makroökonomik					5		5
7.	Betriebswirts. Steuerlehre					5		5
8.	Recht II: Arbeitsrecht und IT-Recht						5	5
III.	Methodik							16
1.	Arbeitstechniken ¹	5						5
2.	Statistik I: Grundl. der empirischen Sozialforschung		5					5
3.	Statistik III: Angewandte empirische Sozialforschung				2			2
4.	Kommunikation und angewandte Sozialkompetenz					2		2
5.	Kollegiale Beratung zur Bachelor-Thesis						2	2
IV.	Interdisziplinäre Vertiefung (Branche/WPF)							25
1a.	Industrie und Dienstleistungen ¹							
1b.	Energiewirtschaft ¹		5	5	5			15
1c.	Finanzdienstleistungen ¹							
1d.	Digital Services ¹							
2.	Wahlpflichtfach ¹					5	5	10
V.	studiengangsspezifische Vertiefung							15
1.	Marketing		5					5
2a.	Industrie und Dienstleistungen ¹							
2b.	Energiewirtschaft ¹			5	5			10
2c.	Finanzdienstleistungen ¹							
VI.	Praxisintegration							49
1.	vergleichende Transferarbeit ²		5	5				10
2.	lösungsorientierte Transferarbeit ²				8	8		16
3.	Projektstudium					5	5	10
4.	Bachelor-Thesis und (Kolloquium) ²						13	13
Summe ECTS-Punkte		30	30	30	30	30	30	180

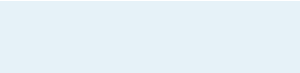
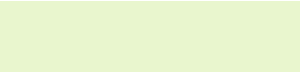


¹ = gebundenes Praxisstudium (ggf. Recherche-Auftrag)

² = freies Praxisstudium

Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	Softwareunterstützung von Geschäftsprozessen	Statistik II: Data Mining und Analytics	Projektmanagement	VWL II: Makroökonomik	Recht II: Arbeitsrecht und IT-Recht
Mathematik	Investition und Finanzierung	VWL I: Mikroökonomik	Unternehmensführung	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	
Kundenorientierte Geschäftsprozesse und Organisationsstrukturen		Externes Rechnungswesen			
Recht I: Einführung in das Bürgerliche Recht					
Internes Rechnungswesen					
	Branche I	Branche II.a	Branche III.a	Wahlpflichtfach I	Wahlpflichtfach II
	Marketing	Branche II.b	Branche III.b		
				Projektstudium I	Projektstudium II
Arbeitstechniken	Statistik I: Grundlagen der empirischen Sozialforschung		Statistik III: Angewandte empirische Sozialforschung (2)	Kommunikation und angewandte Sozialkompetenz (2)	Kollegiale Beratung zur Bachelor-Thesis (2)
Theoriearbeit (0)	Vergleichende Transferarbeit I	Vergleichende Transferarbeit II	Lösungsorientierte Transferarbeit I (8)	Lösungsorientierte Transferarbeit II (8)	Bachelor-Thesis (13)

Legende zum Aufbau des neuen Curriculums

-  Das Modul kann mit den Studierenden der Betriebswirtschaftslehre, der Wirtschaftsinformatik und des Wirtschaftsingenieurwesens in interdisziplinären Studiengruppen durchgeführt werden.
-  Das Modul kann mit den Studierenden der Wirtschaftsinformatik und des Wirtschaftsingenieurwesens in interdisziplinären Studiengruppen durchgeführt werden.
-  Das Modul wird in Studiengruppen des entsprechenden Studiengangs durchgeführt.
-  Das Modul kann individuell für Unternehmen/Studierenden zur Profilbildung angepasst werden.

Abkürzungsverzeichnis

BWL	=	Betriebswirtschaftslehre
WI	=	Wirtschaftsinformatik
WIIng	=	Wirtschaftsingenieurwesen
ECTS	=	European Credit Transfer System
PS	=	Vermittlungsart: Praxisstudium (gebundenes /freies)
Selbst	=	Vermittlungsart: Selbststudium
WPF	=	Wahlpflichtfach

Hinweise

Voraussetzungen:	keine	=	Feld nicht sichtbar
Rechercheaufträge: (gebundenes Praxisstudium)	- inhaltliche Vorbereitung der Theoriephase durch Recherchen im Unternehmen - erleichtern den Einstieg ins (Mikro-)Modul		
Freies Praxisstudium:	- Modul während der Praxisphase - verknüpft Theorie mit Praxisthemen - Leistungsnachweis: Transferarbeit oder Bachelor-Thesis		
Selbststudium:	- dient zur selbst gesteuerten Vor- und Nachbereitung (Lern-Vorbereitung und -reflektion) der Lehrveranstaltung - ermöglicht ein einheitliches Niveau der Lerngruppe - umfasst Lektüre von (digitalen) Lernmaterialien (Literatur, Übungen, Podcasts, Videos) - der Leistungsstand kann z.T. durch Selbsttests kontrolliert werden (Quiz, Portfolio) - erleichtert das Lernen und Vorbereiten auf die Prüfung (Lernhandlung) - wird i.d.R. vom Dozenten im ILIAS begleitet (Rückfragen, Kontrolle der Nutzung)		

Arbeitstechniken

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0211	Prof. Dr. André von Zobeltitz	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	1. 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. Sie beherrschen Techniken zum Selbstmanagement im Studium und sind befähigt, Präsentationen im studentischen und beruflichen Kontext professionell vorzubereiten und durchzuführen.

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 Transferarbeiten.

Lehrinhalte

Selbstmanagement und Präsentation

- Zielgruppengerechte Kommunikation
- Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen, insb. im studentischen und beruflichen Kontext
- Selbstmanagement im Studium
- Lernen und Kompetenzentwicklung / Lernen 4.0
- Lernen mit digitalen Hilfsmitteln

Wissenschaftliches Arbeiten

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

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

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

Kernliteratur:

Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag.

Balzert, H. / Schäfer C. / Schröder M. / Kern U. : Wissenschaftliches Arbeiten - Wissenschaft, Quellen, Artefakte, Organisation, Präsentation. W3L-Verlag.

Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, UTB Verlag. Theisen, M.R. : Wissenschaftliches Arbeiten, Vahlen.

Koeder, K.W.: Studienmethodik - Selbstmanagement für Studienanfänger, Vahlen. Metzger, C.: Lern- und Arbeitsstrategien, Cornelsen Verlag.

Schulz von Thun, F.: Miteinander reden 1-3: Störungen und Klärungen, Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Weiterführende Literatur:

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

Hiestand, S./Haunschild, A.: Die Entgrenzung von Arbeiten, Lernen und Leben in der Wissensarbeit – Tendenzen, Belastungen und Vereinbarkeitsproblematik. In: Antoni, C.; Friedrich, P.; Haunschild, A.; Josten, M. & Meyer, R. (Hrsg.): Work-Learn-Life-Balance in der Wissensarbeit – Herausforderungen, Erfolgsfaktoren und Gestaltungshilfen für die betriebliche Praxis. Wiesbaden, S. 38-55.

Rinne, U./Zimmermann, K. F. (2016): Die digitale Arbeitswelt von heute und morgen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 66 (2016) 18-19, S. 3-9.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Selbstmanagement und Präsentation	16
2	Seminaristische Vorlesung	Wissenschaftliches Arbeiten	8
3	Übung	Wissenschaftliches Arbeiten	4
4	Selbststudium	Arbeitstechniken	52
5	Praxisstudium (PS)	Arbeitstechniken	45

Summe: 125

Leistungsnachweis

Wissenschaftliches Arbeiten: Theorieorientierte Hausarbeit (100 %, 100 Punkte); Selbstmanagement und Präsentation: Testat (Präsentation, bestanden/nicht bestanden)
Für die formale Gestaltung der Hausarbeit gelten die Regelungen zur vergleichenden Transferarbeit gemäß der "Richtlinien zur Erstellung von Transferarbeiten sowie der Bachelor-Thesis im dualen Bachelor-Studium" (Achtung: Nicht unternehmensbezogene Themen müssen nicht mit betrieblichen Betreuern abgestimmt werden.). Die betreuenden Dozenten werden den Studierenden je nach Hausarbeitsthema zugeordnet. Zum Bestehen des Moduls müssen beide Prüfungsleistungen bestanden werden, die Modulnote entspricht der Note der Hausarbeit.

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0311	Prof. Dr. Tim Schröder	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	1. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

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 sowie zwischen Unternehmen und Umwelt und können dabei Bezüge zur betrieblichen Praxis herstellen. Sie erwerben zudem die Fähigkeit, Kriterien für grundlegende unternehmerische Entscheidungen zu erarbeiten und im Rahmen eines Gruppenprojektes anzuwenden und zu analysieren. Diese Erkenntnisse vertiefen sie im Planspiel beCEO!. Die Studierenden sind in der Lage, in der Gruppe zu einem gemeinsamen Ergebnis zu gelangen und dieses zu präsentieren.

Lehrinhalte

I. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
 1. Die Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft
 2. Wichtige Theorieansätze in der BWL: Produktionsfaktoransatz, Entscheidungstheoretischer Ansatz, Systemtheoretischer Ansatz
 3. Unternehmensziele, Vision und Leitbild, Darstellung ausgewählter Formalziele
 4. Wirtschaftsethik, CSR & Sustainability
 5. Einführung in die Grundlagen des Managements
 6. Das System der Arbeitsbeziehungen
 7. Einführung in die Entscheidungstheorie: Theorie und Praxis der Entscheidungen in Unternehmen
 8. Einführung in die Grundlagen der Rechtsformwahl
 9. Einführung in die Standortwahl eines Unternehmens

II. Planspiel beCEO!
 Vertiefung der theoretischen Zusammenhänge (System Unternehmen und Entscheidungen im Unternehmen) in Gruppenarbeit.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

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

Kernliteratur:

Bea, F. X./ Schweitzer, M. (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 1: Grundfragen, UTB.

Göbel, E.: Unternehmensethik – Grundlagen und praktische Umsetzung, UTB.

Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg.

Maak, T./ Ulrich, P.: Integre Unternehmensführung – Ethisches Orientierungswissen für die Wirtschaftspraxis, Schäffer-Pöschel.

Schierenbeck, H./ Wöhle, C.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, Oldenbourg.

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

In der jeweils aktuellen Auflage.

Weiterführende Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	24

2	Unternehmens- planspiel	beCEO!	20
3	Praxisstudium (PS)	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	20
4	Selbststudium	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	59
5	Klausur	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (70 %, 100 Punkte, 60 Min.), Präsentation der Planspielergebnisse (30 %, 100 Punkte, in Kleingruppen)
Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Mathematik

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0312	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	5	04/2022
Dauer		Periodizität	
1 Semester		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
BWL, WI, WIng		1. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den grundlegenden Begriffen der Mathematik vertraut. Sie können Gleichungen aufstellen und umformen. Sie kennen die meisten Funktionstypen und Wissen um deren Anwendung. Ebenso können sie mit Matrizen und Vektoren rechnen und Lineare Gleichungssysteme mit dem Gauß-Algorithmus lösen. Weiterhin sind die Methoden der Differenzial- und Integralrechnung auch für zwei Variablen bekannt und anwendbar. Auch ist die Menge der Zahlen vollständig bekannt.

Die Studierenden sind in der Lage formal, strukturiert und mathematisch zu denken. Sie können dieses Wissen anwenden um betriebswirtschaftliche und technische Anwendungen und Modelle zu berechnen.

Lehrinhalte

Elementare Rechenmethoden: Grundrechenarten; Bruchrechnung und rationale Zahlen, Klammerrechnung, Potenzen und Wurzeln
 Grundlegendes über Funktionen: Definitionsbereich, Wertevorrat und Bildmenge, Verkettung von Funktionen, Monotonie und Umkehrbarkeit, Potenz- und Wurzelfunktionen, Polynome und rationale Funktionen, Exponential- und Logarithmusfunktionen, trigonometrische Funktionen
 Gleichungen und Ungleichungen: Lineare Gleichungen, Quadratische Gleichungen, Polynomgleichungen höherer Ordnung; Wurzel- und Exponentialgleichungen, Ungleichungen
 Komplexe Zahlen: Die imaginäre Einheit i und die Menge der komplexen Zahlen, Grundrechenarten für komplexe Zahlen, die Gauß'sche Zahlenebene und die trigonometrische Form komplexer Zahlen (Euler-Formel), Potenzen und Wurzeln komplexer Zahlen, vollständige Lösung quadratischer und biquadratischer Gleichungen
 Einführung in die Lineare Algebra: Vektoren, Matrizen, Lineare Gleichungssysteme, Determinanten, Eigenwerte
 Differenzial- und Integralrechnung: Ableitung von Funktionen und Ableitungsregeln, Anwendungen von Ableitungen und Kurvendiskussion, Integration von Funktionen, partielle Ableitungen

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
 Walz, G.: Mathematik, für Fachhochschule und duales Studium, Springer.

Weiterführende Literatur:
 Eichholz, W. / Vilkner: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik, Hanser.
 Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Teubner Vieweg.
 Papula, L.: Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler, Bd. 1 & 2, Teubner Vieweg.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Mathematik	36
2	Übung	Mathematik	16
3	Selbststudium	Mathematik	71
4	Klausur	Mathematik	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 90 Min.); aus didaktischen Gründen können durch freiwillige schriftliche Kurzttests in der Übung zusätzlich maximal 10 % der Punkte der Klausur erworben werden - diese werden jedoch nur bis zur maximalen Punktzahl im Erstversuch der Klausur berücksichtigt.

Kundenorientierte Geschäftsprozesse und Organisationsstrukturen

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0313	Prof. Dr. Timm Eichenberg	5	08/2022
Dauer		Periodizität	
1 Semester		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
BWL, WI, WIng		1. Semester	

Qualifikationsziele

Studierende sind mit den Grundlagen der Aufbau- und Ablauforganisation vertraut und können Organigramme und Prozessbeschreibungen in der Unternehmenspraxis verstehen. Sie verstehen den Ansatz der Wertschöpfungskette und können ihn auf Praxisfragestellungen anwenden. Die Studierenden verstehen die Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements und sind in der Lage, Ansätze zur Prozessgestaltung auf Praxisfragestellungen anzuwenden.

Lehrinhalte

Grundlagen der Organisation

- Grundlagen der Organisationslehre
- Aufbauorganisation von Unternehmen
- Ablauforganisation: Von der Aufbauorganisation zur Prozesssichtweise
- Klassische Organisationsstrukturen: Funktionale Organisation, Divisionale Organisation, Matrixorganisation, Konzernorganisation

Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements

- Kunden- und Prozessorientierung als Maximen der Gestaltung der Ablauforganisation
- Rahmenbedingungen für Prozessmanagement: Unternehmensstrategie, Qualitätsmanagement (TQM, EFQM), IT, Unternehmenscontrolling
- strategisches Geschäftsprozessmanagement, Prozessorganisation, Prozesscontrolling

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart.

Kernliteratur:

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

Schmelzer, H. J.; Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. Kunden zufrieden stellen - Produktivität steigern - Wert erhöhen, Hanser.

Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, Vieweg+Teubner.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen der Organisation	24
2	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements	20
3	Selbststudium	Kundenorientierte Geschäftsprozesse und Organisationsstrukturen	80
4	mündliche Prüfung/ Fachgespräch	Kundenorientierte Geschäftsprozesse und Organisationsstrukturen	1

Summe: 125

Leistungsnachweis

Mündliche Prüfung/Fachgespräch (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen, ca. 3 bis 5 Prüfl.: 50 Punkte Grundlagen der Organisation und 50 Punkte Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements)

Recht I: Einführung in das Bürgerliche Recht

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2311	Hon.-Prof. Dr. Florian Heinze	5	06/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	1. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben Kenntnisse im Allgemeinen Teil des Bürgerlichen Rechts (Zustandekommen von Verträgen, Stellvertretung, Geschäftsfähigkeit, Anfechtung) sowie einen Einblick in das Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und einfache sachenrechtliche und bereicherungsrechtliche Fragestellungen. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit zur juristischen Argumentation und lernen, juristische Fälle im Gutachtenstil zu bearbeiten.

Lehrinhalte

- Willenserklärungslehre als Grundlage des Vertragsschlusses;
- Zustandekommen von Verträgen (Angebot und Annahme);
- Abgabe und Zugang von Willenserklärungen;
- Stellvertretung beim Zustandekommen von Verträgen;
- Geschäftsfähigkeit, Nichtigkeit und Anfechtung;
- Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen und ihre Wirksamkeit;
- Übertragung des Eigentums an beweglichen und unbeweglichen Sachen;
- Bereicherungsrechtliche Leistungskondition;

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung verpflichtend:
Brox, H. / Walker, W.-D. : Allgemeiner Teil des BGB, Academia Iuris, Lehrbücher der Rechtswissenschaft, Vahlen.
Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Beck-Texte im dtv.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Recht I: Einführung in das Bürgerliche Recht	40
2	Selbststudium	Recht I	83
3	Klausur	Recht I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Internes Rechnungswesen

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2312	Prof. Dr. Michelle Peters	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	1. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden verstehen, wie das Unternehmensgeschehen im Rechnungswesen abgebildet wird und kennen die Zusammenhänge zwischen internem und externem Rechnungswesen. Sie sind mit den Begriffen, Aufgaben und Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung vertraut und in der Lage, dieses erworbene Wissen auf Problemstellungen des internen Rechnungswesens anzuwenden und daraus entsprechende Entscheidungen abzuleiten. Die Studierenden kennen die Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung und sind in der Lage, Geschäftsvorfälle in Buchungssätze zu transformieren.

Lehrinhalte

1. Buchführung:
 - 1.1 Das System der doppelten Buchführung: gesetzliche Grundlagen, GoB, Organisation
 - 1.2 Erfassung des Vermögens und der Schulden (Inventur/Inventar, Bilanz)
 - 1.3 Buchung von Geschäftsvorgängen auf Bestands- und Erfolgskonten
 - 1.4 Erfassung der Umsatzsteuer sowie Buchung von Privatentnahmen und Privateinlagen
 - 1.5 Buchungen zum Jahresabschluss
 - 1.6 Differenzen zwischen Inventur- und Buchbeständen
 - 1.7 Abschreibungen
 - 1.8 Zeitliche Abgrenzung von Aufwendungen und Erträgen
 - 1.9 Erstellung der Schlussbilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)
2. Kosten- und Leistungsrechnung:
 - 2.1 Einführung: Begriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung
 - 2.2 Bereiche der Kosten- und Leistungsrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung
 - 2.3 Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung: Voll- und Teilkostenrechnungen sowie Ist-, Normal- und Plankostenrechnungen

Literatur

Buchführung:

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Schanz, S.: Unternehmensrechnung Band I – Buchführung und Abschluss, BT Buchmanufaktur Bayreuth GmbH.

Weiterführende Literatur:

Schmolke, S./Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR, Winklers/Westermann.

Wedell, H.: Grundlagen des Rechnungswesens, Band 1: Buchführung und Jahresabschluss, Herne/NWB.

Wöltje, J.: Buchführung Schritt für Schritt, utb.

Kosten- und Leistungsrechnung:

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: eine entscheidungsorientierte Einführung, Franz Vahlen.

Weiterführende Literatur:

Coenenberg, A./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer Poeschel.

Schmolke, S./Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR, Winklers/Westermann. Götz, U.:

Kostenrechnung und Kostenmanagement, Springer/Gabler.

Moews, D.: Kosten- und Leistungsrechnung, Oldenbourg. Olfert, K.: Kostenrechnung, Herne/NWB.

Schmidt, A.: Kostenrechnung, Kohlhammer.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Buchführung	22
2	Seminaristische Vorlesung	Kosten- und Leistungsrechnung	22
3	Selbststudium	Internes Rechnungswesen	79
4	Klausur	Internes Rechnungswesen	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 120 Min.: 60 Min./50 Punkte Buchführung und 60 Min./50 Punkte Kosten- und Leistungsrechnung)
--

Statistik I: Grundlagen der empirischen Sozialforschung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0222	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	2. 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. Sie können Daten in Form von Tabellen, Grafiken und nach Kennwerten der beschreibenden Statistik (Maße der zentralen Tendenz als auch der Streuung) aufbereiten. Die Studierenden erwerben praktische Fertigkeiten in der Erhebung, Beschreibung und Interpretation quantitativer und qualitativer Daten. Dabei liegt ein Fokus insbesondere auf dem Forschungsprozess, der Konzeptspezifikation, der Messung und des Untersuchungsdesigns.

Der Studierende erwirbt analytische Kompetenzen durch kritische und systematische Auseinandersetzung mit unterschiedlichen empirischen Forschungsmethoden. Er ist befähigt, eigenständig Befragungen durchzuführen und diese wissenschaftlich zu analysieren.

Lehrinhalte

Statistik I:

Beschreibende Statistik:

- statistische Mess-Skalen
- der Umgang mit ungenauen Werten
- Lage- und Streumaße
- Kovarianz und Korrelation

Wahrscheinlichkeit und relative Häufigkeit

- der Begriff der Wahrscheinlichkeit
- Theoretische Verteilungsfunktionen

Einführung in die Datenauswertung mit R

- logische Abfragen
- Objekte
- Dateneingabe und Datenmanagement
- Variable bearbeiten
- sortieren und auswählen
- einfache Graphiken
- uni- und bivariate deskriptive Statistiken

Forschungsmethodik I:

- 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
- Aufbereitung und Präsentation von wissenschaftlichen Daten

Literatur

Kernliteratur:

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

Gabler.

Weiterführende Literatur:

Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag.

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

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

Luhmann, M.: R für Einsteiger – Einführung in die Statistiksoftware für die Sozialwissenschaften, Beltz Verlag.

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

Raab-Steiner, E./ Benesch, M.: Der Fragebogen – Von der Forschungsidee zur SPSS Auswertung, UTB Verlag.

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

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Statistik I	24
2	Übung	Statistik mit R	12
3	Seminar	Informationsveranstaltung Transferarbeit	2
4	Übung	Forschungsmethodik I	12
5	Selbststudium	Statistik I	75

Summe: 125

Leistungsnachweis

Statistik I: Präsentation (100 %, 100 Punkte) in Kleingruppen von 2 - 4 Prüflingen; Forschungsmethodik I:

Testat (Bestanden/Nicht Bestanden: Aktive Teilnahme)

Zum Bestehen des Moduls müssen beide Prüfungsleistungen bestanden werden, die Modulnote entspricht der Note der Präsentation.

Softwareunterstützung von Geschäftsprozessen

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0321	Prof. Dr. Jens Wiggerbrock	5	02/2022
Dauer		Periodizität	
1 Semester		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
BWL, WI, WIng		2. Semester	

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Grundlagen der betrieblichen und überbetrieblichen IT Anwendungen und beherrschen die gängigen Fachbegriffe. 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.

Lehrinhalte

Grundlagen des IT-Managements: IGrundlagen des IT-Managements: Informationsmanagement und Informationssysteme zur Unterstützung betrieblicher Prozesse, integrierte Informationssysteme, IT-Systeme (ERP, PLM, MES, CRM), Bereitstellung von IT (on premise, Make or Buy, Outsourcing, Cloud-Modelle, Service Level Agreements, Kostenmodelle), Rolle der Fachabteilung in IT-Projekten

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

Literatur

Kernliteratur:

Tiemeyer, E.: Handbuch IT-Management, Hanser.
Gassmann, O. / Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten, Hanser.

Weiterführende Literatur:

Abts, D. / Müller, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, Vieweg.
Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, Vieweg+Teubner.
Jung, H. / Kraft, P.: Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung, Hanser.
Krcmar, H.: Einführung in das Informationsmanagement, Springer.
Laudon, K.C. / Laudon, J.P. / Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung, Pearson.
Mertens, P. et al.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Springer.
Schmelzer, H. J. / Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. Kunden zufrieden stellen - Produktivität steigern - Wert erhöhen, Hanser.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen des IT-Managements	24
2	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen der Digitalen Transformation	24
3	Selbststudium	Softwareunterstützung von Geschäftsprozessen	75
4	Klausur	Softwareunterstützung von Geschäftsprozessen	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 90 Min. :45 Min./50 Punkte Grundlagen des IT-Managements und 45 Min./50 Punkte Grundlagen der digitalen Transformation)

Industrie und Dienstleistungen I: Grundlagen der industriellen Wertschöpfung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0421	Prof. Dr. Hans Ludwig Meyer	5	01/2023
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	2. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Grundlagen der industriellen Wertschöpfung vertraut. Sie wissen um die Bedeutung der Industrie für den Wirtschaftsstandort Deutschland und dessen aktuelle Herausforderungen. In den Kernbereichen Innovations-, Beschaffungs-, Lieferanten- und Produktionsmanagement sind grundlegende Begriffe, Modelle und (Analyse-)Methoden bekannt. Die Studierenden sind in der Lage, auf dieser Basis betriebliche Fragestellungen zu erkennen, zu analysieren und Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Lehrinhalte

Grundlagen:

- Geschichte der Industrialisierung: Vom Taylorismus zur Industrie 4.0
- Der Industriestandort Deutschland: Bedeutung und aktuelle Herausforderungen
- Der Wertschöpfungsprozess im Industriebetrieb
- Bedeutung (industrieller) Dienstleistungen
- Strategische Entscheidungen im Industriebetrieb

Innovationsmanagement:

- Grundlagen
- Innovationsstrategie und -kultur
- Der Innovationsprozess
- Innovationsergebnis: Produkte und Dienstleistungen, Gewerbliche Schutzrechte, Konstruktion, Zeichnungen, Stücklisten

Beschaffungs- und Lieferantenmanagement:

- Grundbegriffe/ Bedeutung
- Strategisches und operatives Beschaffungsmanagement
- Analysen: ABC-, Wert-, Make-or-Buy-, Portfolio-Analyse
- Grundlagen der Lieferantenauswahl, -bewertung und -entwicklung

Produktionsmanagement:

- Einführung
- Klassifikation und Analyse von Produktionsprozessen
- Produktions- und kostentheoretische Grundlagen
- Produktionsfunktionen
- Kostenfunktionen
- Planungsaufgaben des Produktionsmanagements:
Kapazität, Reihenfolge, Losgrößen, optimales Produktionsprogramm bei einem oder mehreren Engpässen
- Lean Production und ganzheitliche Produktionssysteme
- Potenziale der Industrie 4.0

Literatur

Kernliteratur:

Kummer, S./Grün, O./Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion u. Logistik, Verlag Pearson Studium.
Steven, M.: Einführung in die Produktionswirtschaft, Verlag W. Kohlhammer.
Steven, M.: Produktionsmanagement, Verlag W. Kohlhammer.

Weiterführende Literatur:

Hansmann, K.-W.: Industrielles Management, München Wien, Oldenbourg
Haupt, R.: Industriebetriebslehre, Wiesbaden, Gabler

Hartmann, H.: Materialwirtschaft, Gernsbach, Dt. Betriebswirte Verl.
Hartmann, H.: Lieferantenmanagement, Gernsbach, Dt. Betriebswirte Verl.
Hofbauer, G./Mashour, T./Fischer, M.: Lieferantenmanagement, München Wien, Oldenbourg
Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, Wiebaden, Gabler
Arnolds, H./Heege, F./Röh, C./Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf:
Grundlagen-Spezialthemen-Übungen, Wiesbaden, Gabler
Steven, M.: Industrie 4.0: Grundlagen Teilbereiche Perspektiven, Verlag W. Kohlhammer.
Bloech, J./Bogaschewsky, R./ Götze, U./ Roland, F.: Einführung in die Produktion, Heidelberg, Physica
Günther, H.-O./ Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, Berlin Heidelberg New York, Springer
Fandel, G./Fistek, A./Stütz, S.: Produktionsmanagement, Springer-Verlag.
Vahs, D./Brem, A.: Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, Verlag Schäffer
Poeschel

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Einführung in die Grundlagen und Entwicklung industrieller Wertschöpfung	48
2	Praxisstudium (PS)	Industrie und Dienstleistungen I	25
3	Selbststudium	Industrie und Dienstleistungen I	50
4	Klausur	Industrie und Dienstleistungen I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Energiewirtschaft I: Energieerzeugung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0422	Prof. Dr. Tim Schröder	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	2. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Rahmenbedingungen der Energiewirtschaft in Deutschland vertraut und sich der volkswirtschaftlichen Bedeutung der Energiewirtschaft bewusst. Die Studierenden verstehen, wie Strom hergestellt wird. Sie können die verschiedenen Verfahren der Energieerzeugung sowie verschiedene Primärenergieträger beurteilen.

Lehrinhalte

Grundlagen der Energieerzeugung
- Physikalische Grundlagen
- Grundlagen der Stromerzeugung
- Kostenstrukturen der Stromerzeugung
- Primärenergieträger
- EEG

Literatur

Basisliteratur:

Panos, K.: Praxisbuch Energiewirtschaft: Energieumwandlung, -transport und -beschaffung im liberalisierten Markt, Springer Verlag.

Pinske, J.: Elektrische Energieerzeugung, Springer Verlag.

Kaltschmitt, M./ Streicher, W./ Wiese, A. (Hrsg.): Erneuerbare Energien, Springer Verlag.

Weiterführende Literatur:

Bartsch, M./ Röhlings, A./ Salje, P./ Scholz, U. (Hrsg.): Stromwirtschaft - Ein Praxis-Handbuch, Carl Heymanns Verlag.

Döring, S.: Energieerzeugung nach Novellierung des EEG, Springer Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Grundlagen der Energieerzeugung	48
2	Praxisstudium (PS)	Energiewirtschaft I	25
3	Selbststudium	Energiewirtschaft I	50
4	Klausur	Energiewirtschaft I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Finanzdienstleistungen I: Grundlagen der Bankwirtschaft

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0423	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	2. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Rahmenbedingungen der Finanzdienstleistungen von Kreditinstituten in Deutschland vertraut und sich der Bedeutung des Bankensektors innerhalb der Marktwirtschaft bewusst. Die Interdependenzen von Kredit- und Realwirtschaft sind bekannt und können eingeschätzt werden. Sie kennen die Kerngeschäfte und Kunden von Kreditinstituten und sind mit wesentlichen Begriffen und betriebs- bzw. finanzwirtschaftlichen Techniken vertraut. Die Studierenden können die Inhalte anwenden.

Lehrinhalte

- Rahmenbedingungen und Kerngeschäfte des Bankbetriebes
- 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 berechnigte)
- 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
- Anlagestrategien
- Gesetzliche Anforderungen in der Anlageberatung

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Hartmann-Wendels, T./ Pfingsten, A./ Weber, M.: Bankbetriebslehre, Springer.

Kernliteratur:
Eilenberger, G.: Bankbetriebswirtschaftslehre, De Gruyter Oldenbourg.

Weiterführende Literatur:
Adrian, R./Heidorn, T.: Der Bankbetrieb, Gabler.
Büschgen, H. E./ Börner, C. J.: Bankbetriebslehre, UTB.
Ostendorf, R. J.: Bankwirtschaft, Pearson.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Grundlagen der Bankwirtschaft	48
2	Praxisstudium (PS)	Finanzdienstleistungen I	25
3	Selbststudium	Finanzdienstleistungen I	50
4	Klausur	Finanzdienstleistungen I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Digital Services I: Dienstleistungsmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0426	Prof. Dr. André von Zobeltitz	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	2. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

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 eBusiness und eCommerce vertraut und sind in der Lage, digitale Services zu analysieren und zu entwickeln.

Lehrinhalte

- Bedeutung und Charakteristika von Dienstleistungen
- 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

Literatur

Kernliteratur:

Haller, S.; Wissing, C.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungen 4.0: Konzepte – Methoden – Instrumente. Band 1, Springer Verlag.

Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungen 4.0: Geschäftsmodelle - Wertschöpfung - Transformation. Band 2, Springer Verlag.

Bruhn, M.; Hadwich, K.: Service Business Development: Strategien – Innovationen – Geschäftsmodelle. Band 1, Springer Verlag.

Bruhn, M.; Hadwich, K.: Service Business Development: Band 2. Methoden – Erlösmodelle – Marketinginstrumente. Band 1, Springer Verlag.

Meier, A.; Stormer, H.: eBusiness & eCommerce: Management der digitalen Wertschöpfungskette, Springer Gabler.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Dienstleistungsmanagement	48
2	Praxisstudium (PS)	Digital Services I	25
3	Selbststudium	Digital Services I	50
4	Klausur	Digital Services I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Vergleichende Transferarbeit I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0521	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	2. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden können betriebliche Zusammenhänge fundiert beschreiben und in einen übergeordneten theoretischen Rahmen einordnen.

Lehrinhalte

Das Thema der vergleichenden Transferarbeit wird zwischen Studierenden, Unternehmen und Dozenten vereinbart. Die Themen hängen vom Einsatzgebiet der Studierenden im Unternehmen ab. Die Studierenden werden von einem entsprechenden Fachdozenten über die E-Learning Plattform der HSW betreut. Es sind die jeweils einschlägigen Richtlinien zur formalen Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten sowie die Richtlinien zur Erstellung von Praxis- und Fachberichten (ab Jahrgang 2018: Transferarbeiten) sowie der Bachelor-Thesis der dualen Bachelor-Studiengänge zu berücksichtigen.

Literatur

Dem jeweiligen Thema entsprechende relevante Literatur in der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Praxisstudium (PS)	Praxisstudium	125

Summe: 125

Leistungsnachweis

Vergleichende Transferarbeit (100 %, 100 Punkte)

Investition und Finanzierung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2321	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	2. 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, zur Anschaffung empfohlen:

Perridon, L. / Steiner, M. / Rathgeber/ Andreas W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen.

Kernliteratur:

Bösch, M.: Finanzwirtschaft, Vahlen.

Prätsch, J./ Schikorra, U./ Ludwig, E.: Finanzmanagement, Springer.

Drukarczyk, J.: Finanzierung, UTB.

Nöll, B./ Wiedemann,A.: Investitionsrechnung unter Unsicherheit, Vahlen.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Investition und Finanzierung	44
2	Selbststudium	Investition und Finanzierung	79
3	Klausur	Investition und Finanzierung	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Marketing

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2421	Prof. Dr. André von Zobeltitz	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	2. 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. Hierbei kennen Sie die Dimensionen und Charakteristika von Dienstleistungen. Sie wissen um Ebenen des Konsumentenverhaltens und sind in der Lage, diese Kenntnisse in Bezug auf den Kaufentscheidungsprozess von Individuen zu reflektieren. Die Studierenden können wissenschaftliche Arbeitsmethoden im Sinne der Marktforschung und der Erforschung von Konsumentenbedürfnissen anwenden. Sie wissen um die Bedeutung von Kundenzufriedenheit und können diese Kenntnisse in Bezug auf ein mögliches Beschwerdemanagement anwenden.

Die Studierenden sind darüber hinaus mit Besonderheiten und Spezifika ihrer jeweiligen Branche vertraut und wissen um deren Auswirkungen auf Marketing und Vertrieb. Sie können im Zuge von Marketingmaßnahmen die Besonderheiten der branchenspezifischen Zielgruppe in der Praxis berücksichtigen und reflektieren.

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

Konsumentenverhalten und Dienstleistungsmarketing:

- Konsumentenverhalten (Wahrnehmung, Einstellungen, soziale Schichten und Lebensstile)
- Der Marktforschungsprozess zur Erforschung von Konsumentenbedürfnissen
- Der Kaufentscheidungsprozess
- Das Umfeld des Marketings (Mikro- und Makroumfeld)
- Die Dienstleistungsgesellschaft
- Besonderheiten und Charakterisierung von Dienstleistungsunternehmen und Dienstleistungen
- Dimensionen der Dienstleistung (Potenzial / Prozess / Ergebnis)
- Die Bedeutung von Kundenzufriedenheit und aktives Beschwerdemanagement

Marketing und Vertrieb von Industriegütern (nur Branche Industrie und Dienstleistungen):

- Einführung, Begriffsabgrenzungen und -definitionen, Charakterisierung von Industrie-/ Investitionsgüterunternehmen
- Zielgruppen und deren Anforderungen an Industrieunternehmen / Die Besonderheiten des B2B Marketing
- Entscheidungen und Entscheidungssituationen im Investitionsgüterbereich
- Strategischer und operativer Bereich des Marketings für Industriegüterunternehmen
- Besonderheiten Investitionsgütermarketing
- Instrumente und Instrumentarbereiche des Investitionsgütermarketings - „Von den 4 zu den 7 Ps“
- Grundlagen des Vertriebs von Investitionsgütern
- Besondere Konzepte für das Investitionsgütermarketing

Vertrieb in der Energiewirtschaft (nur Branche Energiewirtschaft):

- öffentliche Auftraggeber / Ausschreibung nach VOL A/B
- Das Energiewirtschaftsgesetz [EnWG]
- Marktfelder der Energiewirtschaft
- Märkte für Strom, Gas, Wärme, Schmutz- und Trinkwasser

- Energiedienstleistungen Contracting, Energie- und Facility-Management, Abrechnungsservice
- Aspekte des Marketingmix in der Energiewirtschaft
- Organisation des Vertriebs

Marketing und Vertrieb von Finanzdienstleistungen (nur Branche Finanzdienstleistungen):

- Entwicklungstendenzen im Finanzdienstleistungsmarkt
- Informationen als Basis des Bankmarketings
- Bankbetriebliche Ziele und Zielsysteme
- Einordnung von Strategien in die Marketingkonzeption von Kreditinstituten
- Besonderheiten von Finanzdienstleistungen
- Bedeutung einer starken Finanzdienstleistungsmarke
- Gestaltung von Innovationsprozessen
- Omnichannel-Banking
- Filiale der Zukunft

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Kotler, Ph. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V.: Grundlagen des Marketing, München, Pearson Studium.

Weiterführende Literatur:

Backhaus, K./ Voeth, M.: Industriegütermarketing, Vahlen.

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

Berufsordnung für Steuerberater in aktueller Fassung.

Bruhn, Manfred: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden, Gabler. Büschgen, H.E. /

Büschgen, A: Bankmarketing, Wirtschaft und Finanzen.

Bullinger, H-J. (Hrsg.): Service Engineering, Springer.

Hafner, N.: Die Kunst der Kundenbeziehung: Die besten Ratschläge für ein langfristig profitables CRM, Haufe.

Heßler, A. / Mosebach, P.: Strategie und Marketing im Web 2.0: Handbuch für Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, Springer Gabler.

Keller, B. / Tuschl, S./ Klein, H.-W.: Marktforschung der Zukunft - Mensch oder Maschine, Springer Gabler.

Köhler-Schute, C. (Hrsg.): Wettbewerbsorientierter Vertrieb in der Energiewirtschaft, KS-Energy-Verlag.

Kreutzer, R.-T: Praxisorientiertes Online-Marketing – Konzepte – Instrumente - Checklisten, Wiesbaden, Gabler.

Kroeber-Rihl, W./ Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, Vahlen.

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

Hoffmann, S./ Akbar, P.: Konsumentenverhalten: Konsumenten verstehen - Marketingmaßnahmen gestalten, Springer Gabler.

Meffert, H./Bruhn, M./ Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing Grundlagen-Konzepte-Methoden, Gabler.

Scharf, A./ Schubert, B. / Hehn, P: Marketing - Einführung in Theorie und Praxis, Schäffer Poeschel.

Stumpf, M. (Hrsg.): Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing, Haufe.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen und aktuelle Trends im Marketing	16
2	Seminaristische Vorlesung	Konsumentenverhalten und Dienstleistungsmarketing	20
3	Seminaristische Vorlesung	Marketing und Vertrieb von Industriegütern	12
4	Seminaristische Vorlesung	Marketing und Vertrieb in der Energiewirtschaft	0
5	Seminaristische Vorlesung	Marketing und Vertrieb von Finanzdienstleistungen	0
6	Selbststudium	Marketing	75
7	Klausur	Marketing	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 90 Min.: 30 Min./35 Punkte Grundlagen und aktuelle Trends und 35 Min./40 Punkte Konsumentenverhalten und Dienstleistungsmarketing und 25 Min./25 Punkte Marketing und Vertrieb in der jeweiligen Branche)

Statistik II: Data Mining und Analytics

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0331	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	3. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte und Techniken der Datenanalyse und deren Anwendung auf große Datenmengen. Die Studierenden entwickeln die Kernkompetenzen und Kenntnisse, die von Datenwissenschaftlern benötigt werden, einschließlich der Verwendung von Techniken wie lineare Regression, Klassifizierung und Clustering. Die Studierenden können mit der Datenanalyseumgebung R praktische Probleme lösen, die auf Anwendungsfälle basieren, die aus realen Domänen extrahiert wurden.

Lehrinhalte

Statistik II:

- Einführung in die multiple lineare Regression
- Klassifikation wie zum Beispiel logistische Regression, Entscheidungsbäume, Support Vector Machine
- Clustering
- Assoziationsanalyse
- Faktorenanalyse
- Prognosen

Data Analytics:

- Big-Data-Überblick
- Datenvorverarbeitung
- Anwendung spezifischer Methoden

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

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

Weiterführende Literatur:

Dormann, C.: Parametrische Statistik; Verteilungen, maximum likelihood und GLM in R; Springer Spektrum.
Fahrmeir, L., Heumann, C., Künstler, R., Pigeot, I., Tutz, G.: Statistik – Der Weg zur Datenanalyse; Springer Spektrum.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Statistik II	24
2	Fallstudie	Data Analytics	16
3	Selbststudium	Statistik II	85

Summe: 125

Leistungsnachweis

Projektbericht (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen)

Industrie und Dienstleistungen II: Industrielle Wertschöpfung 4.0 & Qualitäts- und Risikomanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0431	Prof. Dr. Hans Ludwig Meyer	5	06/2023
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	3. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Grundlagen, Teilbereichen und Perspektiven der Industrie 4.0 vertraut. Sie kennen die Stufen des Industrie 4.0-Entwicklungspfad und können den Reifegrad ihres Ausbildungsunternehmens einordnen. Sie kennen die Potenziale der Digitalisierung für die Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle. Sie lernen Methoden der Geschäftsmodellanalyse und -entwicklung kennen und wenden diese an.

Die Studierenden kennen die grundlegenden Strategien, Methoden und Techniken des Qualitäts- und Risikomanagement und können die Bedeutung des QM und des RM als zentrale Instrumente der Unternehmensführung für ihre Branche und ihr Unternehmen einschätzen. Sie verstehen QM als prozessbasierte Grundlage für den Einsatz der Werkzeuge des Risikomanagements und haben die Synergien beider Instrumente erkannt. Ihnen ist bewusst, dass die Einbindung der Mitarbeiter ein zentrales Element für den Erfolg von QM-Systemen darstellt, kennen Instrumente, die diese Einbindung fördern und können deren Eignung beurteilen.

Lehrinhalte

- I. Industrielle Wertschöpfung 4.0
 1. Einführung
 2. Von der Industrie 3.0 zur Industrie 4.0
 - 2.1 Definition Industrie 4.0
 - 2.2 Komponenten der Industrie 4.0
 - 2.3 Stufen des Industrie 4.0 Entwicklungspfad, Reifegradmodelle
 3. Geschäftsmodelle Industrie 4.0
 - 3.1. Grundlagen Geschäftsmodelle
 - 3.2. Geschäftsmodellanalyse und -entwicklung:
 - St. Galler Business Model Navigator
 - Business Model Canvas
 - 3.3. Digitale Geschäftsmodelle
- II. Qualitäts- und Risikomanagement
 1. Einführung
 - 1.1. Begriffe, Grundsätze und Disziplinen des Qualitäts- und Risikomanagement
 - 1.2. Synergien von Qualitäts- und Risikomanagement
 2. Qualitätsmanagement (QM)
 - 2.1. Historische Entwicklung, Ganzheitliches QM / TQM
 - 2.2. Qualität und Wirtschaftlichkeit, Qualitätskosten
 - 2.3. PDCA-Zyklus, EFQM-Modell, FMEA, Werkzeuge und Methoden
 - 2.4. Umsetzung des QM: QMH, Audit, Supplier Quality Management
 - 2.5. Qualitätssicherung 4.0 (Anforderungen/Ansätze im Kontext von Industrie 4.0)
 3. Risikomanagement (RM)
 - 3.1. Auslöser zur Einführung von RM (Gesetze, Standards, Richtlinien und Normen)
 - 3.2. Risiko-Kategorien
 - 3.3. RM-Methoden (FMEA, Gefahrenlisten, Risikodiagramm, Antizipierende Fehlererkennung, Fehlerbaumanalyse, HAZOP)
 - 3.4. Risikobewertung mit KPIs (u.a. Risikozahl, Risikokosten, Value at Risk)/ Risk Mapping
 - 3.5. RM-Prozess (Risiken, Ursachen, Maßnahmen, Controlling, Umsetzung in der Organisation)
 - 3.6. RM-Plan, Maßnahmenplanung
 - 3.7. RM-Organisation
 4. Integration Risikomanagement im Qualitätsmanagement
 - 4.1. Prozessorientiertes RM nach ISO 9001:2015

4.2. Risikolandschaft als Grundlage für Entscheidungen
 4.3. RM, Risikokultur & Compliance Management, Thesen zum RM der Zukunft

Literatur

Kernliteratur
 Steven, M.: Industrie 4.0: Grundlagen Teilbereiche Perspektiven, Verlag W. Kohlhammer.
 Gassmann, O./Frankenberger, K./Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, Carl Hanser Verlag München
 Sihm, W. et al: Produktion u. Qualität, Carl Hanser Verlag.

Weiterführende Literatur
 Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, Wiley
 Hoffmeister, C.: Digital Business Modelling: Digitale Geschäftsmodelle verstehen, designen, bewerten, Carl Hanser Verlag München
 Günther Schuh, G./Anderl, R./Dumitrescu, R./Krüger, A./ten Hompel, M. (Hrsg.): Industrie 4.0 Maturity Index Die digitale Transformation von Unternehmen gestalten – UPDATE 2020, acatech STUDIE
 Brühwiler, B.: Risikomanagement als Führungsaufgabe: ISO 31000 mit ONR 49000 wirksam umsetzen, Verlag Haupt.
 Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements, Verlag Vahlen.
 Romeike, F./Hager, P.: Erfolgsfaktor Risikomanagement 3.0: Lessons learned, Methoden, Checklisten und Implementierung, Springer Verlag.
 Gleißner, W./Romeike, F.: Die größte anzunehmende Dummheit im Risikomanagement – Berechnung der Summe von Schadenserwartungswerten als Maß für den Gesamtrisikoumfang, in: Risk, Compliance & Audit, 1/2011.
 Sinn, H.-W.: Ökonomische Entscheidungen bei Ungewissheit, Verlag J. C. B. Mohr (Paul Siebeck).

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Industrielle Wertschöpfung 4.0	24
2	Seminaristische Vorlesung	Qualitäts- und Risikomanagement	24
3	Praxisstudium (PS)	Industrie und Dienstleistungen II	25
4	Selbststudium	Industrie und Dienstleistungen II	50
5	Klausur	Industrie und Dienstleistungen II	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (50 %, 100 Punkte, 60 Min.: Qualitäts- und Risikomanagement) und Testat (50 %, 100 Punkte, in Kleingruppen á 3-5 Studierende: Geschäftsmodellentwicklung Industrielle Wertschöpfung 4.0)
 Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Energiewirtschaft II: Energiemärkte und -verteilung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0432	Prof. Dr. Tim Schröder	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	3. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Struktur der Energiewirtschaft in Deutschland sowie Europa und wissen um die Herausforderungen, die sich aus der Liberalisierung der Strom- und Gasmärkte ergeben.
Die Studierenden kennen die Struktur der Energieverteilung (Übertragungsnetze und Verteilnetze) und können die spezifischen Besonderheiten der Stromnetze einerseits und der Gasnetze andererseits beurteilen und klassifizieren.

Lehrinhalte

Strukturen und Mechanismen der Energiemärkte
- Historische Entwicklung der Energiemärkte
- Liberalisierung der Märkte für Strom und Gas und deren Folgen
- Grundlagen des Energiehandels

Grundlagen der Energieverteilung
- Technische Grundlagen
- Politische Rahmenbedingungen
- Smart Grids

Literatur

Weiterführende Literatur:

Panos, K.: Praxisbuch Energiewirtschaft: Energieumwandlung, -transport und -beschaffung im liberalisierten Markt, Springer Verlag.

Bartsch, M./ Röhling, A./ Salje, P./ Scholz, U. (Hrsg.): Stromwirtschaft - Ein Praxis-Handbuch, Carl Heymanns Verlag.

Kaltschmitt, M./ Streicher, W./ Wiese, A. (Hrsg.): Erneuerbare Energien, Springer Verlag.

Baur, J. F./ Pritzsche, K. U./ Simon, S. (Hrsg.): Unbundling in der Energiewirtschaft: Ein Praxishandbuch, Carl Heymanns Verlag.

Schwintowski, H.-P. (Hrsg.): Handbuch Energiehandel, Erich Schmidt Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen der Energieverteilung	24
2	Seminaristische Vorlesung + PS	Strukturen und Mechanismen der Energiemärkte	24
3	Praxisstudium (PS)	Energiewirtschaft II	25
4	Selbststudium	Energiewirtschaft II	50
5	Klausur	Energiewirtschaft II	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (100%, 100 Punkte, 90 Min.: 45 Min./50 Punkte Grundlagen der Energieverteilung und 45 Min./50 Punkte Strukturen und Mechanismen der Energiemärkte)

Finanzdienstleistungen II: Risikomanagement und Regulierung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0433	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	07/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	3. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den grundlegenden regulatorischen Anforderungen an Kreditinstitute in Deutschland und deren Implikationen für das Geschäftsmodell vertraut. Die Studierenden kennen die grundlegenden Techniken des Risikomanagements und können diese anwenden. Die Studierenden verstehen den Zusammenhang zwischen Regulatorik und Risikomanagement.

Lehrinhalte

- Eigenkapitalanforderungen (z.B. Basel III bzw. IV, CRR, CRD)
- MaRisk (BA)
- Eigenkapitalinstrumente
- Risikoarten
- Risikomaße (z.B. Value at Risk)
- Risikomanagementprozess
- Risikotragfähigkeit

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Hull, J.-C.: Risikomanagement, Pearson.

Weiterführende Literatur:

Adrian, R./Heidorn, T.: Der Bankbetrieb, Gabler.

Büschgen, H. E./ Börner, C. J.: Bankbetriebslehre, UTB.

Eilenberger, G.: Bankbetriebswirtschaftslehre, De Gruyter Oldenbourg.

Hartmann-Wendels, T./ Pfingsten, A./ Weber, M.: Bankbetriebslehre, Springer.

Ostendorf, R. J.: Bankwirtschaft, Pearson.

Wolke, T.: Risikomanagement, De Gruyter Oldenbourg.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Risikomanagement und Regulierung	36
2	Seminaristische Vorlesung	Regulierung	12
3	Praxisstudium (PS)	Finanzdienstleistungen III	25
4	Selbststudium	Finanzdienstleistungen II	52

Summe: 125

Leistungsnachweis

Präsentation (100%, 100 Punkte, in Kleingruppen á 4-7 Studierende)

Digital Services II: Geschäftsmodelle und Kundeninteraktion

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0436	Prof. Dr. Jens Wiggerbrock	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	3. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

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.

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

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Aagaard, A.: Digital Business Models - Driving Transformation and Innovation, Palgrave Macmillan.
Scheer, C./Deelmann, T./Loos, P.: Geschäftsmodelle und internetbasierte Geschäftsmodelle, Universität Mainz.

Weiterführende Literatur:
Bozem, K./Nagl, A.: Digitale Geschäftsmodelle erfolgreich realisieren - Business Model Building mit Checklisten und Fallbeispielen, Springer Gabler.
Chan, J. K. H./Zhan, Y.: Sharing by Design, Springer.
Stummeyer, C./Köber, B. (Hrsg.): Amazon für Entscheider, Springer.
Halberstadt, J.: Globale und nationale First-Mover-Vorteile internetbasierter Geschäftsmodelle, Springer.
Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Springer.
Pätzold, M.: Neue Wettbewerbspolitik im 21. Jahrhundert, Springer.
Auer, C./Bartsch, S./Meyer, A.: Die Bedeutung von Technologien in der Dienstleistungsmarketingforschung, in: Roth, S./Horbel, C./Popp, B. (Hrsg.), Perspektiven des Dienstleistungsmanagements, Springer.
Jiang, B./Tian, L.: The Strategic and Economic Implications of Consumer-to-Consumer Product Sharing; in: Hu, M. (Hrsg.), Sharing Economy, Springer.
Ertel, A./Laborenz, K.: Responsive Webdesign – Konzepte, Techniken, Praxisbeispiele, Rheinwerk.
Kranz, Maciej: Building the Internet of Things: Implement New Business, Wiley.
Krug, S.: Don't make me think! - Web Usability - Das intuitive Web, mitp Verlag.
Keßler, E./Rabsch, S./Mandic, M.: Erfolgreiche Websites: SEO, SEM, Online-Marketing, Kundenbindung, Usability, Rheinwerk.
Kruse Brandão, T./Wolfram, G.: Digital Connection - Die bessere Customer Journey mit smarten Technologien – Strategie und Praxisbeispiele, Springer.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

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

1	Seminar + PS	Geschäftsmodelle	24
2	Seminar	Kundeninteraktion	24
3	Praxisstudium (PS)	Geschäftsmodelle	25
4	Selbststudium	Digital Services II	51
5	Klausur	Geschäftsmodelle	1

Summe: 125

Leistungsnachweis

<p>Klausur (50 %, 100 Punkte, 60 Min.: Geschäftsmodelle) und Präsentation (50 %, 100 Punkte: Kundeninteraktion) Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.</p>

Vergleichende Transferarbeit II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0531	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	3. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden können betriebliche Zusammenhänge fundiert beschreiben und in einen übergeordneten theoretischen Rahmen einordnen.

Lehrinhalte

Das Thema der vergleichenden Transferarbeit wird zwischen Studierenden, Unternehmen und Dozenten vereinbart. Die Themen hängen vom Einsatzgebiet der Studierenden im Unternehmen ab. Die Studierenden werden von einem entsprechenden Fachdozenten über die E-Learning Plattform der HSW betreut. Es sind die jeweils einschlägigen Richtlinien zur formalen Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten sowie die Richtlinien zur Erstellung von Praxis- und Fachberichten (ab Jahrgang 2018: Transferarbeiten) sowie der Bachelor-Thesis der dualen Bachelor-Studiengänge zu berücksichtigen.

Literatur

Dem jeweiligen Thema entsprechende relevante Literatur in der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Praxisstudium (PS)	Praxisstudium	125

Summe: 125

Leistungsnachweis

Vergleichende Transferarbeit (100 %, 100 Punkte)

VWL I: Mikroökonomik

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2331	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	3. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden verstehen die grundlegende Funktionsweise von Märkten. Sie wissen wie Preisbildungen auf unterschiedlichen Marktformen erfolgen und welche Bedeutung der Wettbewerb für die Effizienz einer Marktwirtschaft hat. Sie können beurteilen, wann staatliche Eingriffe in den Marktmechanismus gerechtfertigt sind. Die Studierenden sind mit den mikroökonomischen Entscheidungen privater Haushalte und der Unternehmen vertraut und können solche Entscheidungen analytisch nachvollziehen.

Lehrinhalte

Marktmechanismus
Wohlfahrtseffekte
Arbeitsteilung
Theorie der privaten Haushalte
Theorie der Unternehmung
Marktgleichgewichte auf unterschiedlichen Marktformen

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Brunner, K. Kehrle, Volkswirtschaftslehre, Vahlen.

Weiterführende Literatur:

Bartling, H. / Luzius, F.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Vahlen.

H. Varian: Grundzüge der Mikroökonomik, De Gruyter Oldenbourg.

Schumann, J./ Meyer, U./ Ströbele, W.: Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, Springer.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Mikroökonomik	40
2	Selbststudium	VWL I	83
3	Klausur	VWL I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Externes Rechnungswesen

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2332	Prof. Dr. Michelle Peters	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	3. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden verstehen, wie das Unternehmensgeschehen im Rechnungswesen abgebildet wird. Sie kennen die Zusammenhänge zwischen internem und externem Rechnungswesen, sind mit den Begriffen, Aufgaben und Methoden des externen Rechnungswesens vertraut und in der Lage, das erworbene Wissen auf Problemstellungen des externen Rechnungswesens anzuwenden. Außerdem verfügen sie über spezifische Kenntnisse und Methoden des Rechnungswesens der Ausbildungsbranche und können diese auf Problemstellungen des Ausbildungsunternehmens anwenden. Die Studierenden können Sachverhalte im externen Rechnungswesen beurteilen und daraus entsprechende Entscheidungen ableiten.

Lehrinhalte

Externes Rechnungswesen:

1. Grundlagen der nationalen Rechnungslegung nach HGB
 - 1.1 Funktionen und Bestandteile des handelsrechtlichen Einzelabschlusses
 - 1.2 Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB)
 - 1.3 Grundlegende Ansatz- und Bewertungskriterien von Aktiva und Passiva
2. Einführung in die internationale Rechnungslegung (IAS/IFRS)
3. Grundlagen der Jahresabschlussanalyse

Spezifika des Rechnungswesens:

- Finanzdienstleistungen:

1. Jahresabschlussvorschriften für Kreditinstitute
2. Konzernabschluss und Bankbilanzpolitik
3. Kosten- und Erlösrechnung der Kreditinstitute, Marktzinsmethode, Barwertkonzept

- Industrie und Dienstleistungen: Bilanzierung ausgewählter Sachverhalte nach HGB und IFRS mit vertiefender Bilanzanalyse:

1. Anschaffungskosten und Wertminderungen
2. Forschungs- und Entwicklungskosten und Goodwill
3. Langfristige Fertigungsaufträge
4. Leasing
5. Sicherungsbilanzierung (hedge accounting)
6. Grundlagen der Konzernrechnungslegung

- Energiewirtschaft:

1. Besondere Bilanzierungsvorschriften/-regeln für Energieversorgungsunternehmen
2. Unbundling: Kontentrennung und Tätigkeitsabschlüsse, Kalkulation von Strom- und Gaspreisen sowie Netzentgelten
3. Grundzüge der Anreizregulierung
4. Bewertung von Energieversorgungsnetzen

Literatur

- Externes Rechnungswesen:

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Wöltje, J.: Jahresabschluss Schritt für Schritt, utb.

Weiterführende Literatur:

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

Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G.: Externes Rechnungswesen, Oldenbourg.

Coenberg, A./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer Poeschel.

Förschle, G./Holland, B./Kroner, M.: Internationale Rechnungslegung, Economica Verlag.

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

Pellens, B./Fülbier, R. U./Gassen, J./Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, Schäffer Poeschel.

Schildbach, T.: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Schäffer Poeschel.

- Spezifika Finanzdienstleistungen:

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Hartmann-Wendels, T./Pfungsten, A./Weber, M.: Bankbetriebslehre, Springer.

Weiterführende Literatur:

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

Löw, E.: Rechnungslegung für Banken nach IFRS, Gabler.

- Spezifika Industrie und Dienstleistungen:

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

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

Weiterführende Literatur:

Pellens, B./Fülber, R. U./Gassen, J./Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, Schäffer Poeschel.

- Spezifika Energiewirtschaft:

Basisliteratur wird ausgegeben.

Weiterführende Literatur:

PwC (Hrsg.): Regulierung in der deutschen Energiewirtschaft, Band I und II, Haufe Gruppe.

IDW: IDW Stellungnahme zur Rechnungslegung: Rechnungslegung nach §6b Energiewirtschaftsgesetz, IDW-Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Externes Rechnungswesen	24
2	Seminaristische Vorlesung	Spezifika des Rechnungswesens (Finanzdienstleistungen)	24
3	Seminaristische Vorlesung	Spezifika des Rechnungswesens (Industrie und Dienstleistungen)	24
4	Seminaristische Vorlesung	Spezifika des Rechnungswesens (Energiewirtschaft)	24
5	Selbststudium	Externes Rechnungswesen	75
6	Klausur	Externes Rechnungswesen	2

Summe: 173

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 120 Min.: 60 Min./50 Punkte Externes Rechnungswesen und 60 Min./50 Punkte Spezifika Rechnungswesen der Branche)

Industrie und Dienstleistungen IIb: Ökonomie des Teilens („Sharing Economy“)

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2431	Prof. Dr. Tim Schröder	5	03/2023
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	3. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die ökologischen und ökonomischen Auswirkungen von nachhaltigen Konsumweisen im Kontext der Sharing Economy. Ihnen sind die verschiedenen Ansätze zur Nutzungsintensivierung („Nutzen statt besitzen“-Ansätze), die unterschiedlichen Kategorien des Teilens, Hintergründe, mögliche Folgen und Beispiele aus der Praxis bekannt.

Die Studierenden können die betrachteten Beispiele und deren ökonomische Modellierung auf die Produkte und Dienstleistungen ihres Unternehmens übertragen und mögliche Szenarien (Effekte sowie Vor- und Nachteile hinsichtlich der heute erbrachten Wertschöpfung) für ihr Unternehmen beschreiben. Aufbauend auf den gewonnenen Erkenntnissen werden Handlungsempfehlungen für ihre Branche und ihr Unternehmen beeinflusst.

Darüber hinaus werden den Studierenden die Grundzüge der Circular Economy nähergebracht. Ziel ist es, den Bedarf von kreislaufwirtschaftlichen Prozessen für ein nachhaltiges Wirtschaften aufzuzeigen, über welche Methoden sich eine Circular Economy umsetzen lässt, und wie dies das Design von Produkten und die Struktur von Geschäftsmodellen entwickelt

Lehrinhalte

Ökonomie des Teilens (Sharing Economy)

1. Grundlagen, Begriffe, Hintergründe
2. Kategorien des Teilens („Sharing Types“) und Konsequenzen für eine nachhaltige Entwicklung
 - 2.1. Produkt und Service: Material, Produkt (Umverteilung), Produkt-Service-Systeme (PSS), Wohnraum, Geld, Arbeitskraft, Wissen und Information
 - 2.2. Marktstruktur: Business to consumer (B2C), Consumer to consumer (C2C), Consumer to business (C2B), Business to business (B2B), Government to consumer (G2C)
 - 2.3. Marktorientierung: For-profit, Non-profit
 - 2.4. Branchen: Nahrungsmittel, Verbrauchsgüter, Mobilität und Transport, Gastgewerbe, Entertainment und Medien, Energie und Versorgungsgüter
3. Szenarien der Null-Grenzkosten-Gesellschaft
 - 3.1. Grenzkosten
 - 3.1.1. Entstehung von Grenzkosten
 - 3.1.2. Rolle der Produktionskapazität
 - 3.1.3. Grenzkosten im nicht linearen Kostenverlauf
 - 3.1.4. Mathematische Bestimmung
 - 3.2. Szenarien bei schwindenden Grenzkosten (Paradigmenwechsel, Das Internet der Dinge, Kostenlose Energie, 3D-Druck, Das Ende der Arbeit, Die Renaissance der Allmende, Teilen statt besitzen – die Sharing Economy, Überfluss statt Knappheit)
4. „Gutes“ und „schlechtes“ Teilen
 - 4.1. Sharing-Angebote als Erweiterung des klassischen Markts
 - 4.2. Rechtlichen Unklarheiten
5. Open Business Models
6. Nachhaltigkeit der Sharing Economy

Circular Economy

- Grundprinzipien und Treiber der Circular Economy
- R-Framework: reduce – reuse – recycle – recover
- Life Cycle Assessment und Product Carbon Footprint
- Produktdesign in der Circular Economy
- Geschäftsmodelle in der Circular Economy

Literatur

Kernliteratur:

Rifkin, J.: Die Null Grenzkosten Gesellschaft. Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus, Campus Verlag.
 Botsman, R./Rogers, R.: What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, HarperCollins.
 Plewnia, F./Guenther, E.: Mapping the sharing economy for sustainability research, Management Decision.

Weiterführende Literatur:

Hoffmeister, C.: Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen, insbes.Kap. 3 (Don't) Follow the free - Traffic ist nicht immer alles", S. 47-74 und Kap. 6 Open Business Models - Erfolg durch kollektives Handeln", S. 141-166, Carl Hanser Verlag.
 Agyeman, J./McLaren, D./Schaefer-Borrego, A.: Sharing cities, Friends of the Earth Briefing.
 Olson, M. J./Kemp, S. J.: Sharing Economy: An In-Depth Look at its Evolution & Trajectory Across Industries, PiperJaffray Investment Research.
 Gsell, M. et al.: Nutzen statt Besitzen: Neue Ansätze für eine Collaborative Economy, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit.
 Ökonomie des Teilens – nachhaltig und innovativ? In: Wirtschaftsdienst – Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, Heft 2/Februar 2015, Seite 87 - 103. ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft.
 Codagnone, C./Biagi, F./Abadie, F.: The Passions and the Interests, Sharing Economy, SSRN Scholarly Paper No. ID 2793901, Social Science Research Network.
 Scholl, G. et al.: Nutzen statt Besitzen – Perspektiven für ressourcen-effizienten Konsum durch innovative Dienstleistungen, Paper zu Arbeitspaket 12 „Konsumentinnen- und kundennahe Ressourcenpolitikoptionen“ des Projekts „Materialeffizienz und Ressourcenschonung“ (MaRes).
 Zvolaska, L.: Sustainability Potentials of the Sharing Economy. The Case of Accommodation-Sharing Platforms., Master Thesis, Lund University.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Ökonomie des Teilens (Sharing Economy)	24
2	Seminaristische Vorlesung	Circular Economy	12
3	Praxisstudium (PS)	Industrie und Dienstleistungen IIb	15
4	Selbststudium	Industrie und Dienstleistungen IIb	74

Summe: 125

Leistungsnachweis

Präsentation (67 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 2-3 Studierenden zu Ökonomie des Teilens) und Präsentation (33 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 2-3 Studierenden zu Paper aus dem Bereich Sharing Economy)

Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Energiewirtschaft IIb: Energierecht und Geschäftsmodellierung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2432	Prof. Dr. Tim Schröder	5	07/2023
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	3. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die besonderen rechtlichen Rahmenbedingungen der Branche und die daraus resultierenden Konsequenzen für das Ausbildungsunternehmen. Sie können die Prinzipien der Entwicklung von Dienstleistungen in ihren Ausbildungsunternehmen anwenden. Zudem vermögen sie, Dienstleistungen/Produkte im Kontext der Herausforderung der Energiewende zu entwickeln sowie die dazugehörigen Prozesse zu modellieren.

Lehrinhalte

Rechtliche Rahmenbedingungen der Energiewirtschaft

- Monopol vs. Wettbewerbsphilosophie
- EnWG-Novelle 2005
- Subventionsregelungen für einzelne Wirtschaftsbereiche
- Kartellrechtliche Grundlagen
- Anforderungen aus der Energiewende

Geschäftsmodellierung Energiewirtschaft

- Methoden zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle
- Businesspläne in der Energiewirtschaft
- Geschäftsfeldentwicklung in großen, mittelständischen und kleinen Unternehmen
- Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit neuer Dienstleistungen/Produkte

Literatur

Weiterführende Literatur:
 Busch, C./ Kühling, J./ Rasbauch, W.: Energierecht, Nomos Verlag.
 Säcker, F. J.: Berliner Kommentar zum Energierecht, Deutscher Fachverlag GmbH.
 Pritzsche, K. U./ Vacha, V.: Energierecht, Beck Verlag.
 Scholtka, B./ Baumann, T./ Brucker, G.: EEG, Nomos Verlag.
 Danner, W./ Theobald, C. (Hrsg): Energierecht, Beck Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Rechtliche Rahmenbedingungen der Energiewirtschaft	20
2	Seminaristische Vorlesung + PS	Geschäftsmodellierung Energiewirtschaft	20
3	Praxisstudium (PS)	Energiewirtschaft IIb	15
4	Selbststudium	Energiewirtschaft IIb	69
5	Klausur	Energiewirtschaft IIb	1

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (50 %, 100 Punkte, 60 Min., Rechtl. Rahmenbedingungen Energie) und Präsentation (50 %, 100 Punkte, in Kleingruppen, Geschäftsmodellierung Energiewirtschaft)
 Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Finanzdienstleistungen IIb: Risikomanagement und Regulierung II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2433	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	3. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit vertiefenden Aspekten der regulatorischen Anforderungen an Kreditinstitute in Deutschland und deren Implikationen für das Geschäftsmodell vertraut. Die Studierenden kennen spezifische Techniken des Risikomanagements und können diese anwenden, dieses insbesondere im Hinblick auf Zinsänderungs-, Liquiditäts- und Adressrisiken.

Lehrinhalte

- Vertiefende Aspekte von Zinsänderungs-, Liquiditäts- und Adressrisiken
- Derivative Instrumente im Risikomanagement
- Zusammenhang zwischen Risikomanagement und Regulatorik

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Wolke, T.: Risikomanagement, De Gruyter Oldenbourg.

Kernliteratur:
Bösch, M.: Derivate, Vahlen.

Eilenberger, G.: Bankbetriebswirtschaftslehre, De Gruyter Oldenbourg.
Hartmann-Wendels, T./ Pfingsten, A./ Weber, M.: Bankbetriebslehre, Springer.
Hull, J.-C.: Risikomanagement, Pearson.
Ostendorf, R. J.: Bankwirtschaft, Pearson.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Risikomanagement und Regulierung II	36
2	Praxisstudium (PS)	Finanzdienstleistungen IIb	15
3	Selbststudium	Finanzdienstleistungen IIb	72
4	Klausur	Finanzdienstleistungen IIb	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Statistik III: Angewandte empirische Sozialforschung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0242	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	2	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	4. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen Kenntnisse der wichtigsten quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung in Theorie und Praxis erwerben. Dabei werden sie einen Einblick in die für verschiedene Problemzusammenhänge der für Praxis und Forschung wichtigsten Konzepte der Forschungs- und der Datenauswertung sowie der Interpretation qualitativer Daten auf den Grundlagen der sozialwissenschaftlichen Forschung erwerben. Nach aktiver Teilnahme können die Studierenden Daten von Stichproben vergleichen und statistische Zusammenhänge nachweisen. Insbesondere t-Test Statistik und ANOVA können (auch in R) angewendet werden. Die Studierenden sind befähigt, Fragebögen zu konzeptionieren. Sie kennen die Anforderungen an die Fragensauswahl und können grundlegende Anforderungen an die Formulierung von Items in der empirischen Forschung umsetzen.

Lehrinhalte

Statistik III:
 - Theoretische Verteilungen
 - Schätzen und Testen
 Forschungsmethodik II:
 - Angewandte Fragebogengenerierung für quantitative Fragebögen und deren Auswertung („Vom Fragebogen bis zur Auswertung“)
 - Fragensauswahl, 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

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
 Raab-Steiner, E./ Benesch, M.: Der Fragebogen – Von der Forschungsidee zur SPSS Auswertung, UTB Verlag.

Weiterführende Literatur:
 Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag.
 Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung; Springer Gabler.
 Dormann, Carsten: Parametrische Statistik; Verteilungen, maximum likelihood und GLM in R, Springer Spektrum.
 Kromrey, H./ Roose, J./ Strübing, J.: Empirische Sozialforschung, UTB Verlag.
 Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Beltz Verlag.
 Pallant, J.: SPSS Survival Manual. Open University Press.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Statistik III	16
2	Seminar	Informationsveranstaltung Transferarbeit	2
3	Übung	Forschungsmethodik II	8
4	Selbststudium	Statistik III	23
5	Klausur	Statistik III	1

Summe: 50

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 60 Min.: 40 Min./70 Punkte Angewandte empirische Sozialforschung und 20

Projektmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0341	Prof. Dr. Timm Eichenberg	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	4. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

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, MS Project als Standardsoftware der Projektplanung einzusetzen.

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 an der HSW. 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

Softwaregestützte Projektplanung

- Grundlagen der Anwendung von MS Project
- Praktische Anwendung von MS Project für den Projektbericht

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Scholz, M: Projektmanagement: Zielgerichtet. Effizient. Klar, UVK Verlag.
Schwaber, K./Sutherland, J.: Scrum Guide, online.

Kernliteratur:

GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4): Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement.
Patzak, G./Rattay, G., Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, Linde.

Wieczorrek, H. W./Mertens, P.: Management von IT-Projekten, Springer.
 Pftzing, K./Rohe, A.: Ganzheitliches Projektmanagement, Verlag Dr. Götz Schmitz.
 Pichler, R.: Scrum, dpunkt.verlag.
 Litke, H.-D.: Projektmanagement, Hanser.
 Timinger, H.: Modernes Projektmanagement, Wiley.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Projektmanagement	32
2	Seminaristische Vorlesung	Agile Methoden	8
3	Übung	Softwaregestützte Projektplanung	8
4	Praxisstudium (PS)	Projektmanagement	20
5	Selbststudium	Projektmanagement	57

Summe: 125

Leistungsnachweis

Projektbericht und -präsentation (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen)

Unternehmensführung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0342	Prof. Dr. Timm Eichenberg	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI	4. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

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. 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. Die Studierenden verstehen Grundlagen, Instrumente und Modelle des Change Managements und können mit diesen Praxissituationen analysieren.

Lehrinhalte

Strategisches Management:

Grundlagen des Managements

- 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

Personalmanagement:

Grundlagen des Personalmanagements

- Grundlagen des Personalmanagements
 - Grundlagen der Mitbestimmung und des Arbeitsrechts
- Personalplanung, Personalbeschaffung und

<p>Personalauswahl</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualitative Personalplanung - Quantitative Personalplanung - Interne und externe Personalbeschaffung sowie Kernelemente des Personalmarketings - Prozess und Instrumente der Personalauswahl <p>Personalentwicklung und -freisetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategische Personalentwicklung - Felder der Personalentwicklung - Instrumente der Personalentwicklung <p>Mitarbeiterführung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Veränderung des Führungsbegriffs - Führungsstile - Führungskonzeptionen und -theorien - Führen durch Zielvereinbarungen <p>Motivation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Motive und Motivationstheorien - Anreize und Anreizsysteme <p>Change Management</p> <ul style="list-style-type: none"> - Notwendigkeiten, Arten des Wandels und Vorgehensweisen - Change Management Modelle - Hemmnisse von Veränderungen - Anforderungen an Führungskräfte in Veränderungsprozesse - Vision als Ausgangspunkt - Instrumente der Kommunikation, Beteiligung und Qualifizierung

Literatur

<p>Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:</p> <p>Eichenberg, T./Hahmann, M./Hördt, O./Luther, M./Stelzer-Rothe: Unternehmensführung: Fallstudien, Klausuren, Übungen und Lösungen, De Gruyter Oldenbourg.</p> <p>Eichenberg, T./Hahmann, M./Hördt, O./Luther, M./Stelzer-Rothe: Personalmanagement, Führung und Change Management, De Gruyter Oldenbourg.</p> <p>Kernliteratur:</p> <p>Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R.: Strategisches Management Eine Einführung; Analyse, Entscheidung und Umsetzung, Pearson Studium.</p> <p>Berthel, J./Becker, F. G.: Personalmanagement, Schäffer Poeschel.</p> <p>Reisinger, S./Gattringer, R./Strehl, F.: Management: Grundlagen für Studium und Praxis, Pearson Studium.</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management, Campus Verlag.</p> <p>Grant, R. M./Nippa, M.: Strategisches Management: Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien, Pearson Studium.</p> <p>Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse – Verfahren, Gabler Verlag.</p> <p>Kolb, M.: Personalmanagement, Gabler Verlag.</p> <p>Krüger, W.: Excellence in Change - Wege zur strategischen Erneuerung, Gabler Verlag.</p> <p>Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management - Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Schäffer Poeschel.</p> <p>Olfert, K.: Personalwirtschaft, Kiehl.</p> <p>Stock-Homburg, R.: Personalmanagement, Springer Gabler.</p> <p>In der jeweils aktuellen Auflage.</p>

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Strategisches Management	24
2	Seminaristische Vorlesung + PS	Personalmanagement	24
3	Praxisstudium (PS)	Unternehmensführung	20
4	Selbststudium	Unternehmensführung	57

Summe: 125

Leistungsnachweis

Schriftliche Ausarbeitung (50 %, 100 Punkte, max. 4 Seiten Strategisches Management) und Schriftliche Ausarbeitung (50 %, 100 Punkte, max. 4 Seiten Personalmanagement)
Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Industrie und Dienstleistungen III: Supply Chain Management

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0441	Prof. Dr. Tim Schröder	5	02/2023
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	4. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit 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 ihren Unternehmen zu beurteilen und Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Lehrinhalte

1. Einführung in die Problematik
2. Begriff und Historie des SCM
3. Strategien und Instrumente des SCM
4. Supply Chain Controlling
5. Neuere Entwicklungen im Bereich SCM

Literatur

Kernliteratur:

Corsten, H./Gössinger, R.: Einführung in das Supply Chain Management, Oldenbourg.

Werner, H.: Supply Chain Management - Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Gabler Verlag.

Weiterführende Literatur:

Thaler, K.: Supply Chain Management - Prozessoptimierung in der logistischen Kette, Fortis. Sihn, W. et al: Produktion u. Qualität, Carl Hanser Verlag.

Kummer, S./Grün, O./Jammerneegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion u. Logistik, Verlag Pearson Studium.

Wannenwetsch, H. (Hrsg.): E-Supply-Chain-Management - Grundlagen - Praxisanwendungen - Strategien, Gabler.

Piontek, J.: Bausteine des Logistikmanagements - Supply Chain Management, E-Logistics, Logistikcontrolling, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe.

Wannenwetsch, H. (Hrsg.): E-Logistik und E-Business, Kohlhammer.

Waters, D. (Hrsg.): Global Logistics: New Directions in Supply Chain Management, Kogan Page.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Supply Chain Management	36
2	Praxisstudium (PS)	Industrie und Dienstleistungen III	25
3	Selbststudium	Industrie und Dienstleistungen III	62
4	Klausur	Industrie und Dienstleistungen III	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Energiewirtschaft III: Energiehandel und Sektorenkopplung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0442	Prof. Dr. Tim Schröder	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	4. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Grundlagen des Energiehandels und der Energiebeschaffung im liberalisierten Strommarkt vertraut. Sie verstehen daneben die Besonderheiten des Gasmarktes. Sie kennen Beschaffungsinstrumente und können deren Einsatz auf der Basis eines Portfolio- und Risikomanagements beurteilen.

Die Studierenden besitzen ein breit angelegtes Grundlagenwissen über die Herausforderungen der Systemstabilität im zunehmend auf Erneuerbaren Energien basierenden Energiesystem der „Energiewende 2.0“ und können in diesem Zusammenhang die Funktionsweisen, Bedarfe und wirtschaftliche Tragfähigkeit von Technologien zur Energiespeicherung und Sektorenkopplung bewerten.

Lehrinhalte

Energiehandel & -beschaffung:

- Grundlagen der Energiebeschaffung
- Beschaffungsinstrumente, -strategien und -prozesse
- Preisbildung in den Energiemärkten
- Handelsstrategien für Vertriebs-, Absicherungs- und Eigenhandelsportfolio
- Risiko- und Portfoliomanagement
- Vertragsmanagement und -abrechnung
- Besonderheiten beim Gas

Systemstabilität und Sektorenkopplung

- Herausforderungen der „Energiewende 2.0“ für die Systemstabilität
- Energiespeicherung
- Demand Side Management
- Power-to-Gas
- Power-to-Heat
- Einbindung des Mobilitätssektors

Literatur

Kernliteratur:

- Schwintowski, H.-P. (Hrsg.): Handbuch Energiehandel, Erich Schmidt Verlag.
Komarnicki, P./ Haubrock, J./ Styczynski, Z. A.: Elektromobilität und Sektorenkopplung.
Schumacher, I./Würfel, P.: Strategien zur Strombeschaffung in Unternehmen.

Weiterführende Literatur:

- Horstmann, K.-P./ Cieslarczyk, M. (Hrsg): Energiehandel - Ein Praxisbuch, Carl Heymanns Verlag.
Bartsch, M./ Röhling, A./ Salje, P./ Scholz, U. (Hrsg.): Stromwirtschaft - Ein Praxis-Handbuch, Carl Heymanns Verlag.
Konstantin, P.: Praxisbuch Energiewirtschaft: Energieumwandlung, -transport und -beschaffung im liberalisierten Markt, Springer Vieweg Verlag.
Komarnicki, P./ Kranhold, M./ Styczynski, Z. A.: Sektorenkopplung – Energetisch-nachhaltige Wirtschaft der Zukunft.
Sterner, M./ Stadler, I (Hrsg.): Energiespeicher. Bedarf, Technologien, Integration.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

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

1	Seminaristische Vorlesung	Energiehandel und -beschaffung	32
2	Seminaristische Vorlesung + PS	Systemstabilität und Sektorenkopplung	16
3	Praxisstudium (PS)	Energiewirtschaft III	30
4	Selbststudium	Energiewirtschaft III	45
5	Klausur	Energiewirtschaft III	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (100%, 100 Punkte, 90 Min.: 55 Min./60 Punkte Energiehandel und 35 Min./40 Punkte Systemstabilität und Sektorenkopplung)
--

Finanzdienstleistungen III: Bankwirtschaft im Wandel

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0443	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	4. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den aktuellen Herausforderungen für Finanzdienstleistungsinstitute vertraut. Die Studierenden kennen die Ursachen des Wandels und sind insbesondere mit der Bedeutung der Digitalisierung und den damit einhergehenden Herausforderungen für das Geschäftsmodell klassischer Banken vertraut. Die Studierenden kennen das Spektrum von Fintechs, können deren Geschäftsmodelle in Relation zur klassischen Kreditwirtschaft bewerten und Strategien für den Umgang mit Fintechs entwickeln.

Lehrinhalte

- Digitalisierungsstrategien von Banken
- Wertschöpfung in der Kreditwirtschaft
- Design Thinking
- Geschäftsmodelle von Fintechs
- Kundenorientierung vor dem Hintergrund sich wandelnder Technologien

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
King, B.; Bank 4.0: Banking Everywhere, Never at a Bank Wiley.

Weiterführende Literatur:
Alt, R./Puschmann, T.: Digitalisierung der Finanzindustrie: Grundlagen der Fintech-Evolution, SpringerGabler.
Everling, O./Lempka, R. (Hrg.): Finanzdienstleister der nächsten Generation: Megatrend Digitalisierung: Strategien und Geschäftsmodelle, Frankfurt School Verlag.
Tiberius, V./Rasche, C.: FinTechs: Disruptive Geschäftsmodelle im Finanzsektor, SpringerGabler.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Bankwirtschaft im Wandel	44
2	Praxisstudium (PS)	Finanzdienstleistungen III	25
3	Selbststudium	Finanzdienstleistungen III	56

Summe: 125

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 5-7 Studierenden)

Digital Services III: Entwicklung webbasierter Anwendungen

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0446	Prof. Dr. Jens Wiggerbrock	5	04/2023
Dauer		Periodizität	
1 Semester		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
BWL, WI, WIng		4. Semester	

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Architektur und Funktionsweise moderner Single Page/Web-Anwendungen. Sie verstehen eingesetzte Werkzeuge für die Entwicklung und können eigenständig einfache Web-Anwendungen entwickeln.

Die Studierenden verstehen das Konzept von Nachhaltigkeit und die Implikationen daraus für Unternehmen. Sie kennen die historischen Hintergründe der Entwicklung des gesellschaftlichen Nachhaltigkeitsverständnisses und haben Wissen über verschiedene Nachhaltigkeitsmodelle. Sie kennen Ansätze zur Verankerung von (mehr) Nachhaltigkeit in Unternehmen und können Geschäftsmodelle auf Nachhaltigkeitsaspekte hin bewerten.

Lehrinhalte

Single Page Application Development:

Geschichte und Struktur von Webanwendungen; Hintergründe des ECMAScript-Standards; Funktionsweise des Document Object Models, Browser-APIs, Polyfills; Tooling (webpack, Babel, PostCSS); Anwendungsentwicklung mit Svelte. Chancen und Risiken von Single Page Applications.

Nachhaltige Geschäftsmodelle:

17 Sustainable Development Goals; nachhaltige Geschäftsmodelle; ESG; Drei-Säulen-Modell; Dreiklangmodell; Nachhaltigkeitsdreieck; Effizienz, Suffizienz, Konsistenz; Corporate Social Responsibility (CSR); Corporate Citizenship (CC); Corporate Governance (CG); Corporate Responsibility (CR); Triple-Bottom-Line; People, Profit, Planet (PPP); nachhaltige Wertschöpfungsketten

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Scherer, J.: Hands-On JavaScript High Performance, Packt.

Weiterführende Literatur:

Steyer, R.: JavaScript - die universelle Sprache zur Web-Programmierung, Hanser.

Pilgrim, M.: HTML5 - Up and Running, O'Reilly.

Mardan, A.: Practical node.js, Apress.

Francesco, H. D./Gao, S./Isola, V./Kirkbride, P.: Professional JavaScript, Packt.

Thewes, R.: Let's change a running system.

Brown, D. / Brown, D.: ESG matters.

Christ, H. / Gassmann, P.: 4. ZERO – Die ESG-Revolution.

Lüdeke-Freud, F. / Breuer, H. / Massa, L.: Sustainable Business Model Design.

Hinrichs, B.: Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie.

ifaa (Hrsg.): Nachhaltigkeitsmanagement.

Epstein, M. / Buhovac, A.: Making sustainability work.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Single Page Application Development	24
2	Seminaristische Vorlesung	Nachhaltige Geschäftsmodelle	24
3	Praxisstudium (PS)	Single Page Application Development	25
4	Selbststudium	Digital Services III	52

Leistungsnachweis

Hausarbeit (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 3-4 Studierenden, Nachhaltige Geschäftsmodelle, 20 Seiten + Anhang)

Lösungsorientierte Transferarbeit I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0541	Prof. Dr. Meik Friedrich	8	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	4. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden können theoretische Erkenntnisse auf betriebliche Aufgaben bzw. betriebliche Problemstellungen anwenden und auf dieser Basis Gestaltungs- und Lösungsvorschläge entwickeln.

Lehrinhalte

Das Thema der lösungsorientierten Transferarbeit wird zwischen Studierenden, Unternehmen und Dozenten vereinbart. Die Themen hängen vom Einsatzgebiet der Studierenden im Unternehmen ab. Die Studierenden werden von einem entsprechenden Fachdozenten über die E-Learning Plattform der HSW betreut. Es sind die jeweils einschlägigen Richtlinien zur formalen Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten sowie die Richtlinien zur Erstellung von Praxis- und Fachberichten (ab Jahrgang 2018: Transferarbeiten) sowie der Bachelor-Thesis der dualen Bachelor-Studiengänge zu berücksichtigen.

Literatur

Dem jeweiligen Thema entsprechende relevante Literatur in der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Praxisstudium (PS)	Praxisstudium	200

Summe: 200

Leistungsnachweis

Lösungsorientierte Transferarbeit (100 %, 100 Punkte)

Industrie und Dienstleistungen IIIb: Product-&Service-Lifecycle-Cost-Management

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2441	Prof. Dr. Tim Schröder	5	01/2023
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	4. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Grundlagen von SLM und PLM sowie dem Kostenmanagement im Lebenszyklus der Produkte und Dienstleistungen im Unternehmen (EPC) vertraut und kennen die Gründe der zunehmenden Bedeutung gemeinsam geteilter Informationen entlang der Wertschöpfung sowie die notwendige Datendurchgängigkeit als technische Voraussetzung. Sie kennen verschiedene Berechnungsansätze (z.B. PLCM, TCO) und das Aufstellen einer Ökobilanz (LCA) als interdisziplinäre Ansätze, die Know-how und Erfahrungen aus Controlling, Produktmanagement, Ingenieurwissenschaften sowie Informationstechnologie integrieren.

Ziel ist es, Kostentreiber früh zu identifizieren, Produkt- und Servicekosten auf Grundlage gleicher Daten und gleicher Logiken zu kalkulieren und bereits in der Entwicklungsphase zu senken, kosten-optimal zu produzieren und dadurch nachhaltige Produkte und Dienstleistungen kostenoptimal anbieten zu können. Die Studierenden lernen die Ermittlung der Lebenszykluskosten als Hilfsmittel zur Entscheidungsfindung bei der Produktentwicklung/-optimierung, strategischen Planung, Öffentlichkeitsarbeit und im Vertrieb/Marketing kennen und können die wesentlichen Methoden in ihren Unternehmen anwenden. Zudem lernen die Studierenden die Notwendigkeiten und Voraussetzung für die verbundenen IT-Werkzeuge, Datendurchgängigkeit und die Stellhebel für die digitale Transformation kennen, damit die Schnittstellen zwischen den einzelnen Unternehmensfunktionsbereichen die PLM- und SLM-Strategie tragen können.

Darüber hinaus werden den Studierenden die Grundzüge der Circular Economy (Kreislaufwirtschaft) nähergebracht. Ziel ist es, den Bedarf von kreislaufwirtschaftlichen Prozessen für ein nachhaltiges Wirtschaften aufzuzeigen, über welche Methoden sich eine Circular Economy umsetzen lässt, und wie dies das Design von Produkten und die Struktur von Geschäftsmodellen beeinflusst.

Lehrinhalte

Produzierende Unternehmen konzentrieren sich häufig vorwiegend auf die Prozesse zur Herstellung und Lieferung ihrer Produkte an Kunden (PLM und SCM). Nur wenige Unternehmen entwickeln Strategien zur Integration der Prozesse (Entwicklung, Einkauf und Vertrieb) über den gesamten Lebenszyklus ihrer Produkte und Dienstleistungen (Produkt- und Servicekostenmanagement). Um den steigenden Kundenerwartungen gerecht zu werden, sind Unternehmen aufgefordert, ihre Kostentransparenz zu erhöhen und ihre Geschäftsmodelle schrittweise vom Produkt- hin zum Servicegeschäft zu erweitern (Servitization). Service Lifecycle Managements (SLM) befasst sich mit dem Lebenszyklus von Services und ist mit PLM und der Entwicklung von Geschäftsmodellen verwoben. Die Einführung und Umsetzung einer PLM- und SLM-Strategie hilft Unternehmen dabei, Kunden den höchstmöglichen Produktwert zu liefern und gleichzeitig Serviceumsätze und -gewinne zu erzielen.

Zudem sehen sich Unternehmen zunehmend mit der Forderung ihrer Kunden konfrontiert, eine vollständige Kostentransparenz über die gesamte Lebensdauer ihrer Produkte und Dienstleistungen zu bieten. Enterprise Product Costing schließt die Lücke zwischen PLM- und ERP-Systemen und ermöglicht die Produktkostenkalkulation über den gesamten Lebenszyklus, um Kunden und dritten Stakeholdern Antworten auf ihre Fragen liefern zu können. Eine zentrale Zielsetzung liegt in der Förderung der Wandlungsfähigkeit und der methodischen Qualifikation der Mitarbeiter sowie der ganzheitlichen Integration der notwendigen IT-Werkzeuge und Schnittstellen zur Datendurchgängigkeit. Daraus ergibt sich folgende Gliederung:

1. Grundlagen Produktentstehung- ganzheitliche Unternehmenssicht und Integration der IT
2. Product-Lifecycle-Management (PLM) und Einbezug der kaufmännischen und produktentstehungsbezogenen Werkzeuge
3. Service-Lifecycle-Management (SLM)
4. Total Cost of Ownership (TCO)
5. Product-Lifecycle-Cost-Management (PLCM)

6. Enterprise Product Costing (EPC) Methode

In der Schreibwerkstatt werden die Studierenden bei der Themenfindung zum Paper unterstützt, präsentieren sich gegenseitig ihre Ideen und geben den anderen Kleingruppen Feedback.

Literatur

Kernliteratur:

Vogtländer, J.G.: A practical guide to LCA for students, designers, and business managers, VSSD.
Brown, J.: Did PLM give up on product cost management?, In: Tech-Clarity, June 9, 2010.
N.N.: World Map of Product Cost Management, Hiller Associates, April 10, 2012.
Coenenburg, A. G./Fischer, T. M./Günther T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse.
Arnold, V./Dettmering, H./Engel, T./Karcher, A.: Product Lifecycle Management beherrschen.
Feldhusen, J./Gebhardt, B./Product Lifecycle Management für die Praxis – Ein Leitfaden zur modularen Einführung, Umsetzung und Anwendung.
Schweiger, S. (Hrsg.): Lebenszykluskosten optimieren – Paradigmenwechsel für Anbieter und Nutzer von Investitionsgütern.
Lehrmacher, W.: Globale Supply Chain: Technischer Fortschritt, Transformation und Circular Economy.

Weiterführende Literatur:

Freitag, M./Münster, M./Stadler, S. (Hrsg.): Anforderungen an ein Service Lifecycle Management, Kurzstudie bei deutschen Unternehmen. Fraunhofer Verlag.
Barkai, J.: Service Lifecycle Management White Paper, Optimizing product design and service operations to maximize uptime and service revenue.
Krause, F.-L.: The future of product development, proceedings of the 17th CIRP design conference.
Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling.
Eigner, M./Stelzer, R.: Produktdatenmanagement-Systeme - Ein Leitfaden für Product Development und Life-cycle-Management.
Gausemeier J./Plass C.: Zukunftsorientierte Unternehmensgestaltung – Strategien, Geschäftsprozesse und IT-Systeme für die Produktion von morgen.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Product- & Service-Lifecycle-Cost-Management	24
2	Seminaristische Vorlesung	Schreibwerkstatt	12
3	Praxisstudium (PS)	Industrie und Dienstleistungen IIIb	15
4	Selbststudium	Industrie und Dienstleistungen IIIb	74
Summe:			125

Leistungsnachweis

Hausarbeit (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 2-3 Studierenden, 10-12 Seiten +/- 10 %, Product-&Service-Lifecycle-Cost-Management)

Energiewirtschaft IIIb: Energieregulatorik

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2442	Prof. Dr. Tim Schröder	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	4. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden können die Auswirkungen der Regulierung auf die internen Prozesse, insbesondere die Netzentgeltfindung, nachvollziehen und können die organisatorischen Konsequenzen für ihr Ausbildungsunternehmen abschätzen. Sie vermögen zudem, den intelligenten Messstellenbetrieb vom Netzbetrieb abzugrenzen und dessen Wirtschaftlichkeit zu beurteilen.

Lehrinhalte

Regulierungsmanagement:

- Umsetzung der Regulierung nach EnWG
- Rolle der Bundesnetzagentur
- Auswirkungen und Anforderungen an die Energiewirtschaft
- Unbundling: buchhalterisches, informatorisches, organisatorisches und rechtliches Unbundling
- Anreizregulierung: Von der Netzentgeltfindung auf Kostenbasis zur Netzentgeltfindung auf der Basis von Benchmarks
- Umsetzung des Gleichbehandlungsprogramms
- Konsequenzen für den Aufbau eines Regulierungsmanagements im Unternehmen
- intelligenter Messstellenbetrieb (gMsB/wMsB)

Energiepolitik

- Energiepolitisches Zieldreieck
- Europäische Energiepolitik und Auswirkungen auf die nationale Gesetzgebung
- Der deutsche Sonderweg: EEG, Atom- und Kohleausstieg

Literatur

Weiterführende Literatur:

- Baur, J. F./ Pritzsche, K. U./ Simon, S. (Hrsg.): Unbundling in der Energiewirtschaft. Ein Praxishandbuch, Carl Heymanns Verlag.
- Baur, J. F./ Salje, P./ Schmidt-Preuß, M. (Hrsg.): Regulierung in der Energiewirtschaft, Carl Heymanns Verlag.
- Bartsch, M./ Röhling, A./ Salje, P./ Scholz, U. (Hrsg.): Stromwirtschaft - Ein Praxis-Handbuch, Carl Heymanns Verlag.
- Merk, S.: Recht der gaswirtschaftlichen Netzregulierung, Nomos Verlag.
- Schmidt-Volkmar, F.: Das Verhältnis von kartellrechtlicher Missbrauchsaufsicht und Netzregulierung, Nomos Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Regulierungsmanagement und Messstellenbetrieb	24
2	Seminaristische Vorlesung	Energiepolitik	12
3	Praxisstudium (PS)	Energiewirtschaft IIIb	15
4	Selbststudium	Energiewirtschaft IIIb	73
5	Klausur	Energiewirtschaft IIIb	1

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Finanzdienstleistungen IIIb: Bankwirtschaftliches Seminar: Aktuelle Herausforderungen

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2443	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	4. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit aktuellen Herausforderungen und Problemen der Bankwirtschaft 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 Bankwirtschaft.

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 aktuellen und praxisnahen Problemstellung. Erwartet wird dabei eine weitgehende Eigenständigkeit der Studierenden in den Bereichen Themenabgrenzung, Literaturrecherche, Konzeption und Ausarbeitung der Präsentation. Mögliche Themenbereiche ergeben sich dabei aus den Inhalten der Module "Finanzdienstleistungen I" und "Finanzdienstleistungen II" sowie der aktuellen wissenschaftlichen und praktischen Fachliteratur.

Literatur

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

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminar + PS	Bankwirtschaftliches Seminar: Aktuelle Herausforderungen	24
2	Praxisstudium (PS)	Finanzdienstleistungen IIIb	30
3	Selbststudium	Finanzdienstleistungen IIIb	71

Summe: 125

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte)

Kommunikation und angewandte Sozialkompetenz

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0252	Prof. Dr. André von Zobeltitz	2	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen Grundmodelle der Kommunikation und sind befähigt, diese in Gesprächen und Gruppenarbeitsprozessen zu analysieren, zu reflektieren und anzuwenden. Sie kennen Aspekte der Gruppendynamik und sind befähigt, situationsangemessen in schwierigen Gesprächssituationen zu reagieren. Sie wissen um unterschiedliche Persönlichkeitstypen in der Kommunikation und verstehen die Bedeutung einer Persönlichkeitsorientierten Kommunikation.

Die Studierenden sind in der Lage, notwendige soziale Kompetenzen für ihren Berufsalltag zu identifizieren, zu reflektieren und anzuwenden. Sie kennen Strukturen und Prozesse sozialer Kompetenzen.

Lehrinhalte

Kommunikation:

- Grundmodelle der Kommunikation
- Kommunikation mit unterschiedlichen Persönlichkeiten
- Aspekte der Gruppendynamik
- Reflektion von Kommunikations- und Gruppenarbeitserfahrungen
- Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen

Strukturen und Prozesse sozialer Kompetenzen

Mögliche Angebote im Rahmen der angewandten Sozialkompetenz:

Für die Reflektion und Anwendung der Studierenden mögliche Themenfelder sind etwa Selbstwahrnehmung & Selbstreflektion, Eigenverantwortung, Selbstmanagement, Kommunikationsstärke, Teamfähigkeit, Lernfähigkeit oder Menschenkenntnis. Darüber hinaus können auch konkrete Anwendungsfelder wie etwa der Aufbau (beruflicher) Netzwerke oder das Verhalten in (Gehalts-)Verhandlungssituationen reflektiert werden.

Literatur

Kernliteratur:

Kanning, U. P.: Soziale Kompetenzen; in: Bierhoff, H.-W./Frey, D. (Hrsg.), Enzyklopädie der Psychologie, Kommunikation, Interaktion und soziale Gruppenprozesse, Hogrefe.
 J. Röhner/ A. Schütz, Psychologie der Kommunikation - Basiswissen Psychologie, Springer Verlag.

Weiterführende Literatur:

Birkenbihl, V. F.: Kommunikationstraining, MVG - Verlag.
 Birkenbihl, V. F.: Zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten, MVG - Verlag.
 De Bono, E.: De Bonos neue Denkschule, MVG - Verlag.
 Gay, F.: Das DISG Persönlichkeitsprofil, Gabal Verlag.
 Kerguenne, A. / Schäfer, H. / Taherivand, A.: Design Thinking – Die agile Innovations-Strategie, Haufe.
 Lewrick, M. / Link, P. / Leifer, L.: Das Design Thinking Playbook, Vahlen Verlag.
 Weisbach, Ch.: Professionelle Gesprächsführung, Beck Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Kommunikation und angewandte Sozialkompetenz	16
2	Selbststudium	Kommunikation und angewandte Sozialkompetenz	34

Summe: 50

Leistungsnachweis

Testat (Gestaltung einer Reflektionseinheit in Gruppen; bestanden/nicht bestanden)

Projektstudium I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0451	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. 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

Die Studierenden bearbeiten in interdisziplinären Projektteams eigenständig eine umfassende reale Problemstellung eines internen oder externen Auftraggebers (z.B. eines Praxispartnerunternehmens). Sie nehmen dabei verschiedene Funktionsrollen (Projektleiter, Projektcontroller, etc.) ein. Sie werden dabei von einem Dozenten der HSW betreut und insbesondere hinsichtlich der Zusammenarbeit und Teambildung gecoach.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Patzak, G.; Rattay, G.: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. Verlag Linde.

Weiterführende Literatur:

Heilmann, H; Etzel, H.-J.; Richter, R. (Hrsg.): IT-Projektmanagement, Heidelberg: dpunkt.

Jenny, B.: Projektmanagement: Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere - Zürich: vdf.

Fiedler, R.: Controlling von Projekten: Projektplanung, Projektsteuerung und -kontrolle - Verlag Vieweg.

Gadatsch, A.: Grundkurs IT-Projektcontrolling: Grundlagen, Methoden und Werkzeuge - Vieweg+Teubner.

Gartner, P./Wuttke, T.: A Guide to the Project Management Body of Knowledge. RHOMBOS-VERLAG.

Seifert, J. W.: Moderation und Kommunikation: Gruppendynamik und Konfliktmanagement in moderierten Gruppen. Gabal Verlag.

Birker, G./Birker, K.: Teamentwicklung und Konfliktmanagement. Cornelsen Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Ergänzend je nach Projekt relevante Fachliteratur.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Projektstudium	Projektstudium I	64
2	Selbststudium	Projektstudium I	61

Summe: 125

Leistungsnachweis

Testat (aktive Teilnahme am Projekt, bestanden / nicht bestanden)

Projektzwischenpräsentation (25%, 100 Punkte - fließt in Note für das 6. Semester ein)

Lösungsorientierte Transferarbeit II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0551	Prof. Dr. Meik Friedrich	8	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden können theoretische Erkenntnisse auf betriebliche Aufgaben bzw. betriebliche Problemstellungen anwenden und auf dieser Basis Gestaltungs- und Lösungsvorschläge entwickeln.

Lehrinhalte

Das Thema der lösungsorientierten Transferarbeit wird zwischen Studierendem, Unternehmen und Dozenten vereinbart. Die Themen hängen vom Einsatzgebiet der Studierenden im Unternehmen ab. Die Studierenden werden von einem entsprechenden Fachdozenten über die E-Learning Plattform der HSW betreut. Es sind die jeweils einschlägigen Richtlinien zur formalen Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten sowie die Richtlinien zur Erstellung von Praxis- und Fachberichten (ab Jahrgang 2018: Transferarbeiten) sowie der Bachelor-Thesis der dualen Bachelor-Studiengänge zu berücksichtigen.

Literatur

Dem jeweiligen Thema entsprechende relevante Literatur in der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Praxisstudium (PS)	Praxisstudium	200

Summe: 200

Leistungsnachweis

Lösungsorientierte Transferarbeit (100 %, 100 Punkte)

Wahlpflichtfach I: Requirements Engineering I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
1451	Dietrich Ruch	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

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 mit use cases).

Lehrinhalte

Modul 1 - Grundlagen: Die Rolle des Business Analysten / Aufgaben des BA im Projekt

- Kundenorientierung in der Beratung
- TOP-Qualität als Dienstleister liefern
- Kommunikation und Soft Skills
- Professionelle Gesprächsführung

Modul 2 - Geschäftsprozessmodellierung

- Szenarien – Bausteine – Prozessketten
- EPK: Ereignisgesteuerte Prozesskette
- Geschäftsprozesse, ARIS, BPMN 2.0
- Prozessoptimierung, Prozessredesign

Modul 3 – Objektorientierte Anforderungsanalyse mit UML

- IT-Systeme mit Use Cases modellieren
- Use Cases – Ausnahmen und Varianten
- UI-Design: Gute Oberflächen entwerfen
- Fachklassendiagramm, Projektglossar
- Aktivitätsdiagramme, Sequenzdiagramme

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Rupp, Chris: Requirements-Engineering und -Management: Das Handbuch für Anforderungen in jeder Situation; Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG.

Weiterführende Literatur:

Oestereich, Bernd: Die UML-Kurzreferenz 2.5 für die Praxis: kurz, bündig, ballastfrei, De Gruyter Oldenbourg.
Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen, Vieweg Teubner Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Requirements Engineering I	48
2	Praxisstudium (PS)	Requirements Engineering I	30
3	Selbststudium	Requirements Engineering I	45
4	Klausur	Requirements Engineering I	2

Leistungsnachweis

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

VWL II: Makroökonomik

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2351	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den grundsätzlichen makroökonomischen Denkweisen vertraut. Des Weiteren können sie das Konzept der sozialen Marktwirtschaft vor dem Hintergrund idealtypischer Wirtschaftsordnungen einordnen. Die Studierenden verstehen die Ursachen für Konjunktur-, und Wachstumsprobleme in einer Marktwirtschaft. Ferner erkennen sie die Möglichkeiten und Grenzen der staatlichen Geld- und Fiskalpolitik. Sie sind in der Lage, wirtschaftspolitische Empfehlungen, Maßnahmen und Programme auf die entsprechenden keynesianischen und neuklassischen Theorien zurückzuführen und zu beurteilen.

Lehrinhalte

- Makroökonomische Denkschulen
- Wirtschaftssysteme
- Gütermarkt
- Geldmarkt
- Geldsystem
- IS/LM-Modell

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
S. Brunner, K. Kehrle: Volkswirtschaftslehre, Vahken.

Weiterführende Literatur:

N.G. Mankiw: Makroökonomie, Schäffer Poeschel.

O. Blanchard, G. Illing: Makroökonomie, Pearson.

R. Dornbusch, S. Fischer, R. Startz: Macroeconomics, Mc Graw Hill.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Makroökonomik	40
2	Selbststudium	VWL II	83
3	Klausur	VWL II	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2352	Prof. Dr. Jörg-Rafael Heim	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	5. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen Entscheidungsprobleme, Handlungsalternativen und Führungsinstrumente der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. Sie können steuerliche Beurteilungen betrieblicher Sachverhalte erarbeiten. Die Studierenden erwerben Kenntnisse des Rechts der Kaufleute. Sie lernen die einzelnen Gesellschaftsformen im Hinblick auf die verschiedenen Organe, ihrer Leitung und ihrer Haftungsrisiken zu unterscheiden und können die jeweiligen Vor- und Nachteile beurteilen.

Lehrinhalte

Betriebswirtschaftliche Steuerlehre:

- Das deutsche Steuersystem und Einführung in das deutsche Steuerrecht.
- Die Ertragsbesteuerung.
- Die Substanzbesteuerung.
- Die Verkehrsbesteuerung.
- Das Rechtsinstitut der Organschaft und das Schachtelprivileg.
- Die Grundzüge der internationalen Unternehmungsbesteuerung.

Handelsrecht:

- Anwendungsbereich des HGB: Der Kaufmannsbegriff
- Handelsregister und Handelsfirma, Prokura und Handlungsvollmacht
- Recht des Vertriebs: Handelsvertreter, Handelsmakler, Kommissionär, Vertragshändler
- Grundzüge des Unternehmenskaufs

Gesellschaftsrecht:

- Rechtsformwahl als Entscheidungsproblem der Betriebswirtschaft
- Personengesellschaften: GbR, OHG, KG
- Kapitalgesellschaften: GmbH, AG
- Gesellschaftsgründung, Geschäftsführung, Haftung und Finanzierung am Beispiel der GmbH
- Verfassung der Aktiengesellschaft

Literatur

Kernliteratur:

Kußmaul, H.: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Weiterführende Literatur:

Jacobs, O. H.: Internationale Unternehmensbesteuerung, Beck Verlag.

Jacobs, O. H. / Scheffler, W. / Vituschek, M.: Unternehmensbesteuerung und Rechtsform, Beck Verlag.

Kußmaul, H.: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Rose, G. / Watrin, C.: Betrieb und Steuer 1: Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer), Erich Schmidt Verlag.

Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen 1, Ertrag-, Substanz- und Verkehrssteuern, C. F. Müller Verlag.

Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen 2, Steuerbilanz und Vermögensaufstellung, C. F. Müller Verlag.

Scheffler, W.: Internationale betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Vahlen Verlag.

Schreiber, U.: Die Besteuerung von Unternehmen, Springer Verlag.

Klunzinger, E., Grundzüge des Handelsrechts, Vahlen.

Klunzinger, E., Grundzüge des Gesellschaftsrecht, Vahlen.

Wörlen, R./Kokemoor, A., Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht, Vahlen.

Becksche Textausgabe Aktuelle Wirtschaftsgesetze.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

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

1	Seminaristische Vorlesung	Handels- und Gesellschaftsrecht	8
2	Seminaristische Vorlesung	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	32
3	Selbststudium	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	84
4	Klausur	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	1

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Wahlpflichtfach I: Marketing und Vertrieb I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2451	Prof. Dr. André von Zobeltitz	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Erfolgreiches Bestehen des Moduls „Marketing“ oder des Online-Selbstlernkurses „Marketing“.
Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse im Themenbereich Marketing und Vertrieb. Sie sind mit wesentlichen Begriffen, Definitionen und Abgrenzungen vertraut. Die Themenfelder Kundenakquisition, Vertrieb und Kundenbindung stehen dabei besonders im Fokus. Auf der Basis dieser vertieften Kenntnisse sind die Studierenden in der Lage Vertriebsarten zu beurteilen, auszuwählen und auszugestalten. Die Studierenden sind darüber hinaus mit Kernaspekten des Online- und Social Media Marketing vertraut und sind befähigt, diese Kenntnisse im betrieblichen Kontext anzuwenden. Darüber hinaus erwerben die Studierenden die Kompetenz kundenorientiert zu kommunizieren und verstehen die Bedeutung der Kundenorientierung.

Lehrinhalte

Marketing und Vertrieb I

1. Einführung in die Thematik
2. Grundlagen des Marketing und Vertriebs
 - 2.1. Kurze Wiederholung von Begriffsdefinitionen – von 4P zu 7P des Marketing
 - 2.2. Abgrenzung Verkauf und Vertrieb
 - 2.3. Einordnung des Vertriebs in das Marketing
 - 2.4. Organisatorische Einbindung
3. Arten des Vertriebs
 - 3.1. Direkter Vertrieb
 - 3.2. Indirekter Vertrieb
4. Vertriebsorganisation
 - 4.1 Räumlich
 - 4.2 Personell
5. Vertriebscontrolling

Online- und Social Media Marketing

1. Onlinemarketing
2. Social Media Marketing
3. Contentmarketing
4. Der Begriff der Customer Journey und die Begeisterung des Kunden

Kundenorientierte Kommunikation

- Die Bedeutung der Kundenorientierung für Unternehmen
- Das Rollenverständnis der MA in kundenorientierten Abteilungen
- Gespräche kunden- und verkaufsorientiert führen (mit Gesprächsübungen)
- Analyse der tatsächlichen Kundenbedürfnisse/-erwartungen

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Homburg, C. / Schäfer H. / Schneider, J. Sales Excellence. Vertriebsmanagement mit System, Springer Gabler.

Kernliteratur:

Kreutzer, R.T.: Online-Marketing, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Arnold, D.: Erfolgreiches Messemarketing, Renningen. Backhaus, K. / Voeth, M.: Industriegütermarketing, Vahlen.

Busch, R. / Fuchs, W. / Unger, F.: Integriertes Marketing - Strategie - Organisation – Instrumente, Springer

Gabler.
 Hafner, N.: Die Kunst der Kundenbeziehung, Haufe.
 Homburg, C.: Kundenzufriedenheit: Konzepte-Methoden-Erfahrungen, Springer Gabler.
 Kotler, P. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V.: Grundlagen des Marketing, Pearson Studium.
 Meffert, H.: Marketing, Springer Gabler.
 Meffert, H. / Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Springer Gabler.
 Pufahl, M.: Vertriebscontrolling, Springer Gabler.
 Schneider, D.: Internationale Distributionspolitik, in: Hermann, A. / Wissmeier, U. K. (Hrsg.): Internationales Marketing-Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente, Kontrolle und Organisation.
 In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Marketing und Vertrieb I	32
2	Seminaristische Vorlesung	Online- und Social Media Marketing	8
3	Übung	Kundenorientierte Kommunikation	8
4	Praxisstudium (PS)	Marketing und Vertrieb I	30
5	Selbststudium	Marketing und Vertrieb I	45
6	Klausur	Marketing und Vertrieb I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 90 Min.: 70 Min./80 Punkte Marketing und Vertrieb I und 20 Min./20 Punkte Online- und Social Media Marketing)

Wahlpflichtfach I: Operations Research I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2452	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Ziel der Lehrveranstaltung ist die Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten in den Lösungsmethoden des Operations-Research. Die Studierenden können nach erfolgreicher und aktiver Teilnahme an der Lehrveranstaltung Optimierungsprobleme modellieren und diese Modelle mit den bereitgestellten Methoden lösen und analysieren. Sie können Probleme erkennen, diese erläutern und praxisnah lösen.

Lehrinhalte

lineare Optimierung mit dem Simplexverfahren, Graphentheorie, Transportprobleme und deren Anwendungen

Literatur

Kernliteratur:

Domschke, D.: Einführung in OR, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Krumke, S. O. et al.: Graphentheoretische Konzepte und Algorithmen, Vieweg+Teubner Verlag.

Runzheimer, B.: Operations-Research I, Gabler Verlag.

Turau, V.: Algorithmische Graphentheorie, De Gruyter.

Neumann, K. /Morlock, M.: Operations Research, Hanser Fachbuch.

Zimmermann, W.: Operations-Research, Quantitative Methoden zur Entscheidungsvorbereitung, De Gruyter Oldenbourg.

Suhl, L. et al.: Optimierungssysteme: Modelle, Verfahren, Software, Anwendungen, Springer Gabler.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Methoden des Operations Research	40
2	Praxisstudium (PS)	Operations Research I	30
3	Selbststudium	Operations Research I	53
4	Klausur	Operations Research I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Wahlpflichtfach I: Corporate Finance I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2453	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Fragestellungen der betrieblichen Finanzwirtschaft vertraut. Mit dem erworbenen Wissen sind die Studierenden in der Lage, die Bewertung von Unternehmen vor dem Hintergrund verschiedener Modelle vorzunehmen und unter Aspekten der Unsicherheit zu bewerten. Weiterhin können die Studierenden Modellannahmen kritisch bewerten.

Lehrinhalte

- Unternehmensbewertung bei Unsicherheit
- Management der Kapitalstruktur
- CAPM
- State Preference Model
- Faires KGV
- Start-up Finanzierung

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Berk, J., DeMarzo, P.: Corporate Finance, Pearson.

Kernliteratur:
Perridon, L., Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen.

Weiterführende Literatur:
Ernst, D., Häcker, J.: Applied International Corporate Finance, Vahlen.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Corporate Finance I	48
2	Praxisstudium (PS)	Corporate Finance I	30
3	Selbststudium	Corporate Finance I	47

Summe: 125

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 2-4 Studierenden)

Wahlpflichtfach I: Controlling I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2454	Prof. Dr. Michelle Peters	5	05/2023
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben vertieftes Wissen über die Konzeption des strategischen Controllings 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. Grundlagen des Controllings
2. Planungs-, Informations- und Berichtssysteme und Digitalisierung des Controllings
3. Instrumente des strategischen Controllings
4. Konzerncontrolling und wertorientiertes Controlling
5. Kostenmanagement
6. Finanzcontrolling

Literatur

Kernliteratur:

Britzelmaier, B.: Controlling – Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Pearson Verlag.

Weiterführende Literatur:

Baum, H.-G./Coenenberg, A. G./Günther, T.: Strategisches Controlling, Schäffer Poeschel Verlag.

Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling – Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Schäffer Poeschel Verlag.

Gälweiler, A.: Strategische Unternehmensführung, Campus Verlag.

Gleich, R./Tschandl, M.: Digitalisierung & Controlling, Haufe Group.

Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling, Vahlen Verlag.

Küpper, H.-U./Friedl, G./Hofmann, C./Hofmann, Y./Pedell, B.: Controlling, Schäffer Poeschel Verlag.

Kaplan, R. S./Norton, D. P.: Balanced Scorecard, Schäffer Poeschel Verlag.

Mensch, G.: Finanzcontrolling – Finanzplanung und -kontrolle, Oldenbourg Verlag.

Preißler, P. R.: Controlling, Oldenbourg Verlag.

Steinle, C./Daum, A. (Hrsg.): Controlling, Schäffer Poeschel Verlag.

Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Schäffer Poeschel Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Controlling I	48
2	Praxisstudium (PS)	Controlling I	30
3	Selbststudium	Controlling I	45
4	Klausur	Controlling I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Wahlpflichtfach I: Personalmanagement I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2455	Prof. Dr. Timm Eichenberg	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse in den Kernprozessen des Personalmanagements. Auf Basis dieser Kenntnisse sind sie in der Lage, Instrumente des Personalmanagements in der betrieblichen Praxis professionell anzuwenden, zu bewerten und – bezogen auf die Bedingungen des Ausbildungsbetriebs - zu entwickeln.

Die Studierenden sind mit der Thematik „Personalentwicklung und Lebenslanges Lernen“ vertraut und wissen um deren Bedeutung für Individuum, Unternehmen und Gesellschaft. Sie kennen die Rahmenbedingungen und Herausforderungen für Personalentwicklung und Lebenslanges Lernen in Deutschland und sind in der Lage, Entwicklungsprogramme für verschiedene Zielgruppen zu bewerten und entsprechende Programme für ihr Ausbildungsunternehmen zu gestalten.

Die Studierenden sind mit den theoretischen Grundlagen menschlicher Kommunikation als Basis für die Führung von Gesprächen im Rahmen der behandelten Personalinstrumente vertraut. Sie sind in der Lage, Gespräche vorzubereiten, zu strukturieren und Anlass bezogen zu führen. Dabei setzen sie Interview- bzw. Fragetechniken ein.

Lehrinhalte

Kernprozesse des Personalmanagements

- Einführung
- Personalstrategie
- Organisation einer Personalabteilung
- Personalplanung (Vertiefung)
- Personalcontrolling
- Personalbeschaffung/-rekrutierung (Vertiefung)
- Einstellung

Personalentwicklung und Lebenslanges Lernen

- Einführung und Begriffsklärung
- Lerntheorien, Lernen und Gedächtnis
- System der Personalentwicklung
- Prozessphasen der Personalentwicklung

Kommunikation

- Grundlagen menschlicher Kommunikation
- Interaktion zwischen Sender und Empfänger: Das „Vier-Ohren-Modell nach Schultz von Thun
- Wertschätzenden Kommunikation nach Rosenberg

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Stock-Homburg, R.: Personalmanagement, Theorien - Konzepte – Instrumente, Springer Gabler.

Kernliteratur:

Schmeisser, W./Clermont, A.: Personalmanagement (Praxis der Lohn- und Gehaltsabrechnung, Personalcontrolling, Arbeitsrecht), NWB Verlag.

Kolb, M.: Personalmanagement, Grundlagen - Konzepte – Praxis, Gabler Verlag. Ridder, H.-G.: Personalwirtschaftslehre, Kohlhammer W.

Jetter, W.: Effiziente Personalauswahl, Schäffer Poeschel.

Hünninghausen, L.: Die Besten gehen ins Netz: Report E-Recruitment: Innovative Wege bei der Personalauswahl, Symposion Publishing.

Konradt, U./Sarges, W.: E-Recruitment und E-Assessment, Hogrefe Verlag.

Weber, W./Festing, M./Dowling, P./ Schuler, R.: Internationales Personalmanagement, Gabler Verlag.

Hofstede, G.: Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, dtv Verlagsgesellschaft.
 Schuler, H.: Psychologische Personalauswahl, Einführung in die Berufsdiagnostik, Hogrefe Verlag.
 Becker, M.: Personalentwicklung, Schäffer Poeschel.
 Bröckermann, R./ Müller-Verbrüggen, M. : Handbuch Personalentwicklung, Schäffer Poeschel.
 Hof, C.: Lebenslanges Lernen - Eine Einführung.
 Schulz von Thun, F.: Miteinander reden Bd. 1, Rowohlt Taschenbuch.
 Rosenberg, M.B.: Gewaltfreie Kommunikation. Eine Sprache des Lebens, Jungfermann.
 Fisher, R. / Ury, W. / Patton, B.: Das Harvard-Konzept, Deutsche Verlags-Anstalt.

Weiterführende Literatur:
 wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Personalmanagement I	48
2	Praxisstudium (PS)	Personalmanagement I	30
3	Selbststudium	Personalmanagement I	45
4	Klausur	Personalmanagement I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Wahlpflichtfach I: Internationales Management I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2456	Prof. Dr. Timm Eichenberg	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	5. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Vor Beginn der Theoriephase ist ein Recherche-Auftrag zu bearbeiten.

Qualifikationsziele

Die Studierenden verstehen die Internationalisierung der globalen Wirtschaft als historisches Phänomen. Sie können die Basisformen Außenhandel und Direktinvestitionen analysieren und anwenden. Sie sind in der Lage, aktuelle Tendenzen der Globalisierung zu diskutieren. Die Studierenden entwickeln ein prinzipielles Verständnis einer internationalen Unternehmung. Die Studierenden können quantitative, qualitative und integrative Modelle einer internationalen Unternehmung anwenden. Sie sind in der Lage, Modelle zu Tochtergesellschaften einer international agierenden Unternehmung anzuwenden. Die Studierenden verstehen die prinzipiellen terminologischen und inhaltlichen Grundlagen zur Landeskultur und können diese analysieren. Sie kennen spezifische kulturgeprägte Unternehmensformen sowie Unternehmen mit multikulturellem Charakter. Die Studierenden kennen die Grundlagen interkultureller Kommunikation und Führung als wichtige Elemente für international handelnde Unternehmen. Texte der Veranstaltung sind z.T. in englischer Sprache.

Lehrinhalte

1. Internationalisierung der Wirtschaft
 - 1.1 Internationalisierung als historisches Phänomen
 - 1.2 Internationalisierung und Außenhandel
 - 1.3 Internationalisierung und Direktinvestitionen
 - 1.4 Aktuelle Tendenzen in der Globalisierung
 - 1.5 Konsequenzen der Globalisierung
2. Die internationale Unternehmung
 - 2.1 Grundverständnis internationaler Unternehmen
 - 2.2 Quantitative Betrachtung zu internationalen Unternehmen
 - 2.3 Qualitative Betrachtung zu internationalen Unternehmen
 - 2.4 Integratives Modell zu internationalen Unternehmen
 - 2.5 Tochtergesellschaften internationaler Unternehmen
3. Kultur in der internationalen Unternehmung
 - 3.1 Grundlagen zur Unternehmenskultur-Thematik
 - 3.2 Charakterisierung von Landeskulturen
 - 3.3 Spezifische kulturgeprägte Unternehmensformen
 - 3.4 Unternehmen mit multikulturellem Charakter
4. Interkulturelle Kommunikation und Führung
 - 4.1 Grundlagen interkultureller Kommunikation
 - 4.2 Grundlagen Führungsverhalten

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Kutschker, M. / Schmidt, S.: Internationales Management, Oldenbourg Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Darüber hinaus werden vertiefend aktuelle Artikel aus wirtschaftlichen Fachzeitschriften zur Verfügung gestellt. Die Bekanntgabe weiterer Literatur erfolgt in der Veranstaltung.

Modulaufbau

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

1	Seminaristische Vorlesung + PS	Internationales Management I	48
2	Praxisstudium (PS)	Internationales Management I	30
3	Selbststudium	Internationales Management I	45
4	Klausur	Internationales Management I	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Kollegiale Beratung zur Bachelor-Thesis

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0261	Prof. Dr. Maren Luther	2	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind befähigt, den aktuellen Bearbeitungsstand ihrer Bachelor-Thesis vorzustellen und sich im Rahmen der Veranstaltung gegenseitig Feedback zu den inhaltlichen Entwicklungen zu geben.

Lehrinhalte

Die Studierenden stellen jeweils einmal im Laufe der Veranstaltungsreihe (ca. 15 Minuten) ihren aktuellen Bearbeitungsstand zur Bachelor-Thesis vor. In einer ersten Veranstaltung wird der Aufbau des Moduls vorgestellt und die Reihenfolge der Präsentationen festgelegt.

Hierbei reflektieren Sie insbesondere die aus den Veranstaltungen zur Forschungsmethodik vorgestellten Ansätze ihrer Bachelor-Thesis. Ein besonderer Fokus der Präsentation soll auf den Themenfeldern „Zielsetzung der Arbeit“, „Forschungsprozess“, „Zeitplanung“ und „Literaturrecherche“ liegen. Hierbei soll der aktuelle Stand der Bearbeitung vorgestellt werden – dieser kann im Laufe der Veranstaltung auf Grund der voranschreitenden Zeit bewusst variieren. In einer anschließenden Diskussion wird unter Moderation des Dozenten die Präsentation durch alle Studierenden reflektiert und diskutiert. Ziel ist es, den Studierenden regelmäßig Raum zur Diskussion zum Erstellungsprozess der Bachelor-Thesis zu geben.

Literatur

Bekannt aus allen Modulen zur Forschungsmethodik.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Vorstellung der Anforderungen	1
2	Übung	Kollegiale Beratung der Studierenden	20
3	Selbststudium	Kollegiale Beratung zur Bachelor-Thesis	29

Summe: 50

Leistungsnachweis

Präsentation (Einzelpräsentation, bestanden/nicht bestanden)

Projektstudium II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0461	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer		Periodizität	
1 Semester		jedes Jahr	
Studiengang		Semester	
BWL, WI, WIng		6. 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

Die Studierenden bearbeiten in interdisziplinären Projektteams eigenständig eine umfassende reale Problemstellung eines internen oder externen Auftraggebers (z.B. eines Praxispartnerunternehmens). Sie nehmen dabei verschiedene Funktionsrollen (Projektleiter, Projektcontroller, etc.) ein. Sie werden dabei von einem Dozenten der HSW betreut und insbesondere hinsichtlich der Zusammenarbeit und Teambildung ge-coacht.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Patzak, G./Rattay, G.: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. Linde Verlag

Weiterführende Literatur:

Heilmann, H./Etzel, H.-J./Richter, R. (Hrsg.): IT-Projektmanagement, Heidelberg: dpunkt.^[1]_[SEP]

Jenny, B.: Projektmanagement: Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere. vdf.^[1]_[SEP]

Fiedler, R.: Controlling von Projekten: Projektplanung, Projektsteuerung und -kontrolle. Vieweg.

Gadatsch, A.: Grundkurs IT-Projektcontrolling: Grundlagen, Methoden und Werkzeuge - Vieweg+Teubner.

Gartner, P./Wuttke, T.: A Guide to the Project Management Body of Knowledge. RHOMBOS-VERLAG.

Seifert, J. W.: Moderation und Kommunikation: Gruppendynamik und Konfliktmanagement in moderierten Gruppen. Gabal Verlag.^[1]_[SEP]

Birker, G./Birker, K.: Teamentwicklung und Konfliktmanagement. Cornelsen Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Ergänzend je nach Projekt relevante Fachliteratur.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Projektstudium	Projektstudium II	64
2	Selbststudium	Projektstudium II	61

Summe: 125

Leistungsnachweis

Testat (aktive Teilnahme am Projekt, bestanden / nicht bestanden),
 Projektzwischenpräsentation (25%, 100 Punkte - aus dem 5. Semester),
 Projektabschlusspräsentation (25%, 100 Punkte),
 Projektbericht (50%, 100 Punkte). Die Modulnote setzt sich aus den drei Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Bachelor-Thesis

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
0561	Prof. Dr. Hans Ludwig Meyer	13	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	6. Semester		

Voraussetzungen für die Teilnahme

Anmeldung nur möglich, wenn alle Module der Grundstufe erfolgreich abgeschlossen sind.

Qualifikationsziele

Die Studierenden können theoretische Erkenntnisse auf eine betriebliche Aufgabe bzw. ein betriebliches Problem anwenden und auf dieser Basis unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden Gestaltungs- bzw. Lösungsvorschläge entwickeln.

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

- die Ergebnisse der Bachelor-Thesis selbständig erläutern und vertreten kann,
- dabei verwendete Methoden kritisch hinterfragen und bewerten kann,
- 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, Unternehmen und Dozenten vereinbart. Die Themen hängen vom Einsatzgebiet der Studierenden im Unternehmen ab. Die Studierenden werden sowohl bei der Themenfindung als auch hinsichtlich der Vorbereitung auf das Kolloquium von einem entsprechenden Fachdozenten der Hochschule, auch unter Einsatz der E-Learning Plattform der HSW, betreut.

Es sind die Richtlinien zur Anfertigung der Bachelor-Thesis sowie die jeweils einschlägigen Richtlinien zur formalen Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten zu berücksichtigen.

Literatur

Dem jeweiligen Thema entsprechende relevante Literatur.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Praxisstudium (PS)	Bearbeitung Bachelor-Thesis	300
2	Praxisstudium (PS)	Vorbereitung Kolloquium	24
3	Kolloquium	Bachelor-Thesis	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.

Wahlpflichtfach II: Requirements Engineering II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
1461	Dietrich Ruch	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	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.

Die unterschiedlichen Aspekte des Requirements Engineering in klassischen und agilen Projekten sind bekannt und werden beherrscht. Der Beitrag von Business Analysten zu Projektplanung und Aufwandsindikation, sowie Projekt- und Risikocontrolling kann in der Praxis geleistet werden.

Lehrinhalte

Modul 4 - Anforderungsworkshops vorbereiten und moderieren

- Anforderungen gewinnen und dokumentieren
- Workshops vorbereiten und planen
- Workshops durchführen und nachbereiten
- Einwände, Vorwände, Konflikte handhaben
- Verbale Angriffe abwehren, Mediation, Harvardmethode

Modul 5 - Dokumente, Ergebnistypen und Vorgehen im Projekt anpassen

- Demand Management – Von der Idee zur Realisierung
- Vorstudien, Grob- und Feinkonzeption
- Parametrisierte Aufwandsschätzungen
- Agile und klassische Business Analyse (Scrum / Product Owner)
- Traceability und Projektcontrolling
- Roadmaps, Projektsteuerung und Tailoring von Projekten

Modul 6 - Praxisbezogene Projektsimulation – umfangreiche Fallstudie

- Von der Idee bis zur Detailplanung – umfangreiche Fallstudie zur Business Analyse.
- Stakeholderanalyse, Canvas-Methoden, Projektumfeldanalyse
- Unterschiedliche Interessen berücksichtigen
- Anforderungen erkennen und aufnehmen (natürlichsprachlich und user stories)
- Komplexität und Priorität von Anforderungen bewerten
- Kommunikation / Prozessanalyse / UML
- Präsentation S.M.A.R.T.er Ergebnisse.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Andler, N.: Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting: Kompendium der wichtigsten Techniken und Methoden, Publicis.

Weiterführende Literatur:

BABOK® v3: Leitfaden zur Business-Analyse BABOK® Guide 3.0, Verlag Dr. Götz Schmidt.

Vigenschow, U.: Soft Skills für Softwareentwickler: Fragetechniken, Konfliktmanagement, Kommunikationstypen und -modelle, Dpunkt.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Requirements Engineering II	48
2	Selbststudium	Requirements Engineering II	77

Summe: 125

Leistungsnachweis

Schriftliche Ausarbeitung (60%, 100 Punkte, in Kleingruppen von 4-5 Studierenden),
Präsentation (40 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 4-5 Studierenden). Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Recht II: Arbeitsrecht und IT-Recht

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2361	Hon.-Prof. Dr. Florian Heinze	5	06/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL	6. Semester		

Qualifikationsziele

Im Modulteil „Arbeitsrecht“ lernen die Studierenden die rechtlichen Rahmenbedingungen des betrieblichen Personalmanagements kennen. Die Grundlagen des Individual- und Kollektivarbeitsrechts werden vermittelt und können von den Studierenden überblickt werden.

Im Modulteil „IT-Recht“ erhalten die Studierenden einen Überblick über einzelne Aspekte dieses Rechtsgebiets an ausgewählten Vertiefungsthemen. Die Studierenden erwerben Kenntnisse zum Zustandekommen von Verträgen unter Berücksichtigung der Besonderheiten des Internets, zum Schutz von Inhalten im Internet und zu Grundlagen des Datenschutzrechts.

Lehrinhalte

Arbeitsrecht

Grundzüge des Individualarbeitsrechts:

- Begründung des Arbeitsverhältnisses;
- Rechte und Pflichten der Parteien des Arbeitsvertrages;
- Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis;
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses (insb. Kündigungsrecht).

Grundzüge des Kollektivarbeitsrechts:

- Betriebsverfassungsrecht;
- Tarifrecht.

IT-Recht

- Rechtliche Grundlagen der Internetauktion;
- Grundlagen des E-Commerce
- Fernabsatzrecht;
- Urheberrechtlicher Schutz von Webseiten und ihren Bestandteilen;
- Grundlagen des Datenschutzrechts.

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung verpflichtend:

- Junker, A., Grundkurs Arbeitsrecht, C.H.Beck.
Hirdina, R., Grundzüge des Arbeitsrechts, Vahlen.
Waltermann, R., Arbeitsrecht, Vahlen.
Arbeitsgesetze, Beck-Texte im dtv.
CompR / IT- und Computerrecht, Beck-Texte im dtv.
Köhler / Fetzer: Recht des Internet, C.F. Müller.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Arbeitsrecht	40
2	Seminaristische Vorlesung	IT-Recht	8
3	Selbststudium	Recht II	75
4	Klausur	Recht II	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Wahlpflichtfach II: Marketing und Vertrieb II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2461	Prof. Dr. André von Zobeltitz	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Bedeutung des Customer Relationship Management (CRM) für Unternehmen und sind mit grundlegenden Begriffen und Definitionen vertraut. Sie können die Relevanz unterschiedlicher Unternehmensdaten sowie die Bedeutung von Big Data für das CRM beurteilen und beherrschen Methoden der Datensammlung, -aufbereitung und -analyse. Die Studierenden sind in der Lage, die Möglichkeiten und Grenzen des CRM zu erkennen und unternehmensspezifische CRM-Strategien zu entwickeln.

Die Studierenden kennen darüber hinaus aktuelle Entwicklungen in der Marketingforschung und kommende Zukunftstrends. Sie sind hier jeweils mit Grundbegriffen und Konzepten vertraut, können diese einordnen und diskutieren.

Darüber hinaus erwerben die Studierenden die Kompetenzen in kritischen Situationen zu kommunizieren.

Lehrinhalte

Marketing und Vertrieb II

1. Grundlagen des CRM a. Begriff und Definition b. Nutzen
c. Kunden(-zufriedenheit)
2. Notwendigkeit des CRM
a. Kosten b. Märkte
3. Daten als Grundlage für effizientes CRM
a. EDV-gestützte Systeme b. Informationsquellen
4. Zielrichtungen des CRM
a. Kundenakquisition (Bedeutung und Instrumente)
b. Kundenbindung (Bedeutung und Instrumente, Materielle, soziale sowie strukturelle Anreize, vertragliche Bindung)
c. Beschwerde- und Qualitätsmanagement d. Markenmanagement
e. Kundenrückgewinnung e.a. Bedeutung
e.b. Instrumente
5. Implementierung von CRM-Systemen und die Bedeutung von Big Data in diesem Kontext

Zukunftstrends und aktuelle Entwicklungen im Marketing

1. Big Data und der Einsatz künstlicher Intelligenz in Sales, Marketing und Service
 2. Digitale Transformation und seine Bedeutung für die Unternehmenskommunikation
 3. Der Begriff der Customer Journey und die Begeisterung des Kunden
 4. Neuromarketing und „Consumer Neuroscience“
 5. Die wachsende Bedeutung von Nachhaltigkeit im Marketing
- Darüber hinaus werden jährlich angepasst aktuelle Themen aus der Praxis in die Veranstaltung integriert.

Kundenorientierte Kommunikation

1. Umgang mit kritischen Kunden bzw. Situationen
2. Eigene Haltung bei Kundenbeschwerden und Reklamationen
3. Durch gute Gesprächsführung kritische Kunden wieder zu zufriedene Kunden entwickeln

Literatur

Kernliteratur:

Kotler, P. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V.: Grundlagen des Marketing, Pearson Studium.
Stumpf, M. (Hrsg.): Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing, Haufe.

Weiterführende Literatur:

Busch, R. / Fuchs, W. / Unger, F.: Integriertes Marketing - Strategie - Organisation – Instrumente, Springer Gabler.

Hafner, N.: Die Kunst der Kundenbeziehung: Die besten Ratschläge für ein langfristig profitables CRM, Haufe.

Hippner, H. / Hubrich, B. / Wilde, K.D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM: Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung, Gabler.
 Gentsch, P.: Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service, Springer Gabler.
 Kirf, B. / Eicke, K.N. / Schömburg, S.: Unternehmenskommunikation im Zeitalter der digitalen Transformation, Springer Gabler.
 Jenewein, C.: Spezifikation von CRM-Systemen - ein methodischer Ansatz, GRIN Verlag.
 Meffert, H.: Marketing, Springer Gabler.
 Raab, G. / Lorbacher, N.: Customer Relationship Management. Aufbau dauerhafter und profitabler Kundenbeziehungen, Sauer Verlag.
 Stadelmann, M. / Wolter, S. / Tomczak, T. / Reinecke, S.: Customer Relationship Management, Verlag Industrielle Organisation.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Marketing und Vertrieb II	28
2	Seminaristische Vorlesung	Zukunftstrends und aktuelle Entwicklungen im Marketing	12
3	Übung	Kundenorientierte Kommunikation	8
4	Selbststudium	Marketing und Vertrieb II	77

Summe: 125

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte, Einzelpräsentation)

Wahlpflichtfach II: Operations Research II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2462	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	6. Semester		

Qualifikationsziele

Ziel der Lehrveranstaltung ist die Vertiefung von Kenntnissen und Fähigkeiten in den Lösungsmethoden des Operations Research. Nach aktiver Teilnahme an der Lehrveranstaltung können von den Teilnehmern Entscheidungsalgorithmen auf viele konkrete Probleme angewandt werden, so dass eine Lösung bestimmt werden kann. Insbesondere wird die Theorie der Wartesysteme sowie Lagerhaltungs- und Logistikmodelle neu eingeführt und auf praxisnahe Probleme angewandt.

Lehrinhalte

Ganzzahlige Optimierung wie Branch and Bound-Verfahren. Losgrößenplanung, Allgemeine Tourenplanung, Maschinenbelegung, Markov-Ketten und Systeme, Wartesysteme.dynamische und stochastische Modelle und Methoden.

Literatur

Kernliteratur:

Domschke, D.: Einführung in OR, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Domschke, D.: Übungen und Fallbeispiele in OR, Springer Gabler.

Neumann, K. / Morlock, M.: Operations-Research, Hanser.

Zimmermann, H.: Operations-Research, Quantitative Methoden und Modelle. Für Wirtschaftsingenieure, Betriebswirte und Informatik, Springer Vieweg.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Methoden des Operations Research	40
2	Selbststudium	Operations Research II	83
3	Klausur	Operations Research II	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Wahlpflichtfach II: Corporate Finance II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2463	Prof. Dr. Meik Friedrich	5	05/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Fragestellungen der betrieblichen Finanzwirtschaft vertraut. Die Studierenden kennen den Prozess der Eigenkapitalbeschaffung durch einen Börsengang. Die Studierenden haben einen vertieften Einblick in den Ratingprozess und können die Bedeutung von Ratings für die Unternehmensfinanzierung beurteilen. Weiterhin können die Studierenden IPOs und Ratings in praxisbezogenen Fallstudien managen.

Lehrinhalte

- EK-Beschaffung durch IPOs
- Alternative Formen der EK-Beschaffung
- Ratings
- Fallstudien

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Berk, J., DeMarzo, P., Corporate Finance, Pearson.

Kernliteratur:
Perridon, L., Steiner, M., Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen.

Weiterführende Literatur:
Ernst, D., Häcker, J., Applied International Corporate Finance, Vahlen.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Corporate Finance II	48
2	Selbststudium	Corporate Finance II	77

Summe: 125

Leistungsnachweis

Präsentation (100 %, 100 Punkte, in Kleingruppen von 2-4 Studierenden)

Wahlpflichtfach II: Controlling II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2464	Prof. Dr. Michelle Peters	5	05/2023
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen Nachhaltigkeit in ihren Grundzügen sowie deren Relevanz für unternehmerische Zwecke kennen, leiten daraus die (neuen) strategischen und operativen Aufgaben und Instrumente des Controllings (auch für ausgewählte Funktionsbereiche) ab und setzen sich dabei gezielt mit steuerungsrelevanten Kennzahlen (KPIs) auseinander. Die Studierenden werden mit den relevanten rechtlichen Regelungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung vertraut gemacht und können deren Zusammenhang und Einfluss auf die Unternehmenssteuerung beurteilen. Zudem verstehen Sie die Entwicklung von einer separaten Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung hin zu einer ganzheitlichen Unternehmensberichterstattung.

Lehrinhalte

1. Grundlagen der Nachhaltigkeit
2. Strategisches und operatives Nachhaltigkeitscontrolling
3. Nachhaltigkeitskennzahlen
4. (Nachhaltiges) Funktionscontrolling
5. Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung
6. Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)
7. Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung
8. Digitalisierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Literatur

Kernliteratur:

Sailer, U.: Nachhaltigkeitscontrolling, UVK Verlag.

Sopp, K./Baumüller, J./Scheid, O.: Nachhaltigkeitsberichterstattung, nwb Verlag.

Weiterführende Literatur:

Britzelmaier, B.: Controlling – Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Pearson Verlag.

Colsman, B.: Nachhaltigkeitscontrolling, Springer Gabler Verlag.

Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling – Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Schäffer Poeschel Verlag.

Freiberg, J./Bruckner, A.: Corporate Sustainability – Kompass für die Nachhaltigkeitsberichterstattung, Haufe Group.

Hartke, V./Wilhelm, B.: Nachhaltigkeitsberichterstattung im Mittelstand, IDW Verlag.

Klein, A./Kämmler-Burrak, A.: Nachhaltigkeit in der Unternehmenssteuerung, Haufe.

Küpper, H.-U./Friedl, G./Hofmann, C./Hofmann, Y./Pedell, B.: Controlling, Schäffer Poeschel Verlag.

Piontek, J.: Controlling, Oldenbourg Verlag.

Preißler, P. R.: Controlling, Oldenbourg Verlag.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Controlling II	40
2	Seminaristische Vorlesung	Controlling II - Compliance	8
3	Selbststudium	Controlling II	77

Summe: 125

Leistungsnachweis

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

Wahlpflichtfach II: Personalmanagement II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2465	Prof. Dr. Timm Eichenberg	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse in den Kernprozessen des Personalmanagements. Auf Basis dieser Kenntnisse sind sie in der Lage, Instrumente des Personalmanagements in der betrieblichen Praxis professionell anzuwenden, zu bewerten und – bezogen auf die Bedingungen des Ausbildungsbetriebs - zu entwickeln.

Die Studierenden sind mit der Thematik „Personalentwicklung im Unternehmen“ vertraut und sind in der Lage, strategisch ausgerichtete Programme der Personalentwicklung zu gestalten und zu implementieren. Sie wissen um aktuelle Herausforderungen und deren Auswirkungen auf die Organisationsentwicklung.

Die Studierenden sind mit den theoretischen Grundlagen menschlicher Kommunikation als Basis für die Führung von Gesprächen im Rahmen der behandelten Personalinstrumente vertraut. Sie sind in der Lage, Gespräche vorzubereiten, zu strukturieren und Anlass bezogen zu führen. Dabei setzen sie Interview- bzw. Fragetechniken ein.

Lehrinhalte

Kernprozesse des Personalmanagements

- Integration
- Personaleinsatz (Arbeitszeit, Arbeitsorganisation, Anreizsysteme, Personalverwaltung)
- Beurteilung
- Kündigung und Trennungskultur
- Internationales Personalmanagement

Personalentwicklung in Unternehmen

- Prozessphasen der Personalentwicklung
- Ziele und Zielgruppen
- Methoden/Instrumente
- Evaluation
- Verzahnung von Personalentwicklung und Organisationsentwicklung
- Aktuelle Herausforderungen (New Work)
- Grundlagen Coaching

Gesprächsführung

- Gesprächsführung, Auswahlgespräche, Feedback- und Beurteilungsgespräche, Kritik- und Abmahnungsgespräche

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Stock-Homburg, R.: Personalmanagement, Theorien - Konzepte – Instrumente, Springer Gabler.

Kernliteratur:

Bartscher, T. / Stöckl, J. / Träger, T.: Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, Pearson Studium.

Berthel, J. / Becker, F.G.: Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer Poeschel.

Conrad, C.: Schnelleinstieg Lohn- und Gehaltsabrechnung, Haufe, Rudolf.

Kolb, M.: Personalmanagement, Grundlagen - Konzepte – Praxis, Gabler Verlag.

Ridder, H.-G.: Personalwirtschaftslehre, Kohlhammer W.

Lohaus D.: Leistungsbeurteilung, Hogrefe Verlag.

Andrzejewski L.: Trennungs-Kultur und Mitarbeiterbindung, Luchterhand.

Festing, M. / Dowling, P. J. / Weber, W. / Engle, A. D.: Internationales Personalmanagement, Gabler Verlag.

Hofstede, G.: Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, dtv Verlagsgesellschaft.

Becker, M.: Personalentwicklung, Schäffer Poeschel.
 Bröckermann, R. / Müller-Verbrüggen, M.: Handbuch Personalentwicklung, Schäffer Poeschel.
 Hof, C.: Lebenslanges Lernen - Eine Einführung, Kohlhammer W.
 Kohlrieser, G.: Gefangen am runden Tisch, Wiley-VCH.
 Thiele, A.: Argumentieren unter Stress, dtv Verlagsgesellschaft.
 Schulz von Thun, F.: Miteinander reden Bd. 1, Rowohlt Taschenbuch.
 Rosenberg, M.B.: Gewaltfreie Kommunikation. Eine Sprache des Lebens, Jungfermann.
 Fisher, R. / Ury, W. / Patton, B.: Das Harvard-Konzept, Deutsche Verlags-Anstalt.
 Scholz, C.: Grundzüge des Personalmanagements, Vahlen.
 Laloux, F.: Reinventing Organizations, Vahlen.

Weiterführende Literatur:
 wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung + PS	Personalentwicklung in Unternehmen sowie Gesprächsführung	36
2	Seminaristische Vorlesung + PS	Kernprozesse des Personalmanagements	12
3	Selbststudium	Personalmanagement II	75
4	Klausur	Personalmanagement II	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

Klausur (100 %, 100 Punkte, 90 Min.: 45 Min./50 Punkte Personalentwicklung in UN/Gesprächsführung und 45 Min./50 Punkte Kernprozesse des Personalmanagements)

Wahlpflichtfach II: Internationales Management II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
2466	Prof. Dr. Timm Eichenberg	5	04/2022
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		
Studiengang	Semester		
BWL, WI, WIng	6. Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden verstehen Elemente und Instrumente der interkulturellen Kommunikation. Die Studierenden sind in der Lage, Führungsphänomene in internationalen Unternehmen insbesondere vor dem Hintergrund interkultureller Einflüsse zu diskutieren. Die Studierenden können Konzepte und Instrumente für das Personalmanagement in internationalen Unternehmen analysieren und gestalten. Die Studierenden kennen die Grundlagen der Verhandlungsführung. Sie sind in der Lage, organisationale Fragestellungen internationaler Unternehmen zu beurteilen. Die Studierenden können Elemente strategischer Stoßrichtungen internationaler Unternehmen analysieren und gestalten. Sie sind in der Lage, Aspekte des Veränderungsmanagements zu diskutieren und zu gestalten. Texte der Veranstaltung sind z.T. in englischer Sprache.

Lehrinhalte

1. Personal Management in internationalen Unternehmen
 - 1.1 Internationale Personalauswahl
 - 1.2 Training interkultureller Kompetenz
2. Interkulturelle Kommunikation
3. Führung in internationalen Unternehmen
 - 3.1 Aspekte interkulturellen Führungsverhaltens
 - 3.2 Motivation im interkulturellen Kontext
4. Verhandlungsführung in internationalen Unternehmungen
 - 4.1 Grundlagen, Erfolgsfaktoren des Verhandeln
 - 4.2 Vorbereitung und Durchführung von Verhandlungen
 - 4.2 Verhandlungsstrategien
 - 4.3 Kulturelle Charakteristika von Verhandlungen
5. Organisation internationaler Unternehmen
 - 5.1 Grundformen internationaler Organisationsstrukturen
 - * Grundsätzliche Organisationsalternativen
 - * Zeitliches Muster bei der Abfolge von Organisationsstrukturen
 - * Zusammenhang zwischen Organisationsstruktur und Führung
 - 5.2 Gestaltungselemente internationaler Organisations-Strukturen
 - * Konzern- und Holdingstrukturen
 - * Zentralbereiche
 - 5.3 Von der Strukturorientierung zur Prozessorientierung
 - * Internationale Projektorganisationen
 - * Prozessorientierung
6. Strategien in der internationalen Unternehmung
 - 6.1 Strategiebegriff
 - 6.2 Markteintritts- und Bearbeitungsstrategien
 - 6.3 Zielmarkt-Strategien
 - 6.4 Timing-Strategien
 - 6.5 Allokations-Strategien
 - 6.6 Koordinations-Strategien
7. Change Management in internationalen Unternehmen
 - 7.1 Change Management als Strategie-Tool
 - 7.2 John Kotter – the penguin principle (Engl.)
 - 7.3 Besonderheiten der Dynamik internationaler Unternehmen
1. Personal Management in internationalen Unternehmen

1.1 Internationale Personalauswahl
1.2 Training interkultureller Kompetenz
2. Interkulturelle Kommunikation
3. Führung in internationalen Unternehmen
3.1 Aspekte interkulturellen Führungsverhaltens
3.2 Motivation im interkulturellen Kontext
4. Verhandlungsführung in internationalen Unternehmungen
4.1 Grundlagen, Erfolgsfaktoren des Verhandeln
4.2 Vorbereitung und Durchführung von Verhandlungen
4.2 Verhandlungsstrategien
4.3 Kulturelle Charakteristika von Verhandlungen
5. Organisation internationaler Unternehmen
5.1 Grundformen internationaler Organisationsstrukturen
* Grundsätzliche Organisationsalternativen
* Zeitliches Muster bei der Abfolge von Organisationsstrukturen
* Zusammenhang zwischen Organisationsstruktur und Führung
5.2 Gestaltungselemente internationaler Organisations-Strukturen
* Konzern- und Holdingstrukturen
* Zentralbereiche
5.3 Von der Strukturorientierung zur Prozessorientierung
* Internationale Projektorganisationen
* Prozessorientierung
6. Strategien in der internationalen Unternehmung
6.1 Strategiebegriff
6.2 Markteintritts- und Bearbeitungsstrategien
6.3 Zielmarkt-Strategien
6.4 Timing-Strategien
6.5 Allokations-Strategien
6.6 Koordinations-Strategien
7. Change Management in internationalen Unternehmen
7.1 Change Management als Strategie-Tool
7.2 John Kotter – the penguin principle (Engl.)
7.3 Besonderheiten der Dynamik internationaler Unternehmen

Literatur

Basisliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
 Kutschker, M. / Schmid, S.: Internationales Management, Oldenbourg Verlag.
 In der jeweils aktuellen Auflage.
 Die Bekanntgabe weiterer Literatur erfolgt in der Veranstaltung.
 Darüber hinaus werden vertiefend aktuelle Artikel aus wirtschaftlichen Fachzeitschriften zur Verfügung gestellt.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Internationales Management II	48
2	Selbststudium	Internationales Management II	75
3	Klausur	Internationales Management II	2

Summe: 125

Leistungsnachweis

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