FH MÜNSTER
University of Applied Sciences

MSB FB Wirtschaft
Münster School of Business

Bachelor - Studiengang **Betriebswirtschaft** (mit Praxissemester)

Modulhandbuch

23.08.2024

Inhaltsverzeichnis

1. Studiengangziele 4

2. Modulhandbuch 6

Finanzwirtschaftliche BWL I [MSB.1.0123.0.P] 6

Managementprozesse [MSB.1.0183.0.P] 8

Mathematik und Wirtschaftsinformatik [MSB.1.0188.0.P] 9

Wirtschaftsrecht I [MSB.1.0338.0.P] 11

Betriebswirtschaftliche Primärprozesse [MSB.1.0067.0.P] 12

Finanzwirtschaftliche BWL II [MSB.1.0124.0.P] 14

Data Science [MSB.1.0254.0.P] 16

VWL I [MSB.1.0278.0.P] 18

SK Studieren lernen [MSB.1.0243.1.P] 19

SK Wissenschaftliches Arbeiten I [MSB.1.0243.2.P] 20

SK Präsentation und Kommunikation [MSB.1.0243.3.V] 21

SK Berufsspezifische Kompetenzen [MSB.1.0243.4.P] 22

SK Soziale Verantwortung [MSB.1.0243.5.P] 23

SK Wissenschaftliches Arbeiten II [MSB.1.0243.6.P] 24

Unternehmensführung TP 1 [MSB.1.0268.1.P] 26

Unternehmensführung TP2 [MSB.1.0268.2.P] 28

Business English [MSB.1.0073.0.P] 29

Finanzwirtschaftliche Grundlagen der Unternehmensführung [MSB.1.0128.0.P] 30

Grundlagen Prozessmanagement und ERP-Systeme [MSB.1.0138.0.P] 31

Logistik [MSB.1.0177.0.P] 32

Marketing [MSB.1.0184.0.P] 33

Personalmanagement/ Organizational Behaviour [MSB.1.0208.0.P] 35

Advanced Analytics [MSB.1.0228.0.P] 36

Rechnungswesen [MSB.1.0232.0.P] 37

Steuern [MSB.1.0257.0.P] 39

Wirtschaftsrecht II [MSB.1.0339.0.P] 40

VWL II: Globalisierung und Europäische Integration [MSB.1.0279.0.P] 41

Nachhaltiges Wirtschaften – Volks- und betriebswirtschaftliche Grundlagen [MSB.1.0201.0.P] 42

Advanced Organisation Design [MSB.1.0378.0.P] 43

Arbeits- und Sozialrecht [MSB.1.0031.0.P] 44

Betriebliche Steuerlehre I [MSB.1.0060.0.P] 45

Betriebliche Steuerlehre II [MSB.1.0062.0.P] 47

Business Information Systems [MSB.1.0077.0.P] 49

Controlling [MSB.1.0079.0.P] 50

Corporate Finance [MSB.1.0081.0.P] 52
Digital Transformation and Supply Chain Management [MSB.1.0379.0.P] 54
Erfolgsstrategien auf internationalen Märkten [MSB.1.0096.0.P] 56
Externes Rechnungswesen [MSB.1.0118.0.P] 58
Funktionales Personalmanagement [MSB.1.0130.0.P] 60
Führung und Wandel [MSB.1.0129.0.P] 61
Innovation and Entrepreneurship [MSB.1.0167.0.P] 62
Internationales Marketing [MSB.1.0167.0.P] 66
International New Ventures [MSB.1.0364.0.P] 68
Operatives Marketing [MSB.1.0206.0.P] 70
Potenzialorientiertes Personalmanagement [MSB.1.0211.0.P] 72
Projektstudium Organisation und Wirtschaftsinformatik [MSB.1.0225.0.P] 73
Advanced Optimization [MSB.1.0230.0.P] 75
Strategic Marketing [MSB.1.0368.0.P] 77
Strategic Marketing Engineering [MSB.1.0368.0.P] 80
Strategisches Marketing [MSB.1.0259.0.P] 84
Sustainability and Ethics in Society and Economy [MSB.1.0261.0] 85
Wirtschaftsprüfung [MSB.1.0333.0.P] 87
Wirtschaftsrecht III [MSB.1.0342.0.P] 88
Transfermodul [MSB.1.0263.0.P] 89
Praxissemester [] 90
Bachelorarbeit [] 91
Kolloquium [] 92

1. Studiengangziele

Übergeordnetes Qualifikationsziel	*Die Absolvent*innen können betriebswirtschaftliche Problemstellungen unter Anwendung von Fachwissen und adäquaten Methoden eigenständig und im Team verantwortungsvoll lösen. Sie erfüllen damit die Anforderungen sowohl der Praxis als auch einer weiteren wissenschaftlichen Ausbildung.*
Wissen (Wissensverbreiterung und-vertiefung) und Fertigkeiten (instrumentale und systemische Kompetenzen)	Die Absolvent*innen verfügen über breites und integriertes Wissen in den betriebswirtschaftlichen Bereichen Einkauf, Produktion, Vertrieb, Marketing, Personal, Organisation, Logistik, Finanzwirtschaft, Rechnungswesen und Controlling sowie Steuern und Wirtschaftsprüfung und führen operative und ausgewählte strategische Prozesse auch in digitalisierter Form in diesen Bereichen aus. Die Absolvent*innen verfügen ebenso über einschlägiges Wissen an den Schnittstellen zu anderen Bereichen wie Mathematik/Statistik, Wirtschaftsinformatik, Recht und VWL, das es ihnen erlaubt, ihre Prozesse mit dem methodischen Know-how aus diesen Bereichen bzw. unter den Rahmenbedingungen der Bereiche durchzuführen. Neben den täglich wiederkehrenden Prozessen gestalten und organisieren die Absolvent*innen Projekte, die Zielsetzungen außerhalb der betrieblichen Routine umfassen. Sie sind in der Lage, Projekte unter Nutzung digitaler Tools zu koordinieren und zu steuern. In den Projekten erarbeiten sie neue Lösungen, die sie kritisch reflektieren, präsentieren und mit belastbaren Argumenten nach außen vertreten. Auf Basis des Schnittstellenwissens zum Bereich der VWL und der im Bereich Unternehmen und Gesellschaft erworbenen Kenntnisse können die Absolvent*innen die Betriebswirtschaftslehre in einen größeren Gesamtzusammenhang einordnen und das eigene Handeln vor dem Hintergrund gesamtgesellschaftlicher Verantwortung kritisch reflektieren. Die Absolvent*innen können die wesentlichen Auswirkungen der Digitalisierung auf Unternehmen, Märkte und Gesellschaft beurteilen und unternehmerische Strukturen und Prozesse adäquat weiter und/oder neu entwickeln Die Absolvent*innen können sich in der Fremdsprache Englisch mit einem umfangreichen Wortschatz nicht nur im Alltagsleben verständlich machen, sondern auch wirtschaftsbezogene Literatur verstehen und in einem Unternehmen, in dem die Geschäftssprache Englisch ist, arbeiten.
Sozialkompetenz (kommunikative Kompetenz) und Selbständigkeit (systemische Kompetenz)	Sowohl im Tagesgeschäft als auch bei der Abwicklung von Projekten sind die Absolvent*innen in der Lage ihre eigenen Positionen überzeugend zu vertreten wie auch die Positionen und ggf. Kritik anderer zu prüfen, um bestmögliche Lösungen zu entwickeln bzw. um bei mehreren Handlungsalternativen die beste auszuwählen. Die Absolvent*innen kennen verschiedene Führungsstile und können diese nutzen, um über Motivation, Delegation und Zielsetzung andere in ihrem Handeln und ihrer Weiterentwicklung anzuleiten. Die Absolvent*innen können eigenes Lernen selbständig auf Basis eines effizienten Zeit- und Informationsmanagements sowie klar definierter Ziele organisieren. Diese Kompetenz ermöglicht es ihnen, sich immer wieder in neue Aufgaben- und Problemstellung sowohl der Praxis als auch weiterführender Studiengänge einzuarbeiten und sich kontinuierlich persönlich weiterzuentwickeln. Die Absolvent*innen sind in der Lage unternehmerisch zu handeln, d.h. sie entwickeln Eigeninitiative, werden vorausschauend aktiv und sind insbesondere

[1] Die Kategorisierung der Qualifikationsziele erfolgte angelehnt an die Kompetenzbeschreibung des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (AK DQR, 2011) und ist kompatibel zum Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse (KMK, 2017).

zur Umsetzung von Innovationen bereit, begrenzte Risiken zu tragen, um gesetzte Ziele zu erreichen.

2. Modulhandbuch

<table>
<tr><td colspan="3">Finanzwirtschaftliche BWL I [MSB.1.0123.0.P]</td></tr>
<tr><td>Prüfung:
[MSB.1.0123.0.P]
Finanzwirtschaftliche BWL I</td><td>LV.-Nr.:</td><td>ECTS-Punkte:
7</td></tr>
<tr><td>Empfohlene Einordnung:
1. Semester</td><td>Pflichtkennzeichen:
[PF]</td><td>Lehrveranstaltungssprache:
deutsch</td></tr>
<tr><td>Modulverantwortung:
Prof. Dr. Olaf Tanto</td><td>Modulturnus:
WiSe/ SoSe</td><td>Information zur Anmeldung:</td></tr>
<tr><td colspan="3">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Olaf Tanto, Prof. Dr. Dirk Thoms-Meyer, Prof. Dr. Isabel von Keitz</td></tr>
<tr><td>Qualifikationsziele</td><td colspan="2">Die Studierenden
kennen die wesentlichen Einflussfaktoren, die die Steuerbelastungen von Privatpersonen und Unternehmen bestimmen,
können grundlegende steuerliche Problemstellungen unter Anwendung des erworbenen Fachwissens eigenständig lösen,
erkennen Schnittstellen zwischen Besteuerung und anderen Bereichen der Betriebswirtschaftslehre, beispielsweise zur Investitionsrechnung, Finanzierung oder Bilanzierung,
kennen die Bedeutung des betrieblichen Rechnungswesens im Allgemeinen und der Buchführung im Besonderen und können fachliche Begriffe richtig einordnen,
sind in der Lage die Bestandteile des Jahresabschlusses und deren Inhalte zu beschreiben und
können Geschäftsvorfälle korrekt verbuchen und deren Auswirkungen auf Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie die liquiden Mittel beschreiben.</td></tr>
<tr><td>Prüfungsform und -umfang</td><td colspan="2">Klausur (120 Min.)</td></tr>
<tr><td>Lehrform</td><td colspan="2">Teil Steuern:
Seminaristischer Unterricht
Ergänzung durch Tutorien
Teil Buchführung und Bilanzierung:
Blended Learning, d.h. selbstständiges Durcharbeiten eines webbasierten Lernmoduls (ILIAS-Plattform)
Seminaristischer Unterricht
Ergänzt durch Tutorien</td></tr>
<tr><td>Lehrinhalte</td><td colspan="2">Teil Steuern:
Grundlagen der Besteuerung von Privatpersonen und Unternehmen unter Berücksichtigung des Verfahrensrechtes, des Einkommensteuerrechtes, Gewerbesteuerrechtes und Körperschaftsteuerrechtes
Teil Buchführung und Bilanzierung:
Grundlagen des Rechnungswesens
Organisation der Buchführung
Technik der Buchführung
Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle</td></tr>
</table>

	• Auswirkung von Geschäftsvorfällen auf den Jahresabschluss	
Workload	Präsenzveranstaltung: (6 SWS) Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	90 h 120 h 210 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Bornhofen: Steuerlehre 1 und 2, Gabler Verlag Grefe: Unternehmenssteuern, Kiehl Verlag Schäfer-Kunz: Buchführung und Jahresabschluss, Schäffer-Poeschel, neueste Auflage Baetge/ Kirsch/ Thiele: Bilanzen, IDW-Verlag, neueste Auflage	

Managementprozesse [MSB.1.0183.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0183.0.P] Managementprozesse	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 1. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Benjamin Matthies	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Benjamin Matthies, Prof. Dr. Sonja Öhlschlegel-Haubrock, Prof. Dr. Georg Siedenbiedel		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • können den Gegenstand der BWL abgrenzen, • kennen die wesentlichen Funktionen, Ebenen und Dimensionen der Unternehmensführung im Überblick, • verstehen die Bedeutung des Personalmanagements als Erfolgsfaktor für Unternehmen, • können Konzepte der organisatorischen Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen und -strukturen erläutern und beispielhaft anwenden.	
Prüfungsform und -umfang	Open Book Prüfung (120 Min.)	
Lehrform	• Vorlesung • Vorlesung kombiniert mit Blended Learning und Fallstudienbearbeitung im Bereich Personalwirtschaft • seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten,	
Lehrinhalte	• Grundlegende Einführung in die Themengebiete der BWL • Überblick strategisches und normatives Management • Zentrale Aktionsfelder und relevante Rahmenbedingungen eines professionellen Personalmanagements • Gestaltungsorientierter Ansatz der Organisation • Wertschöpfungsprozesse und -strukturen	
Workload	Präsenzveranstaltung (6 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	90 h 90 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Bach, N./ Brehm, C./ Buchholz, W./Petry, T. (2012): Wertschöpfungsorientierte Organisation, Wiesbaden neueste Aufl. Haubrock, A./ Öhlschlegel-Haubrock, S. (2009): Personalmanagement, 2. überarbeitete Auflage. Kohlhammer Thommen, J.-P./ Achleitner, A.-K. (2012): Allgemeine BWL, neueste Auflage, Gabler	

Mathematik und Wirtschaftsinformatik [MSB.1.0188.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0188.0.P] Mathematik und Wirtschaftsinformatik	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 8
Empfohlene Einordnung: 1. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Christiane Fühner	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Dr. Nina Büchel, Prof. Dr. Michael Bücker, Prof. Dr. Christiane Fühner, Prof. Dr. Jürgen Nonhoff,		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • verfügen über ein solides mathematisches und informationstechnologisches Wissen, das ihnen bei der Lösung ökonomischer Fragestellungen hilft, • können lineare Gleichungssysteme und einfache lineare Optimierungsaufgaben aus ökonomischen Fragestellungen formulieren und lösen, • beherrschen den Umgang mit ökonomischen Funktionen und können entsprechende nichtlineare Optimierungsaufgaben lösen, • können Folgen und Reihen charakterisieren, selbst entwickeln und diese sinnvoll bei ökonomischen Fragestellungen einsetzen, • sind sicher im Umgang mit aktuellen IT-Werkzeugen, insbesondere mit betrieblichen Standardanwendungssystemen (Präsentationssoftware, Tabellenkalkulation, Textverarbeitung), • können Programme und Datenbanken entwerfen und erstellen und • kennen aktuelle Hinweise zur sicheren Nutzung des Internets.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (150 Min.)	
Lehrform	• Vorlesung und seminaristischer Unterricht • Lernteam-Coaching • Begleitende Übungen (zu Office, Programmierung und Datenbanken) im PC-Pool • Semesterbegleitende Online Tests (Multiple Choice)	
Lehrinhalte	• Lineare Algebra (u. a. Matrizenrechnung, lineare Gleichungssysteme) • Folgen, Reihen und Grenzwerte • Differentialrechnung mit einer und mit mehreren Veränderlichen • Integralrechnung • Betriebliche Anwendungssysteme insbesondere Office Produkte (Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Präsentationssoftware) • Grundlagen zur Hardware • Programmierung und Datenbanken	
Workload	Präsenzveranstaltung (7 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	105 h 135 h 240 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Grundkenntnisse der Schulmathematik	
Formale Voraussetzungen	Leistungsnachweis gemäß § 17 AT PO	
Literaturempfehlungen	Handbücher des RRZN zu den Office Produkten Stahlknecht/Hasenkamp: Einführung in die Wirtschaftsinformatik	

	Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1: Grundlagen, aktuelle Auflage, Herne/Berlin Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 2: Differential- und Integralrechnung, aktuelle Auflage, Herne/Berlin Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 3: Lineare Algebra, Lineare Optimierung und Graphentheorie, aktuelle Auflage, Herne/Berlin

Wirtschaftsrecht I [MSB.1.0338.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0338.0.P] Wirtschaftsrecht I	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 8
Empfohlene Einordnung: 1. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Andrea Kersting	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Christoph Buchmüller, Prof. Dr. Andrea Kersting		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • kennen und verstehen die allgemeinen rechtlichen Grundlagen und die des Vertragsrechts (insbes. des Kaufrechts) und können die betreffenden Vorschriften prüfen, • können die erworbenen Inhalte wiederholen, zuordnen und erklären, • sind in der Lage, das erlernte Wissen mittels der relevanten Gesetze auf Rechtsfragen aus der betrieblichen Praxis (Fälle) anzuwenden (Subsumtionstechnik) und • analysieren dabei die Fälle, indem sie rechtsrelevante Problemkreise erkennen, diese herausarbeiten, rechtlich begutachten, einer Lösung zuführen sowie diese Lösung argumentativ begründen.	
Prüfungsform und -umfang	Open Book Prüfung (90 Min.)	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Übungen • Lernen in Kleingruppen (Fallbearbeitung)	
Lehrinhalte	• Rechtsgeschäftliche Grundlagen • Vertragliche Schuldverhältnisse und Leistungsstörungen (insbesondere Kaufrecht) • Deliktsrecht, insbesondere §§ 823, 831 BGB • Grundzüge des Mobilarsachenrechts	
Workload	Präsenzveranstaltung (6 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	90 h 150 h 240 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	nwb Textausgabe, Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts, Aktuelle Auflage Jos Mehrings: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, Vahlens Lernbücher, aktuelle Aufl., München	

Betriebswirtschaftliche Primärprozesse [MSB.1.0067.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0067.0.P] Betriebswirtschaftliche Primärprozesse	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 2. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Christiane Führner	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Wolfgang Buchholz, Prof. Dr. Roland Multhaup, Prof. Dr. Ralf Schengber, Prof. Dr. Franz Vallée, Prof. Dr. Christiane Führner, weitere Lehrende und Lehrbeauftragte		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • kennen die einzelnen Aufgaben in den verschiedenen Teilbereichen der betrieblichen Wertschöpfungskette (Beschaffung, Produktion und Marketing) einschließlich der dort eingesetzten Instrumente und der logistischen Implikationen, • können Materialbedarfe ableiten, terminieren und Bestellmengen berechnen, • können das Produktionsprogramm bestimmen, zeitlich verteilen, in innerbetriebliche Lose zerlegen, Intensitäten und Einsatzzeiten von Maschinen bestimmen und innerbetriebliche Aufträge terminieren und • kennen die Grundzüge des Marketings und die vier klassischen Instrumente des Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik).	
Prüfungsform und -umfang	Online in Präsenz (120 Min.)	
Lehrform	• Vorlesung und seminaristischer Unterricht • Selbständige Bearbeitung von Aufgaben und anschließende Präsentation der Arbeitsergebnisse	
Lehrinhalte	• Beschaffung, Produktion und Logistik (Materialsortimentsanalyse, Materialbedarfs- und Bestellmengen-planung, Materiallagerung, Produktionsprogrammplanung, zeitliche Verteilung der Produktion, Produktionsaufteilungsplanung, Auftragsgrößenplanung, operative Ablaufplanung) • Grundlagen Marketing (Marktorientierte Unternehmensführung, Marketing-Management-Prozess, Informationsbeschaffung, Produkt-, Kontrahierungs-, Kommunikations- und Distributionspolitik)	
Workload	Präsenzveranstaltung (6 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	90 h 90 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Adam, D.: Produktionsmanagement, aktuelle Auflage, Wiesbaden Corsten, H./ Gössinger, R.: Produktionswirtschaft, aktuelle Auflage, München	

	Meffert, H./ Burmann, C./ Kirchgeorg, M.: Marketing, Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, aktuelle Auflage, Wiesbaden Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik, aktuelle Auflage, Berlin, Heidelberg, New York

Finanzwirtschaftliche BWL II [MSB.1.0124.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0124.0.P] Finanzwirtschaftliche BWL II	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 7
Empfohlene Einordnung: 2. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Juliane Wolf	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Benjamin Matthies, Prof. Dr. Holger Pooten, Prof. Dr. Martin Schreiber, Prof. Dr. Christian Tallau, Prof. Dr. Juliane Wolf, weitere Lehrende und Lehrbeauftragte		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • können die wichtigsten Methoden der Investitionsrechnung anwenden, deren Eignung beurteilen und die Interdependenz zur Finanzierung erörtern, • sind in der Lage, die Funktionsweise der wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten zu erläutern sowie ausgewählte Formen anzuwenden und zu bewerten, • sind fähig, die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung einschließlich deren Systematik zu erläutern und diese im Hinblick auf die Funktionen der handelsrechtlichen Rechnungslegung einzuordnen, • kennen die wesentlichen Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften des HGB einschließlich der wesentlichen impliziten und expliziten Bilanzierungswahlrechte und können diese unter Berücksichtigung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung auf konkrete Bilanzierungssachverhalte anwenden, • sind in der Lage, die Funktionen, Aufstellungspflichten und Inhalte von Anhang, Lagebericht, Eigenkapitalspiegel sowie Kapitalflussrechnung zu erläutern, • kennen die Begriffe und verstehen die grundlegenden Standards der Ist-Kostenrechnung in ihren Zusammenhängen und • sind in der Lage, die grundlegenden betrieblichen Strukturen in den Standardmodellen der Kostenrechnung abzubilden.
Prüfungsform und -umfang	Klausur (120 Min.)
Lehrform	• Im Bereich Investition und Finanzierung gibt es die Alternativen: o Seminaristischer Unterricht mit Übungen/ Fallstudien o Fachlicher Input durch E-Learning & aktives Bearbeiten vor der Lehrveranstaltung kombiniert mit Präsenzveranstaltungen zur Vertiefung, Vernetzung und Übung der Inhalte • Im Bereich Bilanzierung und Bilanzpolitik seminaristischer Unterricht mit ergänzenden Übungseinheiten zur Behandlung von Fallstudien • Im Bereich Kostenrechnung seminaristischer Unterricht mit ergänzenden Übungen
Lehrinhalte	• Ziele und Aufgaben der Finanzwirtschaft • Investitionsrechenverfahren auf vollkommenen Kapitalmärkten (statische und dynamische Verfahren) sowie vollständige Finanzplanung • Finanzierungsformen: Eigen- Innenfinanzierung, Eigen-Außenfinanzierung von börsen- und nicht börsennotierten

	Unternehmen, Fremd- Innenfinanzierung, Fremd-Außenfinanzierung mit Krediten und Anleihen • Teilbereiche des Rechnungswesens sowie zugehörige Rechengrößen • Adressaten und Ziele des Jahresabschlusses • Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung sowie handelsrechtliche Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften • Anhang, Lagebericht, Eigenkapitalspiegel sowie Kapitalflussrechnung • Kostenartenrechnung mit Istkosten; Betrachtung der wichtigsten Kostenarten • Kostenstellenrechnung mit innerbetrieblicher Leistungsverrechnung • Kostenträgerrechnung: sämtliche Kalkulationsverfahren • Kostenspaltung und Kalkulation auf Basis variabler Kosten • Kurzfristige Entscheidungs- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung	
Workload	Variante a: Präsenzveranstaltung (7 SWS): 105 h Studentische Vor- und Nachbereitung: 105 h Summe: 210 h	Variante b: Präsenzveranstaltung (6 SWS): 90 h Studentische Vor- und Nachbereitung (incl. E-learning Einheiten): 120 h Summe: 210 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Grundlagenveranstaltung zur Buchführung	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Perridon/ Steiner/ Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen, neueste Auflage Zantow/ Dinauer: Finanzwirtschaft des Unternehmens: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, Pearson Studium, neueste Auflage Baetge, Jörg/ Kirsch, Hans-Jürgen/ Thiele, Stefan: Bilanzen, neueste Auflage Buchholz, Rainer: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, neueste Auflage Coenenberg, Adolf Gerhard/ Haller, Axel/ Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, neueste Auflage Jossé, G.: Basiswissen Kostenrechnung, München, neueste Auflage von Lojewski, Ute/ Thalenhorst, Jobst: Kosten- und Erlösrechnung, Berlin, neueste Auflage	

<table>
<tr><td colspan="4">Data Science [MSB.1.0254.0.P]</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prüfung:
[MSB.1.0254.0.P] Data Science</td><td>LV.-Nr.:</td><td>ECTS-Punkte:
5</td></tr>
<tr><td colspan="2">Empfohlene Einordnung:
2. Semester</td><td>Pflichtkennzeichen:
[PF]</td><td>Lehrveranstaltungssprache:
deutsch</td></tr>
<tr><td colspan="2">Modulverantwortung:
Prof. Dr. Reiner Kurzhals</td><td>Modulturnus:
WiSe/ SoSe</td><td>Information zur Anmeldung:</td></tr>
<tr><td colspan="4">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Michael Bücker, Prof. Dr. Reiner Kurzhals</td></tr>
<tr><td>Qualifikationsziele</td><td colspan="3">Die Studierenden können
Standardmethoden der Datenauswertung und Datenbeschreibung (Deskriptive Statistik) überblicken sowie deren Auswahl und Anwendung verstehen,
grundlegende Methoden der Schließenden Statistik einsetzen,
die Grundlagen der Programmiersprache Python verstehen
die praktische Anwendung grundlegender statistischer Verfahren anhand von vorliegenden Daten mit einschlägiger Software (Python) selbständig durchführen und
die Qualität der Ergebnisse von nicht selbständigen statistischen Untersuchungen nachvollziehen und bewerten.</td></tr>
<tr><td>Prüfungsform und -umfang</td><td colspan="3">Klausur (90 Min.)</td></tr>
<tr><td>Lehrform</td><td colspan="3">Vorlesung mit integrierten Übungen
Tutorien, (Teilnahme freiwillig), die als Lernunterstützung gedacht sind, um die Vorlesung zu vertiefen und Grundlagen für die Übung schaffen</td></tr>
<tr><td>Lehrinhalte</td><td colspan="3">Deskriptive Statistik
Statistische Merkmale und statistische Verteilungen
Kennzahlen einer Stichprobe
Zusammenhangsmaße
Schließende Statistik
Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung
Zufallsvariable und Wahrscheinlichkeitsverteilungen
Statistische Schätzverfahren
Statistische Prüfverfahren/Hypothesentests univariat, bivariat und multivariat
Einführung in Python
Benutzung der Bibliotheken pandas, NumPy, Scipy, Scikit-learn, Seaborn, Matplotlib
Benutzung der browser-orientierten Jupyter Umgebung
Durchweg wird die Software Python benutzt, um die Inhalte anschaulich an Datenanalysen zu vermitteln</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td colspan="2">Präsenzveranstaltung (4 SWS):
Studentische Vor- und Nachbereitung:
Summe:</td><td>60 h
90 h
150 h</td></tr>
<tr><td>Inhaltliche Voraussetzungen</td><td colspan="3">Mathematische Grundlagen sind empfehlenswert</td></tr>
</table>

Formale Voraussetzungen	keine
Literaturempfehlungen	R. Kurzhals: Schnellkurs Statistik, 1. Auflage, Wiley Verlag, 2015 Thomas Haslwanter: An Introduction to Statistics with Python, Springer, 2016

VWL I [MSB.1.0278.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0278.0.P] VWL I	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 7
Empfohlene Einordnung: 2. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Jürgen Reckwerth	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Dr. Oliver Fohrmann, Prof. Dr. Nina Michaelis Prof. Dr. Jürgen Reckwerth, Prof. Dr. Manuel Rupprecht		

Qualifikationsziele	Die Studierenden sollen • die wichtigsten Begriffe und Methoden der Mikro- und Makroökonomie verstanden haben und anwenden können, • grundlegende gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge und ihre Bedeutung für Unternehmen erklären können. Dabei beziehen sich die gesamtwirtschaftlichen Zusammenhänge auf: o Wirtschaftsleistung, ihre langfristige Entwicklung und kurzfristige Schwankungen o Geldsektor und Arbeitsmärkte o Internationale Wirtschaftsbeziehungen • die Funktionsweise von Wettbewerbsmärkten und anderen Marktformen verstehen und Veränderungen von Preisen und Absatzmengen durch exogene und endogen Einflüsse vorhersagen können, • die ökonomische Entscheidungsfindung sowohl von Produzenten als auch von Konsumenten verstehen und anwenden können und • in der Vorlesung vermittelte Modelle auf Fragestellungen anwenden und die Ergebnisse kritisch bewerten können.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (120 Min.)	
Lehrform	• Vorlesung • Übungen • Gruppenarbeiten	
Lehrinhalte	• Grundlagen der Makroökonomien (4 SWS) • Grundlagen der Mikroökonomie (2 SWS)	
Workload	Präsenzveranstaltung (6 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	90 h 120 h 210 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Mankiw, G. :Makroökonomie, aktuelle Auflage Mankiw, G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, aktuelle Auflage Krugmann, P./ Wells. R.: Volkswirtschaftslehre, aktuelle Auflage	

SK Studieren lernen [MSB.1.0243.1.P]		
Prüfung [MSB.1.0243.1.P] Studieren lernen	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 1
Empfohlene Einordnung: 1. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Sonja Öhlschlegel	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Informationen zur Anmeldung:** Regelmäßige und aktive Teilnahme erforderlich Anmeldung via MyFH-Prüfungsverwaltung
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Sonja Öhlschlegel, Dr. Jutta Rach, Prof. Dr. Juliane Wolf		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • ihre eigene Studienmotivation unter Hinzuziehen von generellen Einflüssen auf die Lern- bzw. Studienmotivation reflektieren, • Methoden des Selbstmanagements im eigenen Lernprozess anwenden, • mögliche Lernschritte zur Nutzung von Vorlesungen im Lernprozess formulieren und dabei die Notwendigkeiten und Einsatzsituationen von reproduktiven und verständnisorientierten Strategien erkennen, • Strategien zur Auswertung von Texten nutzen und • für das kooperative Lernen förderliche Rahmenbedingungen herstellen.	
Prüfungsform und -umfang	Regelmäßige und aktive Teilnahme an der Veranstaltung „Studieren lernen“	
Lehrform	• Mentoriell begleitete Gruppenarbeit • Seminaristischer Unterricht	
Lehrinhalte	• Studienmotivation • Selbstmanagement im Studium • Lernstrategien, Lerntechniken, Lernblockaden • Kooperatives Lernen	
Workload	Präsenzveranstaltung (0,5 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	6 h 1,5h 7,5 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	Regelmäßige und aktive Teilnahme an der Veranstaltung „Studieren lernen“	
Literaturempfehlungen	Krengel, M.: Golden Rules. Erfolgreich Lernen und Arbeiten: Alles was man braucht, Eazybookz, aktuelle Auflage	

SK Wissenschaftliches Arbeiten I [MSB.1.0243.2.P]		
Prüfung: [MSB.1.0243.2.P] Wissenschaftliches Arbeiten I	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 3
Empfohlene Einordnung: 2. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Christoph Hachtkemper	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Buchmüller, Christoph Hachtkemper, M.A., Dr. Oliver Fohrmann, Prof. Dr. Christian Tallau, Prof. Dr. Olaf Tanto, Prof. Dr. Nora Verfürth, weitere Lehrende		
Qualifikationsziele	Die Studierenden • kennen die Bedeutung wissenschaftstheoretischer Grundlagen für das wissenschaftliche Arbeiten, • können den Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens erläutern und umsetzen, • können grundlegendes wissenschaftliches Handwerkszeug anwenden, • können formale Kriterien an eine wissenschaftliche Arbeit berücksichtigen, • zeigen analytische Fähigkeiten im Umgang mit Texten und können eine kritische Grundhaltung einnehmen und • können Präsentationen und kleinere Arbeiten unter Berücksichtigung der wesentlichen formalen Anforderungen verfassen.	
Prüfungsform und -umfang	Anfertigung einer schriftlichen Hausarbeit: • zu einem vorgegebenen Thema • im Umfang von 4 Seiten • innerhalb eines Zeitraums von grundsätzlich zwei Wochen	
Lehrform	Seminaristischer Unterricht in Gruppen von ca. 25 Teilnehmern.	
Lehrinhalte	• Wissenschaftstheoretische Grundlagen • Kriterien an wissenschaftliche Arbeiten • Schritte zur Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit einschließlich Literaturrecherche, -auswahl und -auswertung.	
Workload	Präsenzveranstaltung (2 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	30 h 60 h 90 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Franck, N./ Stary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens, aktuelle Auflage, Schönigh-Verlag UTB, Paderborn Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Physica-Verlag, Heidelberg, aktuelle Auflage Rossig, E./ Prätsch, J.: Wissenschaftliche Arbeiten, aktuelle Auflage, Printec-Druck & Verlag Theisen: Wissenschaftliches Arbeiten, aktuelle Auflage, Vahlen	

SK Präsentation und Kommunikation [MSB.1.0243.3.V]		
Prüfung: [MSB.1.0243.3.V] SK Präsentation und Kommunikation	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 2
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Dr. Jutta Rach	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:** Infoveranstaltung vor Vorlesungsende
Studierendenbetreuung: Christoph Hachtkemper, M.A., Jennifer Burkart, M.A., Dr. Jutta Rach, Prof. Dr. Sonja Öhlschlegel-Haubrock, Prof. Dr. Juliane Wolf und weitere Lehrende/ Lehrbeauftragte		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • einen längeren Vortrag strukturiert in Teamarbeit innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums ausarbeiten, • einem Publikum Sachinformationen unter Zuhilfenahme gestaltender, strukturierender und rhetorischer Elemente adressatengerecht präsentieren, • Grundzüge der Teamarbeit, und der (digitalen) Kommunikation erläutern, • ihr Lernverhalten in Hinblick auf die Elemente Teamarbeit, Kommunikation und Präsentationsfähigkeit mündlich und schriftlich reflektieren, • Mitstudierenden ein konstruktives Feedback zu deren Präsentationsfähigkeit geben und sind in der Lage mit Feedback von anderen reflektiert umzugehen.	
Prüfungsform und -umfang	• Präsentation im Team (Gesamtzeit ca. 45 Minuten, individuelle Benotung) • „Lessons Learned“-Reflexionsbericht (Prüfungselement, unbenotet)	
Lehrform	Seminar mit hohem Übungsanteil (Präsentationen, Reflexionsphasen) und angeleitetem Selbststudium	
Lehrinhalte	Grundlagen der: • (Digitalen) Kommunikation • Präsentationstechnik (Umgang mit Präsentationssoftware) • Vortragstechnik in digitalen Umgebungen • Grundlagen der Teamarbeit	
Workload	Präsenzveranstaltung (2 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	30 h 30 h 60 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Literatur wird im Seminar ausgegeben	

SK Berufsspezifische Kompetenzen [MSB.1.0243.4.P]		
Prüfung: [MSB.1.0243.4.P] SK Berufsspezifische Kompetenzen	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 2
Empfohlene Einordnung: 5./6. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Appelfeller	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:** Vorstellung des Angebots in Infoveranstaltung zum Modul
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller, Prof. Dr. Olaf Arlinghaus, Prof. Dr. Carsten Feldmann, Dr. Tobias Kesting, Prof. Dr. Roland Multhaup, Prof. Dr. Tanto, Prof. Dr. Dirk Thoms-Meyer, Andreas Schulte-Werning und wechselnde Lehrbeauftragte		
Qualifikationsziele	Die Studierenden können in berufsbezogenen Situationen adäquat handeln. Hierzu vertiefen Sie aus anderen SK Veranstaltungen erworbene Kompetenzen. Die Feinziele richten sich nach dem jeweiligen Seminarangebot.	
Prüfungsform und -umfang	Abhängig vom jeweiligen Angebot: Klausur und/ oder Präsentation, ggf. weitere Prüfungsformen	
Lehrform	Seminar als Blockveranstaltung in kleinen Gruppen	
Lehrinhalte	Erwerb von Schlüsselkompetenzen insbesondere für spezielle Berufsbilder: • Moderationskompetenz • Team-, Konfliktfähigkeit • Selbstmanagement • Kommunikationsfähigkeit • Problemlösefähigkeit Weitere Inhalte abhängig vom Seminarangebot	
Workload	Präsenzveranstaltung (2 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	30 h 30 h 60 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	abhängig vom konkreten Angebot	

SK Soziale Verantwortung [MSB.1.0243.5.P]		
Prüfung: [MSB.1.0243.5.P] SK Soziale Verantwortung	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 2
Empfohlene Einordnung: 5./6. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nina Michaelis	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:** Vorstellung des Angebots in Infoveranstaltung zum Modul

Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Nina Michaelis, Dr. Petra Michel-Fabian, Prof. Dr. Reckwerth, Prof. Dr. Georg Siedenbiedel und wechselnde Lehrende/ Lehrbeauftragte		
Qualifikationsziele	Die Studierenden können • die soziale Verantwortung von Unternehmen reflektiert erläutern und • einen Teilaspekt der sozialen Verantwortung unternehmerischer Tätigkeit differenziert präsentieren und diskutieren.	
Prüfungsform und -umfang	Präsentation (100%) oder Hausarbeit / Präsentation (50 /50)(wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben)	
Lehrform	Seminar als Blockveranstaltung	
Lehrinhalte	Aktuelle Themen sozialer Verantwortung von Unternehmen (z.B. Armut, Mikrokredite, Geldsystem, ethische Verantwortung, demografischer Wandel, Corporate Social Responsibility,…)	
Workload	Präsenzveranstaltung (1,5 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	23 h 37 h 60 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Grundlagen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Geben die Dozenten/ Lehrbeauftragten rechtzeitig vor Beginn der Veranstaltung bekannt	

SK Wissenschaftliches Arbeiten II [MSB.1.0243.6.P]		
Prüfung: [MSB.1.0243.6.P] SK Wissenschaftliches Arbeiten II	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 2
Empfohlene Einordnung: 5./6. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:** Vorstellung des Angebots in Infoveranstaltung zum Modul
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller, Prof. Dr. Carsten Feldmann, Prof. Dr. Tobias Kesting, Kai Kindsgrab, M.Sc.		
Qualifikationsziele	Die Studierenden können • das für die Erstellung größerer wissenschaftlicher Arbeiten (Seminararbeiten, Transfermodul, Bachelor-Thesis) notwendige wissenschaftliche Handwerkszeug anwenden, • den Prozess zur Erstellung größerer wissenschaftlicher Arbeiten darstellen und umsetzen, • fachspezifische Besonderheiten bei der Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten berücksichtigen, • schriftlich und mündlich logisch nachvollziehbar argumentieren, • eigene und fremde Aussagen kritisch reflektieren und • analytisch denken und abstrahieren.	
Prüfungsform und -umfang	• Präsentation / Klausur (50 %/50% der Modulnote)	
Lehrform	• Vorlesung • Schreibtutorien mit Bibliotheksschulung (fortgeschrittene Literaturrecherche und zum Arbeiten mit Journal-Artikeln/ engl. Literatur) • Übungen	
Lehrinhalte	• Umgang mit und Formulierung von Problem-/Fragestellung • Struktur, Gliederung und Elemente einer wiss. Arbeit • Literaturrecherche • Wissenschaftliches Projektmanagement bei der Bachelorthesis • Wissenschaftliches Schreiben: Formulieren und Argumentieren • Mathematische Aussagenlogik • Herleitung sinnvoller Definitionen • Pyramidenprinzip incl. Deduktion und Induktion • MECE, ggf. incl morphologischer Kasten • Belastbare Argumentationstechniken und Schlussfolgerungen • Problem, Ursache, Wirkung	
Workload	Präsenzveranstaltung (1,5 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	23 h 37 h 60 h
Inhaltliche Voraussetzungen	SK Wissenschaftliches Arbeiten I	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Winter; Wolfgang: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben, aktuelle Auflage, München (Achtung: Für die schriftliche Ausarbeitung sind	

	zusätzlich die individuellen Formalia, z.B. für die Zitierweise, der betreuenden Hochschullehrer zu beachten.) Minto, Barbara: Das Pyramidenprinzip, München, aktuelle Auflage.

<table>
<tr><td colspan="3">Unternehmensführung TP 1 [MSB.1.0268.1.P]</td></tr>
<tr><td>Prüfung:
[MSB.1.0268.1.P]
Unternehmensführung TP 1</td><td>LV.-Nr.:
B30101, B30201</td><td>ECTS-Punkte:
6</td></tr>
<tr><td>Empfohlene Einordnung:
3. Semester</td><td>Pflichtkennzeichen:
[PF]</td><td>Lehrveranstaltungssprache:
Deutsch und Englisch (Projektmanagement parallel in Deutsch und Englisch angeboten)</td></tr>
<tr><td>Modulverantwortung:
Prof. Dr. Carsten Feldmann</td><td>Modulturnus:
WiSe/ SoSe</td><td>Information zur Anmeldung:</td></tr>
<tr><td colspan="3">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Olaf Arlinghaus, Prof. Dr. Carsten Feldmann</td></tr>
<tr><td>Qualifikationsziele</td><td colspan="2">Das Modul besteht aus den beiden Lehrveranstaltungen
(I) Strategisches Management und (II) Projektmanagement.

I. Strategisches Management
Fachkompetenzen:
• Erwerb von Grundlagenwissen in den fächerübergreifenden Themengebieten des Strategischen Managements
• Erkennen der Zusammenhänge zwischen Unternehmensstrategie und der operativen Umsetzung in den Unternehmensbereichen
• Erwerb von Kenntnissen, wie eine Umsetzung von Strategien in Unternehmen realisiert werden kann
Methodenkompetenzen:
• Fähigkeit, strategische Problemstellungen zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten
• Fähigkeit, die Grundlagen des Strategischen Managements anwenden zu können
Diese Lehrveranstaltung setzt sich zum Ziel, einen Überblick über strategische Instrumente zu geben und beleuchtet dabei die Vorgehensweise bei der Erstellung einer Strategie ebenso, wie den Prozess der Implementierung. Diese Kenntnisse sind von elementarer Bedeutung um sich somit frühzeitig mit den Anforderungen und Aufgabenfeldern einer potentiellen späteren internationalen Berufstätigkeit auseinanderzusetzen.

II. Projektmanagement
Die Studierenden sollen nach dem Besuch der Veranstaltung...
• alle wichtigen Projektmanagementprozesse erklären und in Projekten umsetzen können sowie
• alle wichtigen und in der Praxis gängigen Projektmanagementtools zur Steuerung und zum Management von Projekte einsetzen können.</td></tr>
<tr><td>Prüfungsform und -umfang</td><td colspan="2">Klausur (90 Min.) - Klausurteil Projektmanagement kann optional in Englisch geschrieben werden</td></tr>
<tr><td>Lehrform</td><td colspan="2">• Vorlesung
• Seminaristischer Unterricht
• Übungen, Fallstudien, Präsentationen
• Angeleitetes Selbststudium zusätzlicher Literatur</td></tr>
</table>

Lehrinhalte	**Strategisches Management**
	• Einleitung
	• Vision und Ziele
	• Strategische Planung
	• Analyse und Diagnose
	
	Mergers & Acquisitions
	• Trends und Ziele
	• Verlauf/ Beispiel
	• Fallstricke und erfolgreiche Integration
	
	Projektmanagement
	• Definition Projekte und Projektmanagement
	• Projektmanagement-Prozessgruppen
	  ○ Initiierung und Planung
	  ○ Durchführung, Controlling und Abschluss
	• Projektmanagement Wissensgebiete
	  ○ Projektintegration, Scope und Qualitätsmanagement
	  ○ Kostencontrolling und Zeitmanagement in Projekten
	  ○ Risikomanagement in Projekten
	  ○ Personal und Kommunikationsmanagement
	  ○ Stakeholder Management	

Workload	Präsenzveranstaltungen (2 x 2 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 120 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	• Grundkenntnisse von betriebswirtschaftlichen Abläufen im Unternehmen • Grundlegende Englischkenntnisse für Projektmanagement in Englisch	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	**Strategisches Management:** Hungenberg, H. (2011): Strategisches Management in Unternehmen: Ziele, Prozesse, Verfahren, 8. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden Johnson, G./ Scholes, K. (2011): Strategisches Management - Eine Einführung: Anaylse, Entscheidung und Umsetzung, 9. Auflage, Pearson Balz, Ulrich/ Arlinghaus, Olaf (Hrsg.) (2013): Praxisbuch Mergers & Acquisitions, Verlag Moderne Industrie/ Edition Manager Magazin, 3. Auflage **Projektmanagement:** Project Management Institute: Guide to the Project Management Body of Knowledge – PMBoK, Current Edition, PMI Andler, Nicolai: Tools for Project Management, Workshops and Consulting: A Must-Have Compendium for Essential Tools and Techniques, current edition, Publicis Publishing	

Unternehmensführung TP2 [MSB.1.0268.2.P]		
Prüfung: [MSB.1.0268.2.P] Unternehmensführung TP2	**LV.-Nr.:** B40201	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Benjamin Matthies	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller, Prof. Dr. Frank Dellmann, Prof. Dr. Michael Dircksen, Prof. Dr. Christiane Fühner, Prof. Dr. Thorsten Kliewe, Prof. Dr. Benjamin Matthies, André Perusso, Ph.D, Prof. Dr. Martin Schreiber, Prof. Dr. Klaus Schulte, Prof. Dr. Dirk Thoms-Meyer, Lehrbeauftragte		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • erlernen unternehmerisches Denken, Planen und Handeln anhand von Planspielen, Fallstudien oder projekthaften Aufgabenstellungen, • erkennen und berücksichtigen Zusammenhänge und Abhängigkeiten zwischen unterschiedlichen unternehmerischen Erfolgsfaktoren und berücksichtigen diese in ihren Tätigkeiten und Entscheidungen, • wenden problemorientierte Methoden und Verfahren zur Lösung der Aufgabenstellungen an und organisieren deren Umsetzung (Ablauf, Aufgabenverteilung, etc.) eigenständig und • können die erarbeiteten Ergebnisse in Form von Vorträgen, Projektberichten etc. darstellen und vertreten.	
Prüfungsform und -umfang	Präsentationen, Vorträge, Projektberichte, Planspielergebnisse (Prüfungsformen werden für jede Veranstaltung aufgabenbezogen festgelegt)	
Lehrform	• Planspiel • Fallstudien • Projekthafte Aufgabenstellungen	
Lehrinhalte	• Planspiel TOPSIM Euro o Marktgerechte Weiterentwicklung des angebotenen Produktes o (Waschmaschine) o Preisgestaltung, Werbung, Vertriebssteuerung o Kapazitätsentenscheidungen, Rationalisierungsmaßnahmen, o Personaldisposition, Beschaffung • Wechselnde Themen in Form von Fallstudien und Projektarbeiten werden von den Dozenten vor Semesterbeginn beschrieben und vorgestellt	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 120 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	werden individuell je Veranstaltung veröffentlicht	

Business English [MSB.1.0073.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0073.0.P] Business English	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** englisch
Modulverantwortung: Cathrin Ruppe, MA	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Informationen zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Cathrin Ruppe, MA, Ruth Gorbing, M.A., Sarah McCarthy und Lehrbeauftragte		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • längere, komplexe Fachtexte verstehen und ihnen Global- und Einzelaussagen entnehmen, • ihre persönliche Meinung plausibel und differenziert darlegen, • sich an inhaltlich anspruchsvollen Gesprächen, Diskussionen und Debatten aktiv und kommunikativ wirksam beteiligen, • sinnvoll strukturierte Präsentationen sprachlich flüssig und unter Berücksichtigung der jeweiligen (internationalen) Zielgruppen halten und • Standardschriftstücke (u.a. Reports, Korrespondenz) nach landesüblichen Gepflogenheiten selbstständig verfassen.	
Prüfungsform und -umfang	• Studienbegleitende Leistungsüberprüfung: 50 % der Modulnote (30% schriftliche Hausaufgaben und 20 % Präsentation) • Klausur (120 Min.): 50% der Modulnote • Verpflichtende regelmäßige und aktive Teilnahme an der Lehrveranstaltung „Business English Communication“	
Lehrform	• Präsenzlehre/ Seminaristischer Unterricht • Übungsaufgaben • Lernen in Kleingruppen inklusive Präsentation • Blended Learning • Selbststudium	
Lehrinhalte	• Marketing und Markenpositionierung • Finanzierung • Organisation und Operations Management • Personalmanagement • Internationaler Handel • Interkulturelle Kompetenzen und Kommunikation	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 120 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf B2-Niveau (Nachweis durch Einstufungstest oder erfolgreich abgeschlossenes BER Modul)	
Formale Voraussetzungen	Regelmäßige und aktive Teilnahme an der Lehrveranstaltung „Business English Communication“	
Literaturempfehlungen	Cotton, David/ Falvey, David/ Kent, Simon: Market Leader. Intermediate Business English Course Book, current Edition Harlow: Pearson Education Limited	

Finanzwirtschaftliche Grundlagen der Unternehmensführung [MSB.1.0128.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0128.0.P] Finanzwirtschaftliche Grundlagen der Unternehmensführung	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch, englisch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Christian Tallau	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Ulrich Balz, Prof. Dr. Christian Tallau, André Perusso, Ph.D, Prof. Dr. Juliane Wolf		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • Unternehmen auf Basis von Cashflow-orientierten Kennzahlen analysieren, • integrierte Finanzplanungen erstellen, • den operativen Risikomanagement-Prozess in seinen wesentlichen Komponenten beschreiben, • Defizite und Vorzüge alternativer finanzieller Zielsetzungen erörtern, • Investitionsentscheidungen unter den Bedingungen des unvollkommenen Kapitalmarkts treffen und • Portfoliotheorie und CAPM als theoretische Modelle zur Berechnung von risikoadjustierten Eigenkapitalkosten erläutern und einsetzen.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (90 Min.)	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht mit Übungen • Fallstudien	
Lehrinhalte	• Kapitalflussrechnungen und Working Capital • Integrierte Finanzplanungen • Risikomanagement-Prozess (Risikoidentifikation, Risikobewertung, Risikoberichterstattung, Risikosteuerung, Risikoüberwachung) • Finanzielle Ziele • Investitionsrechnung mit Kapitalrationierung, Steuern und Risiko • Portfoliotheorie und CAPM	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	45 h 135 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	• Grundlagenveranstaltung zum Rechnungswesen • Grundlagenveranstaltung zu Investition und Finanzierung	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Perridon/ Steiner/ Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München, ab 12. Aufl. Vanini: Risikomanagement: Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis, Stuttgart, aktuelle Auflage Brealey/ Myers/ Allen (BMA): Principles of Corporate Finance, Global Edition, 10th ed., 2011	

Grundlagen Prozessmanagement und ERP-Systeme [MSB.1.0138.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0138.0.P] Grundlagen Prozess-management und ERP-Systeme	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. W. Appelfeller, Prof. Dr. C. Feldmann, Prof. Dr. J. Nonhoff		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • den Bedarf nach Prozessorientierung erklären und prozessorientierte Unternehmen von anderen Unternehmen unterscheiden, • grundlegende Bestandteile des Prozessmanagements unterscheiden, erklären und in Beziehung setzen, • Prozesse modellieren, analysieren und insbesondere ERP-basiert optimieren, • Aufbau, Funktionsweise und Charakteristika von ERP Systemen erklären, • Prozessmanagement und ERP-Systeme in Beziehung setzen und hierzu ausgewählte Prozesse am System nachvollziehen und testen.	
Prüfungsform und -umfang	• Klausur (90 Min.): 75 % der Modulnote • Gruppenvortrag zu einer bearbeiteten Fallstudie (Etwa 20-30 Minuten pro Person): 25 % der Modulnote	
Lehrform	• Vorlesung • Fallstudienbearbeitung in Kleingruppen • Präsentation der Fallstudienergebnisse durch Studierende • Arbeiten an einem ERP-System	
Lehrinhalte	• System des Geschäftsprozessmanagements als Bezugsrahmen • Analysieren, modellieren und optimieren von Geschäftsprozessen • Bedeutung von ERP-Systemen für das Geschäftsprozessmanagement • Aufbau, Funktionsweise und Charakteristika von ERP Systemen • ERP-Systeme für Unternehmen unterschiedlicher Größe • Praktisches Arbeiten an unterschiedlichen ERP-Systemen	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 120 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Fischermanns, Guido: Praxishandbuch Prozessmanagement, aktuelle Auflage, Gießen Gronau, Norbert: Enterprise Resource Planning: Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen, München, aktuelle Auflage Schmelzer, Hermann J./ Sesselmann, Wolfgang: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, aktuelle Auflage, München	

Logistik [MSB.1.0177.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0177.0.P] Logistik	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch, englisch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Michael Dircksen	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Michael Dircksen		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • können die wesentlichen Begriffe der Logistik definieren und verwenden sowie die unterschiedlichen Ziele der Logistik erläutern, • benennen aktuelle Entwicklungen / Rahmenbedingungen und leiten deren Auswirkungen auf die Logistik ab, • können die traditionellen logistischen Aufgaben und die damit verbundenen Logistiksysteme in den einzelnen Phasen des Wertschöpfungsprozesses (Beschaffung, Produktion, Distribution und Entsorgung) erläutern und voneinander abgrenzen, • sind in der Lage logistische Fragestellungen zu untersuchen, bestehende Konzepte kritisch zu hinterfragen sowie neue Lösungskonzepte zu gestalten, • stellen ihre Lösungsvorschläge verständlich dar und verteidigen diese argumentativ in der Diskussion mit Vorgesetzten bzw. Kunden und • organisieren selbständig die Fallstudienbearbeitung in einem Team (ggf. mit internationaler Besetzung).	
Prüfungsform und -umfang	Open Book in Präsenz	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Fallstudien (ggf. Exkursion)	
Lehrinhalte	• Strategische Planung von Logistiksystemen • Erweiterte TUL-Logistik unterteilt nach dem Supply Chain Operations Reference-Modell in Beschaffung, Produktion, Distribution und Entsorgung / Rückführung • Aktuelle Trends in der Logistik • Ziele der Logistik	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Fallstudienbearbeitung: Summe:	60 h 100 h 20 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Inhalte des Grundlagenmoduls „Betriebswirtschaftliche Primärprozesse“	
Formale Voraussetzungen	Keine	
Literaturempfehlungen	Schulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, aktuelle Auflage, München Gleißner/ Femerling: Logistik, 2. akt. u. erw. Aufl., Wiesbaden 2013 Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme, aktuelle Auflage., Berlin/ Heidelberg Werner, H.: Supply Chain Management, aktuelle Aufl., Wiesbaden	

<table>
<tr><td colspan="4">Marketing [MSB.1.0184.0.P]</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prüfung:
[MSB.1.0184.0.P] Marketing</td><td>LV.-Nr.:</td><td>ECTS-Punkte:
6</td></tr>
<tr><td colspan="2">Empfohlene Einordnung:
3./4. Semester</td><td>Pflichtkennzeichen:
[WPF]</td><td>Lehrveranstaltungssprache:
deutsch</td></tr>
<tr><td colspan="2">Modulverantwortung:
Prof. Dr. Ralf Schengber</td><td>Modulturnus:
WiSe/ SoSe</td><td>Information zur Anmeldung:</td></tr>
<tr><td colspan="4">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Carmen-Maria Albrecht, Hartmut Günther, M. A. (Lehrbeauftragter für Marktforschung), Prof. Dr. Ralf Schengber;</td></tr>
<tr><td>Qualifikationsziele</td><td colspan="3">Die Teilnehmer der Veranstaltung Marktforschung…
können Fachbegriffe der Marktforschung erklären und voneinander abgrenzen,
können die grundlegende Methoden der Primär- und Sekundär-forschung beschreiben und einen Anwendungsbezug herstellen,
können den idealtypischen Ablauf des Marktforschungsprozesses beschreiben und auf konkrete Anwendungsfälle übertragen. Die fünf Prozessphasen „Identifikation des Informationsbedarfs“, „Erhebung“, „Analyse“, „Interpretation“ und „Entscheidung“ können anhand von Beispielen inhaltlich präzisiert werden,
sind befähigt, durch vertieftes Wissen in ausgewählten Analyse-verfahren grundlegende Zusammenhänge anschaulich darzulegen (z. B. Conjoint Analyse),
kennen die Normen des Standesrechtes (IHK/ESOMAR) und können diese auf konkrete Fälle anwenden. Mögliche wettbewerbsrechtliche Konsequenzen von Verstößen gegen diese Normen können aufgezeigt werden.
Die Teilnehmer der Veranstaltung Käuferverhalten…
kennen die Grundzüge und Erklärungsansätze des Käuferverhaltens von Konsumenten und Unternehmen.</td></tr>
<tr><td>Prüfungsform und -umfang</td><td colspan="3">Klausur (90 Min.):
Teil Marktforschung (50 Punkte)
Teil Käuferverhalten (50 Punkte)</td></tr>
<tr><td>Lehrform</td><td colspan="3">Vorlesung</td></tr>
<tr><td>Lehrinhalte</td><td colspan="3">Marktforschung
(fachliche Grundlagen, Standesrecht der Marktforscher IHK/ESOMAR, ausgewählte Methoden der apparativen Marktforschung, Conjoint Measurement, Grundsätze der Fragebogenentwicklung, Konsumentenforschung und Testmärkte)
Käuferverhalten
(Kaufverhalten von Konsumenten, Kaufentscheidungstypen und Kaufobjekte, Kaufprozess, Käufertypologien, Kaufverhalten von Unternehmen, Kaufphasen, Klassifizierung der Geschäftsarten, Buying Center Analyse)</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td colspan="2">Präsenzveranstaltung (4 SWS):
Studentische Vor- und Nachbereitung:
Summe:</td><td>60 h
120 h
180 h</td></tr>
<tr><td>Inhaltliche Voraussetzungen</td><td colspan="3">Grundlagen des Marketing</td></tr>
</table>

Formale Voraussetzungen	keine
Literaturempfehlungen	Weis/ Steinmetz, aktuelle Auflage: Marktforschung Backhaus/ Erichson/ Plinke/ Weiber, aktuelle Auflage: Multivariate Analysemethoden Kroeber-Riehl/ Gröppel-Klein, aktuelle Auflage: Konsumentenverhalten Backhaus, Aktuelle Auflage: Industriegütermarketing

Personalmanagement/ Organizational Behaviour [MSB.1.0208.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0208.0.P] Personalmanagement / Organizational Behaviour	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Jansen	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Thomas Jansen, Prof. Dr. Annette Nagel		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • den Einfluss des Personalmanagements auf den Unternehmenserfolg systematisch darstellen und begründen, • Maßnahmen und Instrumente der Unternehmensführung zur Steuerung des Mitarbeiterverhaltens auf Individual-, Gruppen- und Organisationsebene analysieren und bewerten, • Gruppen auf der Basis verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse strukturieren und Gruppenprozesse managen und • Ansätze zur Motivation von Individuen, zur Beeinflussung von Werthaltungen und Einstellungen sowie zur Optimierung von Entscheidungen analysieren und im Hinblick auf den Einsatz bei der Erfüllung von Managementaufgaben bewerten.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (90 Min.): 65% (Jansen); 90% (Nagel) der Note Assignment/ wissenschaftliche Hausarbeit: 35% (Jansen); 10% (Nagel) der Note	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Fallstudien/ Gruppenarbeit • Moderierte Kompetenzerschließung und Wissensverarbeitung	
Lehrinhalte	• Zusammenhang von Personalmanagement und Unternehmenserfolg • Unternehmenspolitik und Performance Management • Management von Gruppen • Management von Individuen	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 120 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	werden jeweils im Rahmen der Veranstaltung gegeben	

Advanced Analytics [MSB.1.0228.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0228.0.P] Advanced Analytics	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Anja Stumpf	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Dr. Nina Büchel, Prof. Dr. Michael Bücker, Prof. Dr. Christiane Fühner, Prof. Dr. Reiner Kurzhals, Prof. Dr. Anja Stumpf		

Qualifikationsziele	Die Studierenden sollen • vertieft über theoretische und praktische Kenntnisse von Planungs- und Entscheidungstechniken verfügen, • in der Lage sein, zum Einsatz der genannten quantitativen Methoden geeignete Operations Research Software einzusetzen, • statistische Verfahren in der Programmiersprache R durchführen und die Ergebnisse visualisieren und interpretieren können • in Gruppenarbeit eigene Übungsaufgaben zu den einzelnen Lehrinhalten konzipieren und Teile davon präsentieren können	
Prüfungsform und -umfang	Klausur/ ILIAS-Test (60 Min.): 30% der Modulnote Hausarbeiten/ Fallstudien: 70% der Modulnote	
Lehrform	• Vorlesung/ Übung • Seminaristischer Unterricht mit einem hohen Anteil an Fallstudien, Projekten und praktischen Übungen mit Computer-Einsatz	
Lehrinhalte	• Einführung in Operations Research o Grundlagen des Operations Research o Entscheidungstheorie o Lineare Optimierung o Netzplantechnik • Statistische Tools und Methoden o Deskriptive Analyse o Data Frames und Data Tables o Statistische Tests o Lineare Regression	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	45 h 135 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Domschke, W.; Drexl, A.: Einführung in Operations Research, aktuelle Auflage, Springer Gabler Verlag, Berlin, Heidelberg, New York	

Rechnungswesen [MSB.1.0232.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0232.0.P] Rechnungswesen	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Martin Schreiber	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Benjamin Matthies, Prof. Dr. Holger Pooten, Prof. Dr. Martin Schreiber, Prof. Dr. Klaus Schulte		

Qualifikationsziele	Die Studierenden sollen mit den Möglichkeiten einer entscheidungs-orientierten Informationsverarbeitung und -vermittlung im Hinblick auf externe und interne Adressaten vertraut sein. Die Studierenden sollen: • nach dem HGB bestehende Bilanzierungswahlrechte und Ermessensspielräume erkennen und entscheidungsorientiert im Rahmen bilanzpolitischer Ziele nutzen können, • Möglichkeiten und Grenzen der Bilanzpolitik nach HGB erkennen, • die wesentlichen Grundlagen der kennzahlengestützten Bilanzanalyse kennen, • die wesentlichen Bereiche einer Kennzahlenanalyse kennen lernen, • Entscheidungen der Unternehmensführung mit Hilfe der Daten der Kostenrechnung vorbereiten und beurteilen können und • angemessene Kostenrechnungssysteme für nahezu alle Praxisfälle entwickeln können.
Prüfungsform und -umfang	Klausur (90 Min.)
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Lernteamcoaching • Fallstudienbearbeitung und Übungseinheiten

Lehrinhalte	Bilanzpolitik und Bilanzanalyse
	• Bilanzpolitische Ziele
	• Beurteilungskriterien bilanzpolitischer Instrumente
	• Bilanzpolitische Instrumente der Sachverhaltsgestaltung und -darstellung sowie der Gewinnverwendungspolitik
	• Grundlagen der kennzahlengestützten Jahresabschlussanalyse
	
	Kostenrechnung II
	• Differenzierte Vollkostenrechnung (Prozesskostenrechnung)
	• Differenzierte Teilkostenrechnung mit gestufter Deckungsbeitragsrechnung
	• Plankostenrechnung und Abweichungsanalysen
	  ○ Starre Plankostenrechnung
	  ○ Flexible Plankostenrechnung auf Vollkostenbasis
	  ○ Grenzplankostenrechnung (Flexible Plankostenrechnung auf Teilkostenbasis)
	• Internationale Ansätze bei der Gestaltung von Kostenrechnungssystemen (z. B. Standard Cost Accounting)

Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 120 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Einschlägige Kenntnisse aus dem Grundmodul Finanzwirtschaftliche Betriebswirtschaftslehre II	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Coenenberg/ Haller/ Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage Freidank/ Velte: Rechnungslegung und Rechnungslegungspolitik, aktuelle Auflage Friedl/ Hofmann/ Pedell, B.: Kostenrechnung, aktuelle Auflage	

Steuern [MSB.1.0257.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0257.0.P] Steuern	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Olaf Tanto	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Olaf Tanto		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • kennen die Grundsätze der Bilanzierung und Bewertung von Wirtschaftsgütern in der **Steuerbilanz** und wichtige Unterschiede zur Handelsbilanz, • können Gestaltungsspielräume in der steuerlichen Gewinnermittlung erkennen und zielorientiert nutzen, • erläutern das europäische **Umsatzsteuer**system der Allphasen-Nettoumsatzsteuer mit Vorsteuerabzug und • können reale Lieferungs- und Leistungsbeziehungen auf ihre umsatzsteuerliche Relevanz beurteilen.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (90 Min.)	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht mit zahlreichen Beispielen • Übungsfälle, Fallstudien	
Lehrinhalte	• Steuerliche Gewinnermittlung, insbesondere Steuerbilanzen (Gewinnermittlungsarten, Maßgeblichkeitsgrundsatz, Unterschiede zwischen HBil und StBil, Umfang des Betriebsvermögens, Bilanzierung und Bewertung aktiver und passiver Wirtschaftsgüter) [23 Kontaktstunden] • Verkehrssteuern, insbesondere Umsatzsteuer (Steuergegenstand, Ortsbestimmung bei Lieferungen und Leistungen, Steuerbefreiungen, Steuerverfahren und EU-Regelungen) [23 Kontaktstunden]	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 120 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Inhalte aus „Finanzwirtschaftliche BWL I + II“	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Steuergesetze (und auszugsweise Steuerrichtlinien) + Lehrbücher (alt.): **Steuerbilanzen:** Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen II Maus, G.: Bilanzsteuerrecht Koltermann, J.: Fallsammlung Bilanzsteuerrecht **Umsatzsteuer:** Bornhofen, M.: Steuerlehre 1 + Übungsbuch Walkenhorst, J.: Umsatzsteuer + Fallsammlung Umsatzsteuer Im Übrigen wird auf aktuelle Literaturempfehlungen der Dozenten verwiesen.	

Wirtschaftsrecht II [MSB.1.0339.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0339.0.P] Wirtschaftsrecht II	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Rainer Herzog	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Rainer Herzog		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • sollen in der Lage sein, einfache bis mittelschwere Fälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht sachgerecht lösen zu können, • sollen die Fähigkeit erwerben, in der Praxis die juristische Relevanz von Sachverhalten zu erkennen und entsprechend zu handeln und • sollen ihr Verständnis für das Recht und die Gesetze weiterentwickeln und lernen, mit dem Gesetz zu arbeiten.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (90 Min.)	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht. • Übungen • Gruppenarbeit	
Lehrinhalte	• Grundlagen des Handelsrecht • Grundlagen des Gesellschaftsrechts	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS) Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 120 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Gute Kenntnisse des BGB: • Allgemeiner Teil • Schuldrecht • Grundkenntnisse des Sachenrechts	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Führich: Wirtschaftsprivatrecht, Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, aktuelle Aufl., Vahlen: München Klunzinger, Eugen: Grundzüge des Gesellschaftsrechts, aktuelle Aufl., Vahlen: München Mehrings: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, aktuelle Aufl., Vahlen, München Teichmann, Arthur: Handelsrecht. Aktuelle Aufl., Baden-Baden	

VWL II: Globalisierung und Europäische Integration [MSB.1.0279.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0279.0.P] VWL II: Globalisierung und Europäische Integration	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Jürgen Reckwerth	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Nina Michaelis Prof. Dr. Jürgen Reckwerth, Prof. Dr. Manuel Rupprecht		

Qualifikationsziele	Die Studierenden sollen • die Funktionsweise der Globalisierung und der Europäischen Integration verstehen und deren Auswirkungen auf unternehmerische Entscheidungen abschätzen können, • Grundbegriffe und -konzepte der internationalen Wirtschaftsanalyse und Integrationstheorie verstehen und anwenden können, insbesondere auch einfache Modelle der Handelstheorie beschreiben und anwenden können, • die erlernten Zusammenhänge auf aktuelle wirtschaftspolitische Fragestellungen und Probleme umsetzen können und • komplexe volkswirtschaftliche Themen mit Hilfestellung im Team vorbereiten, präsentieren und diskutieren können.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (90 Min.): 70 % der Modulnote Präsentation: 25 % der Modulnote Fragen zu Assignments: 5 % der Modulnote	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Übungen • Gruppenarbeiten • Präsentation mit Diskussionsrunde	
Lehrinhalte	• Grundlagen der Handels- und Integrationstheorie und der Wechselkursanalyse • Ausgewählte Aspekte der Globalisierung (Institutionen, Auswirkungen, Entwicklungsländer, Probleme, Finanzkrise, ...) • Institutionen und Politikbereiche der EU	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	45 h 135 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	siehe Vorlesungsunterlagen	

Nachhaltiges Wirtschaften – Volks- und betriebswirtschaftliche Grundlagen [MSB.1.0201.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0201.0.P] Nachhaltiges Wirtschaften	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 6
Empfohlene Einordnung: 3./4. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Nina Michaelis	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:** Platzvergabe über MyFH-Portal
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Bert Kiel, Prof. Dr. Nina Michaelis		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen sowie die notwendigen gesellschaftlichen und wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung diskutieren, • dem betriebswirtschaftlichen Prozess übergeordnete, komplexe Fragestellungen erläutern und sich differenziert an Diskussionen zu diesen Themen beteiligen, • konkrete unternehmerische Ansatzpunkte für Nachhaltiges Wirtschaften darstellen und sind in der Lage, diese zu bewerten und • erlerntes Wissen zum Nachhaltigen Wirtschaften in Fallstudien et al. anwenden.	
Prüfungsform und -umfang	Mündliche Prüfung: 60 % der Modulprüfung Sonstige Leistung (Präsentationen, Fallstudien, Simulationen, Planspiele): 40 % der Modulprüfung	
Lehrform	• Vorlesung • Seminaristischer Unterricht • Fallstudien • Simulationen • Planspiele	
Lehrinhalte	• Nachhaltigkeit als komplexe Herausforderung für alle gesellschaftlichen Akteure • Nachhaltigkeit in der ökonomischen Theorie • Die Rolle des Staates, der Konsumenten und der Unternehmen bei der Umsetzung eines nachhaltigen Wirtschaftssystems • Konkrete Instrumente zur Umsetzung einer nachhaltigen Wirtschaftsweise	
Workload	Präsenzveranstaltung (4 SWS) Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	60 h 120 h 180 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Grundlagen der Volks- und Betriebswirtschaftslehre	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Molthan-Hill, P. (2014): The Business Student´s Guide to Sustainable Management Rogall, H. (2012): Nachhaltige Ökonomie – Ökonomische Theorie und Praxis einer nachhaltigen Entwicklung, 2. Auflage, Marburg	

Advanced Organisation Design [MSB.1.0378.0.P]		
Examination Advanced Organisation Design [MSB.1.0378.0.P]	**Course No.**	**ECTS credits:** 12
Recommended Classification: 5th /6th/7th semester	**Compulsary mark:** [WPF]	**Language of instruction:** German
Module Leader: Prof. Dr. Wolfgang Buchholz	**Module frequency:** WiSe/ SoSe	**How to register:**
Student support: Prof. Dr. Wieland Appelfeller, Prof. Dr. Wolfgang Buchholz, Prof. Dr. Carsten Feldmann, Prof. Dr. Marcus Laumann, Prof. Dr. Jürgen Nonhoff		

Learning Outcomes	The students can • derive, explain and apply practically relevant concepts in the areas of Corporate organization, Governance modes, Process modelling, Process standardization and Quality management. • explain and apply selected tools for Quality, Innovation and Project management. • explain and apply selected tools for modelling business processes and • derive the role of IT-support for Process standardisation based on examples.	
Type and length of examination	• Written exam (60 min.): 62,5 % of module grade • Case study presentation: 37,5 % of module grade	
Teaching format	• Lecture • Case study work, Case study presentation • Guest lecturers	
Teaching content	• Strategy and Corporate Organisation • Process Standardisation and Supporting IT-Systems • Quality Management & Tools for Advanced Organisation Design • Advanced Business Process Modelling	
Workload	Face-to-face instruction: 8 hrs/wk per semester: Preparatory and follow-up work by student: Total:	120 h 240 h 360 h
Requirements with regard to content	Basic Know-how in Organisational management, Project Management and Business IT	
Formal requirements	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Recommended reading	Grant, R. M./Jordan, J. (2012): Foundations of strategy, Chichester 2012 Bach, N,/Brehm, C./Buchholz, W./Petry, T. (2017): Organisation - Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen, Prozesse und Strukturen, 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden 2017 Dumas, M., et al.: Fundamentals of Business Process Management, Berlin, Second Edition, 2018 Adler, J.N. (2011): International Dimensions of Organizational Behaviour, 5th edition, CENGAGE Learning, 2011	

Arbeits- und Sozialrecht [MSB.1.0031.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0031.0.P] Arbeits- und Sozialrecht	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Andrea Kersting	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Andrea Kersting, Dr. Berthold Hilderink		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • kennen und verstehen die im Personalbereich praxisrelevanten arbeits- und sozialrechtlichen Grundlagen und können diese wiederholen, zuordnen und erklären, • erkennen praxisrelevante arbeitsrechtliche Problembereiche, können diese selbständig bewerten und praxisgerecht lösen, • sind in der Lage ein praxisrelevantes Thema methodisch- systematisch auf Basis relevanter Literatur zu erarbeiten und die Ergebnisse in einer wissenschaftlichen Arbeit darzustellen (Seminararbeit).	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (90 Min.): 75 % der Modulnote Seminararbeit: 25 % der Modulnote	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht und Übungen • Kleingruppenarbeit (Fallbearbeitung) • Exkursion zum Arbeitsgericht	
Lehrinhalte	• Individuelles Arbeitsrecht (u.a. Arbeitsverträge/ Kündigungsrecht) • Kollektives Arbeitsrecht (u.a. BetriebsverfassungsR, TarifvertragsR) • Seminar zum Arbeitsrecht (ausgewählte aktuelle Themen) • Sozialrecht (u.a. Versicherung/ Pflege/ Betr. Altersversorge/ Datenschutz)	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Senne: Arbeitsrecht, Aktuelle Auflage Dütz: Grundrisse des Arbeitsrechts, Aktuelle Auflage	

Betriebliche Steuerlehre I [MSB.1.0060.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0060.0.P] Betriebliche Steuerlehre I	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Dirk Kiso	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Dirk Kiso, Prof. Dr. Olaf Tanto, Prof. Dr. Dirk Thoms-Meyer		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • können Fälle aus den Bereichen der **steuerrechtlichen Rechnungslegung** einschließlich deren Verknüpfung zum Handelsbilanzrecht und der **Unternehmensbesteuerung**, insbesondere dem Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuerrecht einer praxisnahen Lösung zuführen, • kennen die Besteuerungskonzepte der einzelnen - auch gemischten - Rechtsformen sowie die Ermittlungsschemata für die jeweiligen Bemessungsgrundlagen, • wissen mit der Terminologie und den Instrumenten des **steuerrechtlichen Verfahrensrechts** umzugehen. Sie erlangen profunde Kenntnisse im Bereich des Rechtsbehelfs- und auch der Rechtsmittelverfahren, • können Steuerwirkungen alternativer Sachverhalte berechnen. Sie können Veranlagungssimulationen durchführen, mit deren Hilfe sie Aussagen über die steuerlichen Wirkungen betrieblicher Entscheidungen (z. B. Rechtsform/Finanzierung) treffen können, • können die Steuerwirkungen der behandelten Sachverhalte systematisieren und unter Verwendung adäquater Methoden kommunizieren, • können inhaltliche Fragen des Moduls auf professionellem Niveau besprechen, • bilden für fachliche Fragestellungen sachkundige Ermessensurteile und • können mit Hilfe von Steuergesetzen, Verwaltungsanweisungen und Rechtsprechung einfache Sachverhalte lösen.
Prüfungsform und -umfang	Klausur (120 Min.)
Lehrform	• Vorlesung • Fallstudien • Übungsfälle • Exkursionen
Lehrinhalte	• Steuerliches Verfahrensrecht (Abgabenordnung, Finanzgerichtsordnung) [24 Kontaktstunden] • Bilanzsteuerrecht [24 Kontaktstunden] • Besteuerung der gewerblichen Einkünfte, insbesondere der Personengesellschaften [18 Kontaktstunden] • Besteuerung der Kapitalgesellschaften [18 Kontaktstunden] • Besonderheiten gemischter Rechtsformen und Unternehmensverbindungen [12 Kontaktstunden]

Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Exkursionen: Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	90 h 18 h 252 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	• Fachkenntnisse der Einkommensteuer sowie der handelsrechtlichen und steuerlichen Gewinnermittlung, wie sie in den Modulen Finanzwirtschaftliche Grundlagen I und II sowie im Aufbaumodul Steuern vermittelt werden. • Grundkenntnisse der Körperschaft- und Gewerbesteuer, wie sie im Modul Finanzwirtschaftliche Grundlagen I vermittelt werden.	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Steuergesetze/ Steuerrichtlinien/ Steuererlasse, HGB, Kommentare, Internetnutzung, Lehrbücher, insbesondere: Ax, R./Große, T./Melchior, J.: Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung, aktuelle Auflage, Stuttgart Birk, D.: Steuerrecht, aktuelle Auflage, Heidelberg Endriss u.a.: Steuerkompendium, Band 1, Ertragsteuern, aktuelle Auflage Grefe: Unternehmenssteuern, aktuelle Auflage Hoffmann: Einführung in die Körperschaftsteuer, aktuelle Auflage Lammerding: Abgabenordnung FGO, aktuelle Auflage, Achim Niehus/ Wilke: Besteuerung der Personengesellschaften, aktuelle Auflage Niehus/ Wilke: Besteuerung der Kapitalgesellschaften, aktuelle Auflage Preißler u.a.: Unternehmenssteuerrecht und Steuerbilanzrecht, aktuelle Auflage Reichert: Lehrbuch der Gewerbesteuer, aktuelle Auflage Tipke, K./ Lang, J., Steuerrecht, aktuelle Auflage, Köln	

Betriebliche Steuerlehre II [MSB.1.0062.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0062.0.P] Betriebliche Steuerlehre II	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Dirk Kiso	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Olaf Tanto, Prof. Dr. Dirk Thoms-Meyer, Prof. Dr. Norbert Tonner und Lehrbeauftragte		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • kennen die Grundzüge der gesetzlichen und gewillkürten Erbfolge und können die erbschaftsteuerlichen Konsequenzen von **Vermögensübertragungen** erläutern und Gestaltungsmöglichkeiten für die Übertragung von Betriebsvermögen aufzeigen, • können mit der **Datev**-Software laufende Geschäftsvorfälle buchen, einen Jahresabschluss und Auswertungen erstellen und die betrieblichen Steuererklärungen sowie die Einkommensteuererklärungen der Gesellschafter anfertigen, • kennen die Prinzipien des **internationalen Steuerrechts** sowie die Methoden zur Vermeidung der Doppelbesteuerung. Sie können die steuerlichen Konsequenzen von Direktinvestitionen im Ausland aufzeigen und kennen die Grundzüge der Verrechnungspreisproblematik im internationalen Steuerrecht, • können grenzüberschreitende Sachverhalte umsatzsteuerlich beurteilen und • sind über ausgewählte aktuelle steuerliche Entwicklungen informiert.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (120 Min.)	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Übungsfälle • Fallstudien	
Lehrinhalte	• Internationales Steuerrecht [24 Kontaktstunden] • Unternehmensnachfolge und Vermögensübertragung [24 Kontaktstunden] • Datev-Fallstudie [24 Kontaktstunden] • Vertiefende Aspekte der Umsatzsteuer [12 Kontaktstunden] • Aktuelle steuerliche Entwicklungen [12 Kontaktstunden]	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	92 h 268 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	• Fachkenntnisse der Umsatzsteuer sowie der handelsrechtlichen und steuerlichen Gewinnermittlung, wie sie im Aufbaumodul Steuern vermittelt werden • Fachkenntnisse der steuerlichen Gewinnermittlung sowie der Unternehmensbesteuerung, wie sie im Erweiterungs-Modul Betriebliche Steuerlehre I vermittelt werden	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	

Literaturempfehlungen	Steuergesetze/ Steuerrichtlinien/ Steuererlasse, Kommentare, Internetnutzung, Lehrbücher, insbesondere: Tipke/ Lang: Steuerrecht, aktuelle Aufl., Dr. Otto Schmidt, Köln Bornhofen: Buchführung 1 + 2, aktuelle Aufl., Gabler, Wiesbaden Bornhofen: Steuerlehre 1 (Umsatzsteuer), akt. Aufl., Gabler, Wiesbaden Brähler: Internationales Steuerrecht, akt. Aufl., Gabler, Wiesbaden Halaczinsky: Schenken, Erben, Steuern, Stotax, akt. Aufl., Bonn

Business Information Systems [MSB.1.0077.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0077.0.P] Business Information Systems	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Jürgen Nonhoff	**Modulturnus:** SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Michael Bücker, Prof. Dr. Tim Humernbrum, Prof. Dr. Jürgen Nonhoff,		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • lernen betriebliche, transaktionale, analytische (Standard)-Software-Systeme sowie Web-basierte Software-Systeme kennen, • können grundlegende Architekturen von Webanwendungen erläutern, • können Basistechnologien des World Wide Web einsetzen, • können Datenbanken modellieren und nutzen.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (90 min.): 75 % der Modulnote Präsentation: 12,5 % der Modulnote Hausarbeit: 12,5 % der Modulnote	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Fallstudien (selbständige Bearbeitung in Kleingruppen) • Tutorials und Übungen für betriebswirtschaftliche Standardsoftware (PC-Pool) • Hausarbeit/ Seminarvorträge • Externe Praxisvorträge • Exkursionen	
Lehrinhalte	In diesem Modul wird eine integrierte Sicht auf betriebliche Anwendungssysteme vermittelt, die von der Analyse, dem Entwurf und der Entwicklung sowie Anwendung der Informationssysteme reicht. Die Bedeutung elektronischer Dienstleistungen und Vertriebskanäle steigt stetig. Insbesondere Web-basierte Dienstleistungen, Technologien und Systeme werden in diesem Modul thematisiert. a. Enterprise Resource Planning (ERP)-Systeme, Kontaktzeit: 2 SWS b. Web-Entwicklung, Kontaktzeit: 4 SWS c. Datenbanksysteme, Kontaktzeit: 2 SWS	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und das Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Stahlknecht/ Hasenkamp: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, aktuelle Auflage Abts/ Mülder: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, aktuelle Auflage Kemper, Alfons: Datenbanksysteme, aktuelle Auflage	

Controlling [MSB.1.0079.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0079.0.P] Controlling	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Martin Schreiber	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Kerstin Gerke, Prof. Dr. Benjamin Matthies, Prof. Dr. Martin Schreiber, Prof. Dr. Klaus Schulte		

Qualifikationsziele	Den Studierenden sollen die für einen Controller berufsbefähigenden Voraussetzungen vermittelt werden. Dies erfolgt durch eine Vertiefung der in den entsprechenden Grund- und Aufbaumodulen vermittelten Basiskenntnisse, Vermittlung neuer fachspezifischer Kenntnisse und Methoden sowie Berücksichtigung interdisziplinärer Ansätze. Die Studierenden sollen • die wesentlichen Controllinginstrumente verstehen und zielgerichtet anwenden können, • den Umgang mit bisher unbekannten speziellen Controllingproblemen beherrschen und • fachliche Problemstellungen sowie die hierzu erarbeiteten Lösungsvorschläge (schriftlich und mündlich) präsentieren können.
Prüfungsform und -umfang	Klausur (120 Min.) zu den drei Vorlesungen: 75% der Modulnote Präsentationen und Arbeitsergebnisse im Seminar: 25% der Modulnote
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Fallstudien • Seminare

Lehrinhalte	• Operatives Controlling (Vorlesung)
	  ○ Kostenmanagement
	  ○ Verrechnungspreise
	  ○ Kennzahlen und Kennzahlensysteme
	  ○ Benchmarking
	  ○ Management Reporting
	  ○ Controllingorganisation
	  ○ IT-Einsatz im Controlling
	• Operative Planung (Vorlesung)
	  ○ Organisation des Planungsprozesses
	  ○ Planung der Unternehmensbereiche
	  ○ Bereichsübergreifende Planung
	  ○ Ergebnisplanung
	• Strategisches Controlling (Vorlesung)
	  ○ Shareholder Value
	  ○ Strategische Planung
	  ○ Instrumente des Strategischen Controlling
	• Seminar zum Controlling (Seminar)
	  ○ Praxisprojekte, wie z. B.:
	  ○ Einführung eines Kostenrechnungssystems
	  ○ Entwicklung einer Balanced Scorecard
	  ○ Optimierung eines Reportingsystems

Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Fachspezifische Vorkenntnisse aus: • Dem Grundmodul Finanzwirtschaftliche BWL II • Dem Aufbaumodul Rechnungswesen	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Weber, Jürgen/ Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling, aktuelle Auflage, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Horváth, Péter: Das Controlling-Konzept. Der Weg zu einem wirkungsvollen Controllingsystem, aktuelle Auflage, München Horváth, Péter: Controlling, aktuelle Auflage, München, Vahlen Baum, H.-G./ Coenenberg, A. G./ Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart, aktuelle Auflage	

Corporate Finance [MSB.1.0081.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0081.0.P] Corporate Finance	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Juliane Wolf	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Ulrich Balz, Prof. Dr. Christian Tallau, Prof. Dr. Juliane Wolf		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • die Funktionsweise, Ausgestaltung, den Handel und die Bedeutung der wichtigsten Derivate erläutern, sie für einfache Handelsstrategien und Arbitrage, insbesondere aber zur Risikoabsicherung anwenden und dies kritisch reflektierend beurteilen sowie zentrale Bewertungsmodelle erörtern, anwenden und beurteilen, • Kapitalkosten aus Kapitalmarktdaten unter Berücksichtigung von Leverageeffekten ermitteln, • Verfahren der Unternehmensbewertung (Ertragswert- Entity- und Multiplikatorverfahren) auf vorstrukturierte Sachverhalte anwenden und • den Einsatz von Finanzierungsinstrumenten und -surrogaten in Abhängigkeit unterschiedlicher Finanzierungssituationen unter Berücksichtigung der Interessenlagen der Kapitalgeber und -nehmer beurteilen.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (120 Min.): 75% der Modulnote Seminarleistung: 25% der Modulnote	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Fallstudien • Praxisprojekte	
Lehrinhalte	• Übersicht monetäre Märkte • Forwards, Futures, Optionen, Swaps und Kreditderivate • Kapitalkosten und -struktur • Ertragswert-, DCF- und Multiplikatorverfahren • Finanzierungsinstrumente, -surrogate und Entscheidungskriterien (Bankfinanzierung, Private Equity, Going Public, ABS, Factoring, Rating)	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Aufbaumodul Finanzwirtschaftliche Grundlagen der Unternehmensführung	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Hull: Optionen, Futures und andere Derivate, 8. Aufl., Pearson Studium, 2012 (oder neuere Auflage). Beike & Schlütz: Finanznachrichten lesen – verstehen – nutzen: Ein Wegweiser durch Kursnotierungen und Marktberichte, Schäfer-Poeschel, 5. Aufl., 2010 (oder neuere Auflage)	

	Ernst/ Schneider/ Thielen: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen, 5. Auflage, München 2012 (oder neuere Auflage) Peemöller, Volker (Hrsg): Paxishandbuch der Unternehmensbewertung, 5. Auflage, Herne 2012 (oder neuere Auflage) Portisch, Wolfgang: Finanzierung im Lebenszyklus, München 2008 (oder neuere Auflage) Zantow, Roger: Finanzwirtschaft des Unternehmens: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, 3. Auflage, München 2011 (oder neuere Auflage)

Digital Transformation and Supply Chain Management [MSB.1.0379.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0379.0.P] Digital Transformation and Supply Chain Management	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** German, English
Modulverantwortung:	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller, Prof. Dr. Wolfgang Buchholz, Prof. Dr. Christiane Fühner		

Qualifikationsziele	Students • understand what is meant by the digital transformation of companies and the elements it involves, • are able to describe selected elements of digital transformation and to assess and structure the use of such elements in companies, • understand the importance of ecosystems and digital platforms for businesses, • are able to develop and design business models for digital platforms, • are familiar with IT systems that are relevant for procurement, and are able to explain their application, • are able to shape the digital transformation of purchasing and • are able to independently structure and model decision problems from industrial production and logistics on the basis of case studies, and to solve them using optimising methods or heuristic algorithms.	
Prüfungsform und -umfang	Written examination (90 mins): 75 % of module grade Presentation of case studies: 25 % of module grade	
Lehrform	• Teaching in the form of seminars • Case study work • Presentation of case studies • Practical exercises on an SRM system • Guest lectures	
Lehrinhalte	• Selected aspects of the digital transformation • Platform economy • Digital transformation in procurement • Supply chain and production analytics	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Basic knowledge in the subject areas of organisation, logistics, business informatics and operations research	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Appelfeller, W./Feldmann, C. (2018): Die digitale Transformation des Unternehmens, Wiesbaden 2018 (neuste Auflage) Bach, N,/Brehm, C./Buchholz, W./Petry, T. (2017): Organisation - Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen, Prozesse und Strukturen, 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden 2017 (neuste Auflage) Parker, G. G./Van Alstyne, M. W./Choudary, S. P. (2016): Platform Revolution, New York 2016 (latest edition)	

	Appelfeller, W./ Buchholz, W. (2011): Supplier Relationship Management – Strategie, Organisation und IT des modernen Beschaffungs-management, 2. Auflage, Wiesbaden 2011 (neuste Auflage) Appelfeller, W. (2019): e-Supplier Relationship Management und die digitale Transformation der Beschaffung, in: Tobias Kollmann: Handbuch Digitale Wirtschaft, Berlin, 2019 Günther, H.-O., Tempelmeier, H. (2020): Supply Chain Analytics, Operations Management und Logistik, 13. Auflage, Books on Demand, Norderstedt 2020. (neuste Auflage) Tempelmeier, H. (2020): Analytics in Supply Chain Management und Produktion, Übungen und Mini-Fallstudien, 7. Auflage, Books on Demand, Norderstedt 2020 (neuste Auflage) Slack, N., Chambers, St., Johnston, R. (2016): Operations Management, 8. Auflage 2016. (neuste Auflage)

<table>
<tr><th colspan="3">Erfolgsstrategien auf internationalen Märkten [MSB.1.0096.0.P]</th></tr>
<tr><td>Prüfung
[MSB.1.0096.0.P] Erfolgsstrategien auf internationalen Märkten</td><td>LV.-Nr.:</td><td>ECTS-Punkte:
12</td></tr>
<tr><td>Empfohlene Einordnung:
5./6./7. Semester</td><td>Pflichtkennzeichen:
[WPF]</td><td>Lehrveranstaltungssprache:
deutsch</td></tr>
<tr><td>Modulverantwortung:
Prof. Dr. Olaf Arlinghaus</td><td>Modulturnus:
WiSe/ SoSe</td><td>Information zur Anmeldung:
Anmeldung via MyFH-Portal vom 1.-30.09. (WS) bzw. 1.-28.2. (SS) zwingend erforderlich. Bei Teilnehmerzahl > 40 erfolgt Auswahl. Bis zu 5 zusätzliche Plätze für ERASMUS-Studierende. Bei Nichtbestehen im letzten Prüfungstermin ist Platz für Wiederholer sicher.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Olaf Arlinghaus, Prof. Dr. Jürgen Reckwerth</td></tr>
<tr><td>Qualifikationsziele</td><td colspan="2">Die Lehrveranstaltung fokussiert sich auf die Vorbereitung von Studierenden in internationalen beruflichen Engagements. Zur erfolgreichen Bewältigung strategischer und operativer Aufgaben sind Kenntnisse sowohl aus betriebswirtschaftlichen, als auch volkswirtschaftlichen internationalen Themengebieten ergänzt durch verschiedene Praxisprojekte und -themen von elementarer Bedeutung.

Die Studierenden sollen
analytische Instrumente und operativ bewährter Vorgehensweisen für die erfolgreiche Realisierung einer internationalen Tätigkeit erlernen und anwenden können,
die Grundlagen der Internationalen Wirtschaftsanalyse und die Analyse zur Beurteilung von Länderrisiken verstehen und anwenden können, dazu gehören insbesondere
das Erlernen und die Anwendung der Methoden und Instrumente der Länderrisikoanalyse,
die eigenständige Einschätzung der allgemeinen und wirtschaftlichen Chancen und Probleme von Volkswirtschaften,
Zusammenhänge zwischen internationaler Unternehmensstrategie und der operativen Umsetzung in den Unternehmensbereichen erkennen,
strategische Problemstellungen analysieren und Lösungsvorschläge erarbeiten sowie die Grundlagen des Internationalen Managements anwenden können.</td></tr>
<tr><td>Prüfungsform und -umfang</td><td colspan="2">Hausarbeit/ Präsentation: 33,3% der Modulnote
Klausur (120 Min.): 66,6% der Modulnote

Jedes Prüfungselement muss die angegebene Mindestpunktzahl erreicht haben.</td></tr>
<tr><td>Lehrform</td><td colspan="2">Seminaristischer Unterricht</td></tr>
</table>

	• Praxisprojekte • Übungen • Gruppenarbeiten • Präsentation mit Diskussion	
Lehrinhalte	Betriebswirtschaftlicher Part (4 SWS) • Interkulturelles Management • Going Public - Management eines erfolgreichen Börsengangs • International Riskmanagement Volkswirtschaftlicher Part (4 SWS) • Grundlagen der Länderrisiko- und Wachstumsanalyse • Fallstudien zur Analyse und Bewertung von Länderrisiken • Rahmenbedingungen des internationalen Handels	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Grundkenntnisse von internationalen betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Zusammenhängen	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	siehe Vorlesungsunterlagen	

<table>
<tr><td colspan="3">Externes Rechnungswesen [MSB.1.0118.0.P]</td></tr>
<tr><td>Prüfung
[MSB.1.0118.0.P] Externes Rechnungswesen</td><td>LV.-Nr.:</td><td>ECTS-Punkte:
12</td></tr>
<tr><td>Empfohlene Einordnung:
5./6./7. Semester</td><td>Pflichtkennzeichen:
[WPF]</td><td>Lehrveranstaltungssprache:
deutsch, englisch</td></tr>
<tr><td>Modulverantwortung:
Prof. Dr. Holger Pooten</td><td>Modulturnus:
WiSe/ SoSe</td><td>Information zur Anmeldung:</td></tr>
<tr><td colspan="3">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Holger Pooten, Prof. Dr. Isabel von Keitz</td></tr>
<tr><td>Qualifikationsziele</td><td colspan="2">In diesem Modul sollen den Studierenden die für einen Ersteller und Leser eines Jahresabschlusses berufsbefähigenden Voraussetzungen vermittelt werden. Dies erfolgt durch eine Vertiefung der in den entsprechenden Pflicht- und Aufbaumodulen vermittelten Basiskenntnisse, Vermittlung neuer fachspezifischer Kenntnisse und Methoden sowie Berücksichtigung interdisziplinärer Ansätze.

Die Studierenden sollen
• wesentliche Unterschiede zwischen der Rechnungslegung nach nationalen Vorschriften (insb. HGB) sowie den internationalen Normen (insb. IFRS) und die in den verschiedenen Regelwerken möglichen bilanzpolitischen Spielräume vertiefen,
• den Umgang mit bisher unbekannten besonderen Bilanzierungs-problemen methodisch erlernen,
• die wesentlichen Normen zur Konzernrechnungslegung kennenlernen,
• die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens auf der Grundlage eines konkreten, bislang unbekannten Geschäftsberichts beurteilen können und
• fachliche Problemstellungen sowie die hierzu erarbeiteten Lösungsvorschläge (schriftlich und mündlich) präsentieren können.</td></tr>
<tr><td>Prüfungsform und -umfang</td><td colspan="2">Klausur (90 Min.): 75 % der Modulnote
Präsentation oder Hausarbeit: 25 % der Modulnote</td></tr>
<tr><td>Lehrform</td><td colspan="2">• Seminaristischer Unterricht
• Seminar
• Fallstudienbearbeitung und Übungseinheiten</td></tr>
<tr><td>Lehrinhalte</td><td colspan="2">Konzernrechnungslegung (nach HGB und IFRS):
• Grundlagen
• Konzernrechnungslegungspflicht
• Vollkonsolidierung
• Quotenkonsolidierung
• At-Equity-Methode

Internationale Rechnungslegung:
• Internationalisierung der Rechnungslegung in Deutschland
• Grundlagen zum Regelwerk des IASB
• Gegenüberstellung wesentlicher Ansatz-, Bewertungs- und Berichterstattungspflichten nach HGB vs. IFRS

Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse:</td></tr>
</table>

	• Ziele und Schritte einer kennzahlengestützten Jahresabschlussanalyse • Kennzahlen der finanz- und erfolgswirtschaftliche Jahresabschlussanalyse • Möglichkeiten und Grenzen der kennzahlengestützten Gesamturteilsbildung	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Fundierte Kenntnisse aus den einschlägigen Veranstaltungen des Moduls „Finanzwirtschaftliche BWL II“ sowie des Aufbaumoduls „Rechnungswesen“	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Baetge/ Kirsch/ Thiele: Konzernbilanzen, neueste Auflage Coenenberg/ Haller/ Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, neueste Auflage Küting/ Weber: Die Bilanzanalyse, neueste Auflage Pellens/ Fülbier/ Gassen/ Sellhorn: Internationale Rechnungslegung, neueste Auflage	

Funktionales Personalmanagement [MSB.1.0130.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0130.0.P] Funktionales Personalmanagement	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Sonja Öhlschlegel-Haubrock	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Thomas Jansen, Prof. Dr. Öhlschlegel-Haubrock,		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • die strategische Bedeutung eines professionellen Akquisitionsmanagements beurteilen und Instrumente bzw. Methoden der Personalauswahl und des Personalmarketings bewerten, anwenden, sowie eigenständig konzipieren, • Anreizsysteme analysieren und zielgerichtet gestalten, • die Bedeutung und Gestaltungsvarianten des Personalcontrolling erläutern, • Instrumente des Personalcontrolling anwenden und bewerten und • Methoden der empirischen Sozialforschungen bezogen auf personalwirtschaftliche Fragestellungen ausgestalten, anwenden und bewerten.	
Prüfungsform und -umfang	Seminararbeit: 50 % der Modulprüfung Klausur (60 Min.): 25% der Modulprüfung	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht mit hohem Aktivierungsgrad • Gruppenarbeiten/ Fallstudien • Konzeption und Durchführung eines Assessment Centers • Projekte	
Lehrinhalte	• Strategische Bedeutung, Bewertung, rechtliche Aspekte und Umsetzung eines zielgerichteten Personalmarketings, sowie des Einsatzes von Instrumenten der Personalauswahl • Motivation und Leistung • Grundlagen, rechtliche Aspekte und Gestaltung materieller und immaterieller Anreize • Bedeutung und Gestaltungsvarianten des Personalcontrolling • Instrumente des Personalcontrolling • Anwendung von Methoden der empirischen Sozialforschung auf personalwirtschaftliche Fragestellungen	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	werden jeweils im Rahmen der Veranstaltung gegeben	

Führung und Wandel [MSB.1.0129.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0129.0.P] Führung und Wandel	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Annette Nagel	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Annette Nagel		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • kennen die wesentlichen wissenschaftlichen Erkenntnisse zu Ursache-Wirkungszusammenhängen in der Personalführung und dem Veränderungsmanagement, • sind in der Lage, diese Erkenntnisse auf Praxissituationen sowohl analytisch als in Praxissimulationen anzuwenden, • sind in der Lage, auf der Basis professioneller Recherchen eigenständige wissenschaftliche Arbeiten zum Thema allein und/oder im Team zu erstellen und in angemessener Form vorzustellen und • sind in der Lage, sich sowohl allein als auch im Team zielorientiert zu organisieren.	
Prüfungsform und -umfang	Semesterbegleitende Ausarbeitungen: 25 % der Modulnote wissenschaftliche Hausarbeit: 25 % der Modulnote Klausur (90 min): 50 % der Modulnote	
Lehrform	• Lernteamarbeit • Plenum • Fallstudienbearbeitung • Praxissimulationen	
Lehrinhalte	• Führung von Mitarbeitern • Besonderheiten der Führung in Veränderungsprozessen • Rahmenbedingungen der Führung und des Veränderungsmanagements • Aktuelle Sonderthemen zu Personalführung und Veränderungsmanagement	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	• Grundlagen der Personalwirtschaft • Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen des Managements	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Notwendige Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bereitgestellt.	

<table>
<tr><td colspan="3">Innovation and Entrepreneurship [MSB.1.0167.0.P]</td></tr>
<tr><td>Examination:
[MSB.1.0167.0.P] Innovation and entrepreneurship</td><td>Course No:</td><td>ECTS-Punkte:
12</td></tr>
<tr><td>Recommended classification:
5th / 6th / 7th semester</td><td>Compulsory mark:
[WPF]</td><td>Language of instruction:
English</td></tr>
<tr><td>Module Leader:
Prof. Dr. Philipp Bitzer</td><td>Module frequency:
[WiSe / SoSe]</td><td>How to register:</td></tr>
<tr><td colspan="3">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Thorsten Kliewe, Prof. Dr. Philipp Bitzer</td></tr>
<tr><td>Learning Outcomes</td><td colspan="2">Learning objectives “Innovation Management”:
By the end of this course, students will be able:
• to identify and describe the key components of the Innovation Management process, including foundational theories and central concepts
• to explain and differentiate between various innovation strategies and tools
• to identify (latent) customer needs based on jobs-to-be-done theory and practice
• to apply the principles of Value Innovation and Value Proposition Design to create compelling value propositions that effectively meet customer demands and differentiate from competitors.
• to design a business model using the Business Model Canvas
• to analyze business model patterns to evaluate their effectiveness in supporting innovative ideas and achieving strategic business goals.
• to synthesize knowledge from the deep dives to develop a comprehensive strategy for managing innovation within a hypothetical or real-life organization.

Learning objectives “Advanced Entrepreneurship: Data-Driven Ventures and Digital Prototyping”:
By the end of this course, students will be able:
• to integrate and apply customer-centric design principles
• to use business model canvas methodologies as a blueprint for prototype design.
• to create testable hypotheses about entrepreneurial ventures based on design thinking and business model canvas
• to build digital prototypes that enact business models in formats that are testable.
• to validate and test prototypes, collect data, analyze data and draw data-driven conclusions about the prototypes and the business models they are enacting.
• to iterate the prototype based on the validation and test results.
• to present the results and be able to critically reflect on the process and outcomes.

Learning objectives “Project in entrepreneurship and innovation”:
By the end of this course, students will be able:
• to apply customer-centric design principles to real entrepreneurial client enterprises.
• to develop business model canvasses for clients</td></tr>
</table>

	• to investigate, design and test innovation management practices • to create testable hypotheses for a client based on design thinking and business model canvas • to build a testable digital prototype for a client • to validate and test prototypes, collect data, analyze data and draw data-driven conclusions about the prototypes and the business models and translate the results into actionable recommendations for a client. • to present the results to clients and be able to critically reflect on the process and outcomes.
Type and length of examination	**"Innovation Management"** • 50% work results and results presentation of each deep dive session • 50% individual assignment on a specific business model pattern **"Advanced Entrepreneurship: Data-Driven Ventures and Digital Prototyping"** • 100% project that includes development, testing, and presentation of a digital prototype and an individual reflective short paper **"Project in entrepreneurship and innovation"** • 50% work results / documentation / prototypes, • 50% final presentation **Overall grade & workload in Module Strategic Marketing Engineering** • "Innovation Management": 25% [3 ECTS] • "Advanced Entrepreneurship: Data-Driven Ventures and Digital Prototyping": 25% [3 ECTS] • "Project in entrepreneurship and innovation": 50% [6 ECTS]
Teaching format	• Lecture • Presentations • Case study analysis • Discussions • Readings • Real-world project for an external client organization / research stream
Teaching content	**Innovation Management** This course offers a comprehensive exploration of Innovation Management (IM), designed for students eager to master the art and science of managing the transformation of needs into value-creating realities. The course structure is built on a robust foundation of the IM process and key concepts, expanded through three targeted deep dives, and culminating in a practical wrap-up session. Each deep dive consists of a theory/concept-focused lecture, a practical workshop, and a presentation and reflection session. In the deep dive sessions, students work in small groups to apply the learned concepts and present the results to the entire group. • Foundations of Innovation Management: IM process, central concepts (e.g. disruptive innovation), ... • Deep Dive 1: Identification of (latent needs): Jobs to be done theory; Outcome-driven Innovation, ... • Deep Dive 2: Designing value propositions: Value Innovation and Value Proposition Design, ... • Deep Dive 3: Designing Innovative Business Models: Business Model Canvas, Business Model Patterns, …

	Advanced Entrepreneurship: Data-Driven Ventures and Digital Prototyping This part of the Innovation and Entrepreneurship Specialization Module focuses on an in-depth exploration and application of entrepreneurial knowledge and skills. Students should expect an integrated, hands-on approach to creating new ventures through data-driven methodologies and digital prototyping. Students will collaborate to address real-world problems, create sustainable business models, and develop and test prototypes that cater to genuine market needs. • Foundations of entrepreneurship • Sprint 1: Ideation or choosing of an existing idea • Deep Dive 2: Setting up a digital artefact • Deep Dive 3: Data-driven evaluation and hypothesis testing **Project in entrepreneurship and innovation** This project element builds on and provides direct application of the classroom knowledge gained in the lecture components of the specialization module. The project will address an existing entrepreneurship and/or innovation-related problem from an external client organization to provide a valuable practical situation in which the theory and concepts can be applied. Students manage the project through (regular) interaction with the client and each team will define expectations, roles, and deliverables. The project culminates with a professional presentation of results to the client and delivery of a package of deliverables that could be digital and/or physical. This could include primary and secondary data and the analysis of that data, digital or physical prototypes, and detailed back-up material supporting the presentation	
Workload	Face-to-face instruction (8 SWS): Preparatory and follow-up work by student: Total:	120 h 240 h 360 h
Requirements with regard to content	It is recommended, but not required, that students complete the Entrepreneurship (or other similar) intermediate modules before taking the Innovation and Entrepreneurship specialization module	
Formal requirements	Requirements for admission to the module examination: at least 72 CP.	
Recommended reading	• Tidd, J., & Bessant, J. R. (2020). Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons. • Bessant, J., & Tidd, J. (2007). Innovation and entrepreneurship. John Wiley & Sons. • Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers (Vol. 1). John Wiley & Sons • Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2013). The St. Gallen business model navigator. Int. J. Prod. Dev, 18, 249-273. • Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons. • Christensen, C., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2013). Disruptive innovation. Brighton, MA, USA: Harvard Business Review.	

	• Christensen, C. M. (1997). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail. Harvard Business School Press. • Ulwick, A. (2005). What Customers Want: Using Outcome-driven Innovation to Create Breakthrough Products And Services. McGraw-Hill Professional • Ries, E. (2012): Lean Startup • Thiel, P.; Masters, B. (2014) Zero to ONe: Notes on Startups, or How to build the Future • Horrowitz, B. (2014): The Hard Thing About Hard Things • Iansiti, M.; Lakhani, K.R. (2020): Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World

Internationales Marketing [MSB.1.0167.0.P]		
Prüfung: Internationales Marketing [MSB.1.0167.0.P]	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** Englisch
Modulverantwortung: Dr. Sue Rossano Rivero	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Thorsten Kliewe		

Qualifikationsziele	The course will provide Students with domain specific knowledge through Lecture Sessions in International Marketing and Business and it will help Students to develop the necessary analytical and critical skills by its Case Studies approach throughout the course. After successfully completing this course, Students will be able to: • understand the basic foundations of marketing in the international context, • obtain tools to apply these concepts to the resolution of case studies and real business projects, • learn that international marketing is about striking the balance between maximizing the similarities across cultures and customising marketing to important local differences and • learn from business cases the complexities of conducting marketing research in an international environment.
Prüfungsform und -umfang	Seminar paper and presentation: 75 % of module grade Presentation and project work: 25 % of module grade
Lehrform	Lecture, students read chapters of a defined reader prior to the class. During the class content will be discussed and deepened. In-depth case study analysis. Case study analysis, dynamic discussions, team problem solving. Presenting Consulting Methods and Tools for Project in Marketing, seminar and exercise and recorded classroom presentations, feedback evaluation. Project work on a real world project for a company in the region in Strategic Marketing.*
Lehrinhalte	• Market Research in International Marketing I & II (Population, Sampling, Secondary & Primary Research) • Risk Management in International Markets • The 4 Ps and the 7 Ps in International Marketing • B2C & B2B Marketing in the International Environment • Standardisation vs. Differentiation, EPRG Scheme • Market Entry Strategies in International Markets • Market Development Strategies in International Markets • Cultural Aspects in International Marketing • Communication Policy in International Marketing • Distribution Policy in International Marketing • Product Policy in International Marketing • Services Policy in International Marketing • Pricing Policy in International Marketing • Global Marketing • Marketing Controlling and Adjustments

	Methods trained on cases: • Project Management • Defining an Agenda and writing Minutes • Selecting Sources of Information in Desk Research • Designing Research Instruments • Excel: Database Management • Quantitative Research Approaches • Qualitative Research Approaches • Quantitative and Qualitative Analysis and Reports • Generating and Deriving Recommendations • Beyond Bullet Points in Power Point • Presenting Research Results • Boosting Presentation Skills	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Basics in Marketing	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Cateora, P. R./ Gilly, M. C./ Graham, J. L. (2016). International marketing. McGraw-Hill Education Douglas, S. P./ & Samuel Craig, C. (2011): The role of context in assessing international marketing opportunities. International Marketing Review, 28(2), 150-162. Isayeva, A. (2014). Ethics in International Marketing. International Journal of Economic Practices and Theories, 4(5), 552-561. Samiee, S., Chabowski, B. R., & Hult, G. T. M. (2015). International Relationship Marketing: Intellectual Foundations and Avenues for Further Research. Journal of International Marketing, 23(4), 1-21. Schweitzer, S. (2015). Access to Asia: Your Multicultural Guide to Building Trust, Inspiring Respect, and Creating Long-lasting Business Relationships. John Wiley & Sons. Usunier, J. C., Lee, J. A., & Lee, J. A. (2013). Marketing across cultures. Pearson Education. Westjohn, S. A., Singh, N., & Magnusson, P. (2012). Responsiveness to global and local consumer culture positioning: A personality and collective identity perspective. Journal of International Marketing, 20(1), 58-73.	

International New Ventures [MSB.1.0364.0.P]		
Examination: [MSB.1.0364.0.P] International Ventures	**Course No:**	**ECTS credits:** 12
Recommended classification: 5th/6th /7thsemester	**Compulsory mark:** [WPF]	**Language of instruction:** English
Module Leader: Prof. Michael Wasserman, Ph.D.	**Module frequency:** WiSe/SoSe	**How to register:**
Student support: Prof. Dr. Ulrich Balz, Prof. Dr. Marcus Laumann, Prof. Michael Wasserman, Ph.D.		

Learning Outcomes	Students are able to ● Analyse and develop a financial plan for new ventures based on strategic entry into international markets, with an emphasis on emerging markets ● Apply business valuation methods to new ventures and analyse financing needs and opportunities in an international context ● Evaluate and learn from events where the new venture process is both successful and unsuccessful ● Analyse and overcome challenges (market entry mode, intellectual property rights, negotiating, marketing, production, HR management and CSR) for new businesses in emerging markets ● Apply their knowledge of concepts from finance, start-up/innovation processes and emergent market (risk) using case study analysis	
Type and length of examination	Presentation (30 minutes): 25% of module grade Project (15 minute presentation + 3 page short paper): 25% of module grade Seminar paper: 50% of module grade	
Teaching format	Teaching in the form of lectures and seminars; case studies / group work; classroom discussions of concepts in the context of recommended readings.	
Teaching content	• Business plans and financial needs of new ventures • Business valuation models for new ventures in an international context • New venture processes for start-ups and corporates • Specific challenges for new ventures in emerging markets (including intellectual property protection in emerging markets)	
Workload	Face-to-face instruction: 8 hrs/wk per semester: Preparatory and follow-up work by student: Total:	120 h 240 h 360 h
Requirements with regard to content	None	
Formal requirements	Students need to have taken at least one of the following intermediate modules: International management, Entrepreneurship, or Finance	
Recommended reading	Chokhani, R. (2017). Challenges and opportunities for Indian start-ups; Key points to note. *Financial* Express.	

https://www.financialexpress.com/industry/challenges-and-opportunities-for-indian-start-ups-key-points-to-note/524728/

Befus, D., & Grosse, R. (2017). *Sustainable Finance for Small and Medium-Sized Enterprises in an Emerging Market (2 Bridges for Economic Growth in Honduras).* Harvard Business School Case Study.

Ferreira, J., & Ferreira, J. (2018). *Challenges and Opportunities of New Retail Horizons in Emerging Markets: The Case of a Rising Coffee Culture in China.* Harvard Business School Case Study.

James, M., & Koller, T.M. (2000). Valuation in emerging markets. *McKinsey Quarterly,* 78-85.

Koller, T., Goedheart, M., & Wessels, D. (2015) *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies*, 6thed., Wiley 2015 (selected chapters).

Martinez, A., & Whitaker, J. (2018, Feb). 3 Emerging Market Risks Companies Should Watch for in 2018, *Harvard Business Review*.

Nasser, S. (2016). Valuation for startups – 9 methods explained. Medium. https://medium.com/parisoma-blog/valuation-for-startups-9-methods-explained-53771c86590e

Roggi, O., Giannozzi, A.,& Baglioni, T. (2016). Firm valuation in emerging markets and the exposure to country risk. *Global Journal of Management and Business Research,* 16(1) 1-19.

Shu, E. (2017) Emergent strategy in an entrepreneurial firm: the case of Lenovo in its formative years, *International Journal of Emerging Markets, 12*(3), 625-636.

Tian, X. (2016): Managing International Business in China.

Parboteaah, K.P. & Cullen, J.C. (2017): International Business: Perspectives from developed and emerging markets.

<table>
<tr><td colspan="3">Operatives Marketing [MSB.1.0206.0.P]</td></tr>
<tr><td>Prüfung
[MSB.1.0206.0.P] Operatives Marketing</td><td>LV.-Nr.:</td><td>ECTS-Punkte:
12</td></tr>
<tr><td>Empfohlene Einordnung:
5./6./7. Semester</td><td>Pflichtkennzeichen:
[WPF]</td><td>Lehrveranstaltungssprache:
deutsch</td></tr>
<tr><td>Modulverantwortung:
Prof. Dr. Bert Kiel</td><td>Modulturnus:
WiSe/ SoSe</td><td>Information zur Anmeldung:</td></tr>
<tr><td colspan="3">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Bert Kiel, Prof. Dr. Roland Multhaup,</td></tr>
<tr><td>Qualifikationsziele</td><td colspan="2">Die Studierenden können
im Rahmen der Preispolitik wichtige Methoden der Preisanalyse und der Preissetzung, bzw. -variation situativ angemessen auswählen und unterstützt durch Fachliteratur anwenden und preisstrategische Entscheidungen diskutieren,
relevante operative Entscheidungen der Produktpolitik im Sinnkontext von Marktstimulationsstrategien identifizieren und wiedergeben und wesentliche Methoden der Produktpolitik kritisch reflektieren und situationsangemessen auswählen,
grundlegende Entscheidungen und Konzepte des Markenmanagements diskutieren,
Ziele, Strategien und Maßnahmen der Kommunikationspolitik definieren und in Planung, Ausführung und Kontrolle auf Praxisfälle reflektieren und
im Rahmen der Distributionspolitik die Herstellerperspektive unter Einsatz der verschiedenen distributionspolitischen Alternativen kundenorientiert diskutieren.</td></tr>
<tr><td>Prüfungsform und -umfang</td><td colspan="2">Klausur (120 Min.)</td></tr>
<tr><td>Lehrform</td><td colspan="2">Seminaristischer Unterricht</td></tr>
<tr><td>Lehrinhalte</td><td colspan="2">Preispolitik: die Bedeutung der Preispolitik, kognitive Verarbeitung von Preisinformationen, preisanalytische Instrumente zum Studium der Nachfrage, Determinanten der Preispolitik und Preisvariation, preisstrategische Konzepte
Produktpolitik: die Bedeutung der Produktpolitik, Unique Selling Proposition, Lebenszyklusmodelle, Unternehmensstrategien und deren Auswirkung auf operative Produktpolitische Entscheidungen, Innovationsorientierung, Qualitätsorientierung, Programmbreitenorientierung, Kostenorientierung und Markenorientierung
Kommunikationspolitik: Grundlagen der Kommunikationslehre, Kommunikation unter den Kautelen des information-overload, Überblick über die kommunikationspolitischen Instrumente, persönliche Kommunikation
Distributionspolitik: Entscheidungsfelder der Distributionspolitik, Vergleich der akquisitorischen Distribution mit dem Abstraktionsprinzip des Kaufvertrages, physische Distribution, Standortentscheidungen, direkter Absatz, indirekter Absatz,</td></tr>
</table>

	Motivationswirkung und Eignung von Vergütungssystemen im Vertrieb	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Grundlagen des Marketings aus der Veranstaltung ‚Betriebswirtschaftliche Primärprozesse' aus dem zweiten Fachsemester	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Meffert/ Burmann/ Kirchgeorg: Marketing, Aktuelle Auflage Diller, Hermann: Preispolitik, Aktuelle Auflage Prof. Dr. Bruhn, Manfred: Kommunikationspolitik, Aktuelle Auflage Prof. Dr. Pepels, Werner: Kommunikations- und Identitätspolitik, Aktuelle Auflage Prof. Dr. Pepels, Werner (Hrsg.): Distribution und Verkaufspolitik, Aktuelle Auflage	

Potenzialorientiertes Personalmanagement [MSB.1.0211.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0211.0.P] Potenzialorientiertes Personalmanagement	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Jansen	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Thomas Jansen, Prof. Dr. Sonja Öhlschlegel-Haubrock		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • können Aus- und Weiterbildung in Unternehmen auf der Grundlage geltender Rechtsvorschriften planen, organisieren und bewerten, • können auf der Grundlage lernpsychologischer Überlegungen Aus- und Weiterbildungsprozesse durchführen sowie evaluieren, • können Zielgruppen analysieren, zielgruppenbezogene Lernziele formulieren und Lehr-Lernsituationen gestalten, • verstehen die strategische Bedeutung der Personalentwicklung und • sind in der Lage, den Personalentwicklungsbedarf für ein Unternehmen zu ermitteln, den es im Rahmen seiner strategischen Ausrichtung benötigt.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (120 Min.)	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht mit hohem Aktivierungsgrad • Gruppenarbeiten/ Fallstudien • Durchführung konkreter Ausbildungseinheiten	
Lehrinhalte	• Rechtliche und ökonomische Grundlagen der Aus- und Weiterbildung • Planung und Organisation von Aus- und Weiterbildung • Durchführung und Evaluation von Aus- und Weiterbildung • Grundlagen der Organisationsentwicklung • Ermittlung des Personalentwicklungsbedarfs	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	werden jeweils im Rahmen der Veranstaltung gegeben	

Projektstudium Organisation und Wirtschaftsinformatik [MSB.1.0225.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0225.0.P] Projektstudium Organisation und Wirtschaftsinformatik	**LV.-Nr.:** B96001, B96002	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller, Prof. Dr. Wolfgang Buchholz, Prof. Dr. Michael Dircksen, Prof. Dr. Marcus Laumann, Prof. Dr. Franz Vallee		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • Projekte in der Praxis ausführen und hierbei in einer oder mehrerer der Vorlesungen zu den Themen Organisation, Einkauf, Wirtschaftsinformatik oder Logistik erworbene Kenntnisse auf einen praktischen Fall übertragen, • Analysen und Konzepte in Form von Workshops gemeinsam mit Unternehmensmitarbeitern erstellen und die Ergebnisse Führungskräften überzeugend vorschlagen und • Kommunikations- und Changekonzepte für konkrete Veränderungen entwickeln.	
Prüfungsform- und umfang	• Präsentation und Diskussion Changemanagement- und Kommunikationskonzept: 20 % der Modulnote • Kick Off-Präsentation: 10 % der Modulnote • Zwischenpräsentation: 20 % der Modulnote • kommentierte Abschlusspräsentation: 30 % der Modulnote • mdl. Prüfung: 20 % der Modulnote	
Lehrform	• Projektarbeit • Coaching der Projektgruppen • Blockveranstaltung mit seminaristischem Charakter zu den Themen Changemanagement und Kommunikation	
Lehrinhalte	Im Rahmen des Projektstudiums arbeiten 3-5 Studierende in einem Unternehmen an einem konkreten Projekt. Hierbei kann es sich zum Beispiel um Organisationsanalysen, Prozessoptimierungen, die Einführung neuer IT-Systeme, Einkaufs- und Logistikoptimierungen oder ähnliche Projekte handeln. Die Projekte erfordern in der Regel, dass die Studierenden zwei Tage pro Woche vor Ort im Unternehmen sind. Wöchentlich findet eine Coachingsitzung mit dem betreuenden Professor an der FH statt. In einer begleitenden dreitägigen Blockveranstaltung werden Change- und Kommunikationskonzepte für die Projekte entwickelt.	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Projektarbeit: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Besuch der Veranstaltung zum Thema „Besprechungsmanagement“ im Teilmodul SK III/ SK Berufsspezifische Kompetenzen	
Formale Voraussetzungen	• Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters. • Aufbaumodul „Grundlagen Prozessmanagement und ERP-Systeme“ oder Aufbaumodul „Logistik“ bereits bestanden	

Literaturempfehlungen	Doppler, K./ Lauterburg, C.: Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten, Aktuelle Auflage, Frankfurt Jenny, B.: Projektmanagement: Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere, Aktuelle Auflage, Zürich

Advanced Optimization [MSB.1.0230.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0230.0.P] Advanced Optimization	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Anja Stumpf	**Modulturnus:** WiSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Michael Bücker, Prof. Dr. Anja Stumpf,		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • lineare, ganzzahlige und ggfs. nichtlineare ökonomische Optimierungsprobleme erkennen, modellieren, mathematisch formulieren, lösen, interpretieren und geeignete Software zur Lösung einsetzen, • rationale Entscheidungen zur Lösung wirtschaftlicher Probleme der Praxis unter Nutzung entscheidungstheoretischer Methoden vorbereiten, • diskrete Simulationsprobleme erkennen und modellieren, Simulationen mit Hilfe geeigneter Software durchführen, Simulationsmodelle validieren und -ergebnisse deuten und • Risikoanalyse-Simulationssoftware zur Quantifizierung von Risiken verstehen und anwenden.	
Prüfungsform und -umfang	• Kombination aus Fallstudien: 50% der Modulnote • Projektarbeit: 25% der Modulnote • Schriftlicher Hausarbeit: 25% der Modulnote	
Lehrform	• Vorlesung mit vorlesungsbegleitenden Übungen • Aktivierende Lehrelemente (Fallstudienbearbeitung/ Präsentation)	
Lehrinhalte	• Lineare, ganzzahlige und ggfs. nichtlineare Optimierung • Entscheidungen bei Risiko, mehrstufige Entscheidungen, Gruppen-entscheidungen, Spieltheorie und weitere • Simulation, insbesondere diskrete Ereignissimulation • Einführungskurs in Monte-Carlo Simulations Software (z.B. von Oracle Crystal-Ball oder @risk von Palisade)	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Grundkenntnisse vorteilhaft in ... o Wirtschaftsmathematik o Statistik o Quantitativen Methoden	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Zimmermann, H.-J.: Operations Research, Aktuelle Aufl., Vieweg Bamberg G., Coenenberg, A. G.: Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, Vahlen, Aktuelle Aufl. Wenzel, S./ Weiß, M./ Collisi-Böhmer, S./ Pitsch, H./ Rose, O.: Qualitätskriterien für die Simulation in Produktion und Logistik, Planung und Durchführung von Simulationsstudien, Springer, Aktuelle Auflage	

	User Guide Crystal-Ball von Oracle

<table>
<tr><td colspan="3">Strategic Marketing [MSB.1.0368.0.P]</td></tr>
<tr><td>Prüfung:
[MSB.1.0368.0.P] Strategic Marketing</td><td>LV.-Nr.:</td><td>ECTS-Punkte:
12</td></tr>
<tr><td>Empfohlene Einordnung:
5./6./7. Semester</td><td>Pflichtkennzeichen:
[WPF]</td><td>Lehrveranstaltungssprache:
deutsch</td></tr>
<tr><td>Modulverantwortung:
Prof. Dr. habil. Carmen-Maria Albrecht</td><td>Modulturnus:
WiSe/ SoSe</td><td>Information zur Anmeldung:</td></tr>
<tr><td colspan="3">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. habil. Carmen-Maria Albrecht, Prof. Dr. habil. Thomas Baaken, und weitere Lehrende</td></tr>
<tr><td>Qualifikationsziele</td><td colspan="2">Students are able to present a coherent argument in support of an action or position

Knowledge and understanding:
• The role of marketing within an organisation at corporate and functional level
• Setting objectives adopting SMART criteria
• The tools, concepts and models for strategic marketing evaluation, decision and implementation
• The importance of the planning process within the context of Strategic Marketing and developing a marketing plan
• The requirements for implementation of a co-ordinated strategic marketing programme

Transferable Skills:
• Develop skills relating to the presentation of academic material verbally an applying it in practice
• Critical Thinking Analysis of case study material and academic papers</td></tr>
<tr><td>Prüfungsform und -umfang</td><td colspan="2">• Weekly individual Assignments: 25% of module grade
• Lecture and case study assignment on Innovation Marketing: 25% of module grade
• Project work: 50 % of module grade</td></tr>
<tr><td>Lehrform</td><td colspan="2">• Lecture, students read chapters of a defined reader prior to the class. During the class content will be discussed and deepened. In-depth case study analysis
• Case study analysis, dynamic discussions, team problem solving
• Presenting Consulting Methods and Tools for Project in Marketing, seminar and exercise and recorded classroom presentations, feedback evaluation
• Project work on a real world project for a company in the region in Strategic Marketing*

* Baaken, T., Kiel, B., & Kliewe, T. (2015). Real world projects with companies supporting competence development in higher education. International Journal of Higher Education, 4(3), 129. http://scholar.google.de/scholar?hl=de&q=baaken+kliewe+&btnG=&lr=</td></tr>
<tr><td>Lehrinhalte</td><td colspan="2">Content:
• Fundamentals of Relationship Marketing
• Externals Relationships to Stakeholders in the Value Net
• Analysing Buying Behaviour
• Segmenting, Targeting, Positioning</td></tr>
</table>

	• Product & Service Process and Decisions • Pricing Decisions • Distribution Decisions • Communication Decisions • Branding Strategies • Implementation and Controlling of the Marketing Planning Process • Developing and Managing Customer Relations **Methods trained on cases:** • Project Management • Defining an Agenda and writing Minutes • Selecting Sources of Information in Desk Research • Designing Research Instruments • Excel: Database Management • Quantitative Research Approaches • Qualitative Research Approaches • Quantitative and Qualitative Analysis and Reports • Generating and Deriving Recommendations • Beyond Bullet Points in Power Point • Presenting Research Results • Boosting Presentation Skills	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Basics in Marketing	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Cravens, D. W./ Piercy, N. (2006): Strategic marketing (Vol. 7). New York: McGraw-Hill Grönroos, C. (1994): From marketing mix to relationship marketing: towards a paradigm shift in marketing. Management decision, 32(2), 4-20 Hollensen, S./ Opresnik, M. O. (2015): Marketing: A relationship perspective. Vahlen. READER Maciariello, J. (2009): Marketing and innovation in the Drucker Management System. Journal of the Academy of Marketing Science, 37(1), 35-43 McDonald, M. (1996): Strategic marketing planning: theory, practice and research agendas. Journal of Marketing Management, 12(1-3), 4-27 Meffert, H. (2013): Marketing-Management: Analyse—Strategie—Implementierung. Springer-Verlag Ravald, A./ Grönroos, C. (1996): The value concept and relationship marketing. European journal of marketing, 30(2), 19-30 Stone, M./ Woodcock, N./ Wilson, M. (1996): Managing the change from marketing planning to customer relationship management. Long Range Planning, 29(5), 675-683	

	Wilson, R. M./ Gilligan, C. (2012): Strategic marketing management. Routledge

<table>
<tr><td colspan="3">Strategic Marketing Engineering [MSB.1.0368.0.P]</td></tr>
<tr><td>Examination:
[MSB.1.0368.0.P] Strategic Marketing Engineering</td><td>Course No:</td><td>ECTS-Punkte:
12</td></tr>
<tr><td>Recommended classification:
5th / 6th / 7th semester</td><td>Compulsory mark:
[WPF]</td><td>Language of instruction:
English</td></tr>
<tr><td>Module Leader:
Prof. Dr. Carmen-Maria Albrecht (Winter), Prof. Dr. Nils O. Ommen (Summer)</td><td>Module frequency:
[WiSe / SoSe]</td><td>How to register:</td></tr>
<tr><td colspan="3">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Carmen-Maria Albrecht, Prof. Dr. Nils O. Ommen</td></tr>
<tr><td>Learning Outcomes</td><td colspan="2">Learning objectives “Strategic Marketing Frameworks and Tools”:
• WHAT?
○ Students should be able to effectively use the fundamental frameworks, processes, and analysis tools of strategic marketing
• HOW?
○ …by understanding them and applying them in practice
• WHY?
○ ... to solve marketing problems and improve business performance.

Learning objectives “Digital Innovation & Business Models”:
• WHAT?
○ Students should be able to develop and launch innovative digital products, services and / or business models within an end-to-end responsibility,
• HOW?
○ …by collaborating in international and interdisciplinary teams, utilizing diverse methods in agile ways of working, and focusing on achieving customer-oriented results
• WHY?
○ ... to digitally enhance traditional products, services or business models in your personal future professional career.

Learning objectives “Marketing Projects”:
• WHAT?
○ Students should be able to critically analyze and solve (strategic) marketing-related problems for an external client organization
• HOW?
○ …by collaborating in international teams, utilizing diverse methods in project management, and focusing on achieving client-oriented results
• WHY?</td></tr>
</table>

	○ ... to develop practical, decision-making and project management experience and provide value to clients with your solution.
Type and length of examination	**"Strategic Marketing Frameworks and Tools"** • Individual and group assignments throughout the semester (50%) • Case study analysis at the end of semester (50%) **"Digital Innovation & Business Models"** • Individual and group assignments throughout the semester on selected course-related and practical topics (60%) • Executive Presentation: Illustration and critical discussion of core findings (40 %) **"Marketing Projects"** • Performance and collaboration during the semester (80%) • Final project presentation (20%) **Overall grade & workload in Module Strategic Marketing Engineering** • "Strategic Marketing Frameworks and Tools": 25% [3 ECTS] • "Digital Innovation & Business Models": 25% [3 ECTS] • "Marketing Projects": 50% [6 ECTS]
Teaching format	• Lecture • Presentations • Students teach students • Case study analysis • Discussions • Readings • Project work on a real world project for an external client
Teaching content	**Content "Strategic Marketing Frameworks and Tools"** • Competitive market analysis (with environmental analysis, company analysis, competitor analysis) • Identifying current and future competitive positions (with segmentation, targeting, and positioning principles and research, target market selection) • Competitive positioning strategies • Strategy implementation and control **Methods and Content "Digital Innovation & Business Models":** • **Agile project management** is widely used beyond IT, with the product owner playing a critical role in strategy, requirements, and result assessment. • The **product owner** must possess a comprehensive understanding of methods and maintain excellent communication with diverse stakeholders inside and outside the company, e.g. customers, development team, agencies, etc. ○ The lecture provides in-depth knowledge on how to effectively fulfill the product owner's responsibilities. ○ You will learn about the role and responsibilities of a product owner and the required skill set. • The course outlines the **roles and teams that collaborate** with the product owner in the development of digital products, services and / or business models.

	• Completing this course equips you with the **ability** to effectively navigate the complexities **of developing digital products, services and / or business models**. • Among other topics, the course will address the following subjects: o Definition of user problems using the approach of Design Thinking o Customer Experience Design o Prototyping & Lean Startup approach o Agile setting and way of working o Specific Product Owner tools o Principles of modern software engineering & tech architecture o Data Structure Modelling o Testing, QA and incident management o Data insights analysis o Go-to-market strategy and rollout operations o Value & Organizational Scaling **Marketing Project on a selected real-world challenge for a company**	
Workload	Face-to-face instruction (8 SWS): Preparatory and follow-up work by student: Total:	120 h 240 h 360 h
Requirements with regard to content	Basics in Marketing	
Formal requirements	Requirements for admission to the module examination: at least 72 CP.	
Recommended reading	Aaker, D. A., Moorman, Ch. (2023), Strategic Market Management, 12th edition. HBR (2011), HBR's 10 Must Reads on Strategy. HBR (2013), HBR's 10 Must Reads on Strategic Marketing. Hooley, G. et al. (2020) Marketing Strategy and Competitive Advantage, 7th edition. Lamarre, E., Smaje, K. Zemmel, R.W. (2023) The McKinsey guide to outcompeting in the age of digital and AI, 1st edition Lewrick, M., Link, P., Leifer, L. (2020) The Design Thinking Toolbox, 1st edition Lewrick, M., Link, P., Leifer, L. (2018) The Design Thinking Playbook, 1st edition Palmatier , R. W. , Sridhar S. (2017) Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics. Pichler, R. (2010) Agile Product Management with Scrum, 1st edition Patton, J. (2014) User Story Mapping: Discover the Whole Story, Build the Right Product, 1st edition	

	Sommerville, I. (2020) Engineering Software Products: An Introduction to Modern Software Engineering, 1st edition Winters, T., Manshreck, T., Wright, H. (2020) Software Engineering at Google: Lessons Learned from Programming Over Time, 1st edition Friedman, L. G. (2002) Go to Market Strategy, 1st edition Vajre, S., Brown, B. (2021) MOVE: The 4-question Go-to-Market Framework, 1st edition

Strategisches Marketing [MSB.1.0259.0.P]		
Prüfung: [MSB.1.0259.0.P] Strategisches Marketing	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ralf Schengber	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Roland Multhaup, Prof. Dr. Ralf Schengber		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • die relevanten Fragestellungen zur mittel- und langfristigen Marketingperspektive benennen, • das strategische Instrumentarium und anwenden, • eigenständig und in einer Gruppe strategische Fragestellungen bearbeiten und lösen.	
Prüfungsform und -umfang	Prüfungsform- und umfang: Klausur (75 min; 75% der Modulnote) und (Fallstudien-)Präsentation (25% der Modulnote)	
Lehrform	Seminaristischer Unterricht Freiarbeit und Präsentation Gruppenarbeit	
Lehrinhalte	• Strategisches Marketing: Spektrum des strategischen Marketings (von der Analyse über Marketingstrategien bis zu Strategien auf Marketing-Mix-Ebene) • Sektorales Marketing: Tiefergehende Behandlung ausgewählter Sektoren (z.B. B2C- oder B2B-Marketing, Onlinemarketing, Social-Media-Marketing) • Fallstudien: Eigenständige Bearbeitung konkreter Praxis-Fälle des strategischen Marketing • Marketingprojekt: Praxis- oder Forschungsprojekt in Gruppenarbeit	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120 h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Grundlagen des Marketings z. B. aus der Veranstaltung ‚Betriebswirtschaftliche Primärprozesse' aus dem zweiten Fachsemester	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	‚Marketing', Meffert, Burmann, Kirchgeorg, 13. Auflage, 2019 ‚Marketingmanagement', Homburg, 6. Auflage, 2016 ‚Marketingmanagement', Kotler, 15. Auflage, 2017	

<table>
<tr><td colspan="4">Sustainability and Ethics in Society and Economy [MSB.1.0261.0]</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prüfung
[MSB.1.0261.0.P] Sustainability and Ethics in Society and Economy</td><td>LV.-Nr.:</td><td>ECTS-Punkte:
12</td></tr>
<tr><td colspan="2">Empfohlene Einordnung:
5./6./7. Semester</td><td>Pflichtkennzeichen:
[WPF]</td><td>Lehrveranstaltungssprache:
Deutsch/Englisch</td></tr>
<tr><td colspan="2">Modulverantwortung:
Prof. Dr. Nina V. Michaelis</td><td>Modulturnus:
WiSe/SoSe</td><td>Information zur Anmeldung:</td></tr>
<tr><td colspan="4">Studierendenbetreuung:
Prof. Dr. Bert Kiel, Prof. Dr. Nina V. Michaelis, Cathrin Ruppe (M.A) und weitere Lehrende/Lehrbeauftragte</td></tr>
<tr><td>Qualifikationsziele</td><td colspan="3">Die Studierenden können
dem betriebswirtschaftlichen Prozess übergeordnete Fragestellungen und auftretende Konflikte strukturiert und differenziert diskutieren.
wirtschaftliche Entscheidungsprozesse anhand ethischer Grundsätze argumentativ diskutieren und reflektieren.
CSR-Instrumente – auch im Bereich des Social Marketing – diskutieren, anwenden und die Ergebnisse verständlich und überzeugend kommunizieren.
die speziellen Marketingherausforderungen von Regierungen, Nicht-Profitorganisationen und engagierten Bürgern bei der Beeinflussung sozial erwünschten Verhaltens erklären.
Kenntnisse im Bereich akademischer Forschung sowie wissenschaftliches Arbeiten durch die begleitete Erstellung von Haus- bzw. Projektarbeiten auf- bzw. ausbauen.
konstruktiv im Team an der Konzeptionierung bzw. Umsetzung von CSR Maßnahmen und Social Marketing- Kampagnen arbeiten.</td></tr>
<tr><td>Prüfungsform- und umfang</td><td colspan="3">100% Assignments (Haus- und Projektarbeiten, Moderation, Präsentation)</td></tr>
<tr><td>Lehrform</td><td colspan="3">Seminaristischer Unterricht mit hohem Aktivierungsgrad
Gruppenarbeiten/ Fallstudien
Projekte</td></tr>
<tr><td>Lehrinhalte</td><td colspan="3">Volkswirtschaftliche Fallstudien (2 SWS, Deutsch): Vertiefung der Inhalte aus dem gesamtwirtschaftlichen Bereich anhand von ausgewählten Fallstudien/Seminararbeiten
Business Ethics (2 SWS, Englisch): Anwendung von ethischen Theorien und Konzepten auf ausgewählte Fallstudien
Projekt (2 SWS, Deutsch): Anwendung von ausgewählten Instrumenten der CSR (Corporate Social Responsibility)
Social Marketing (2 SWS, Englisch): Anwendung von traditionellen Marketingkonzepten auf soziale Belange und das damit verbundene Verhalten.</td></tr>
<tr><td>Workload</td><td>Präsenzveranstaltung (8 SWS):
Studentische Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit:
Summe:</td><td colspan="2">120 h

240 h
360 h</td></tr>
</table>

Inhaltliche Voraussetzungen	erfolgreiche Teilnahme am Aufbaumodul Nachhaltiges Wirtschaften oder vergleichbare Leistungen
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.
Literaturempfehlungen	werden jeweils im Rahmen der Veranstaltung gegeben

Wirtschaftsprüfung [MSB.1.0333.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0333.0.P] Wirtschaftsprüfung	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Dirk Thoms-Meyer	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Gregor Solfrian, Prof. Dr. Olaf Tanto, Prof. Dr. Thoms-Meyer		

Qualifikationsziele	Die Studierenden • benennen die wichtigsten Berufsgrundsätze für Wirtschaftsprüfer, • können das risikoorientierte Prüfungsvorgehen erläutern und begründen, • kennen grundlegende Prüfungstechniken und können diese situationsabhängig und prüffeldbezogen anwenden, • können ihre Kenntnisse der Rechnungslegung und der Prüfungstechnik in Fallstudien anwenden und Aufgaben mittleren Schwierigkeitsgrades einer fachlich fundierten Lösung zuführen und • kennen die wichtigsten Methoden der Unternehmensbewertung (Ertragswertverfahren, DCF-Verfahren und Multiplikatorverfahren) und können diese in Fallstudien anwenden. Sie verstehen den Einfluss der Bewertungsannahmen auf den Unternehmenswert.	
Prüfungsform und -umfang	Klausur (120 Min.)	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Übungsfälle/ Fallstudien	
Lehrinhalte	• Prüfungswesen (Berufsrecht, risikoorientierter Prüfungsansatz, Prüfungsurteil) [24 Kontaktstunden] • Prüfungstechnik (Prüfungsmethoden und -techniken; Anwendung auf HGB-Rechnungslegung) [24 Kontaktstunden] • Unternehmensbewertung nach IDW S 1 [24 Kontaktstunden] • Fallstudien-Seminar (zu Rechnungslegung und Prüfung) [24 Kontaktstunden]	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Kenntnisse der handels- und steuerrechtlichen Rechnungslegung, wie sie in den Aufbaumodulen Rechnungswesen und Steuern vermittelt werden.	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	HGB, Kommentare, IDW-Standards, Internet und Lehrbücher, insb. Marten/ Quick/ Ruhnke: Wirtschaftsprüfung, Schäffer-Poeschel Ballwieser: Unternehmensbewertung, Schäffer-Poeschel Hommel/ Dehmel: Unternehmensbewertung case by case Peemöller: Praxishandbuch der Unt.-bewertung, nwb Henselmann/ Kniest: Unt.-Bew.: Praxisfälle mit Lösungen, nwb	

Wirtschaftsrecht III [MSB.1.0342.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0342.0.P] Wirtschaftsrecht III	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 5./6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [WPF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Rainer Herzog	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Prof. Dr. Rainer Herzog, Prof. Dr. Andrea Kersting		

Qualifikationsziele	Die Studierenden sollen • solide, praktisch verwertbare Rechtskenntnisse in ausgewählten Bereichen erwerben und in einer für die Praxis geeigneten Weise einsetzen können, • Recht als Instrument zur Regelung gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Probleme begreifen und bewerten können, • Sicherheit im Umgang mit juristischen Arbeitstechniken erwerben und diese Techniken verlässlich anwenden können, • einen sicheren Umgang mit Urteilen, juristischer Literatur und elektronischen Datenbanken erwerben und diese Quellen kontextbezogen einsetzen können und • befähigt werden, sich in unbekannte Sachverhalte einzuarbeiten und diese in begrenzter Zeit mit dem zuvor selbst erworbenen Wissen sachgerecht zu lösen.	
Prüfungsform und -umfang	Referat (max. 15 Textseiten): 20 % der Modulnote Präsentation (15 Min.): 5 % der Modulnote Klausur (120 Min.): 75 % der Modulnote	
Lehrform	• Seminaristischer Unterricht • Exkursion (Landgericht Münster, Kammer für Handelssachen) • Präsentation	
Lehrinhalte	• Ausgewählte Bereiche des privaten Wirtschaftsrechts • Aspekte des internationalen Rechts	
Workload	Präsenzveranstaltung (8 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	120h 240 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Gute Kenntnisse des… • Bürgerlichen Rechts (1. bis 3. Buch des BGB) • Handels- und des Gesellschaftsrechts	
Formale Voraussetzungen	Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung sind mind. 72 LP und das Bestehen sämtlicher Modulprüfungen des ersten und zweiten Semesters.	
Literaturempfehlungen	Berens/ Engel (Hrsg.): Wichtige Wirtschaftsgesetze für Bachelor/ Master Band 1, aktuelle Auflage	

Transfermodul [MSB.1.0263.0.P]		
Prüfung [MSB.1.0263.0.P] Transfermodul	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** **5**
Empfohlene Einordnung: 5./6. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller	**Modulturnus:** WiSe/SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Alle Lehrenden. Für das Transfermodul müssen sich Studierende eine/n Hochschullehrer*in als Betreuer*in suchen.		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • ausgewählte Vorlesungsinhalte z.B. aus einem oder mehreren Erweiterungsmodulen auf einen praktischen Fall, ein praktisches Beispiel übertragen, • Fachthemen strukturiert schriftlich aufbereiten und dabei wissenschaftliche Grundregeln berücksichtigen und • ihr eigenes und ggf. das Handeln in Unternehmen kritisch reflektieren.	
Prüfungsform und -umfang	• Etwa 15-seitige schriftliche Ausarbeitung (Bericht)	
Lehrform	• Praktikum in einem Unternehmen • Hochschulinterne Fallstudie	
Lehrinhalte	• Die Fachinhalte können aus allen im Bachelor Betriebswirtschaft gelehrten Fachrichtungen kommen. • Im Falle eines Praktikums kann sich das Transfermodul damit beschäftigen, die Inhalte des Praktikums mit den in der Vorlesung erlernten Inhalten abzugleichen und kritisch zu hinterfragen bzw. bewusst Vorlesungsinhalte bestmöglich in der Praxis anzuwenden. • Im Falle einer hochschulinternen Fallstudie soll in dieser dargestellt werden, wie ausgewählte Vorlesungsinhalte auf ein fiktives Beispiel angewendet werden können. • Die Inhalte des Praktikums oder der Fallstudie können eine Vorarbeit für die Thesis darstellen oder ausgewählte Aspekte der Thesis vertiefen.	
Workload	Präsenzveranstaltung (0 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	0 h 150 h 150 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	keine	
Literaturempfehlungen	Winter, Wolfgang: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben. Aktuelle Auflage, München (Achtung: Für die schriftliche Ausarbeitung sind zusätzlich die individuellen Formalia, z.B. für die Zitierweise, der betreuenden Hochschullehrer zu beachten.)	

Praxissemester []		
Prüfung [] Praxissemester	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 30
Empfohlene Einordnung: 5. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Rainer Herzog	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:**
Studierendenbetreuung: Hauptamtlich Lehrende des Fachbereichs		

Qualifikationsziele	Die Studierenden können • berufspraktische Problemstellungen im Unternehmen selbständig unter Begleitung ihres Praktikumsbetreuers unter Anwendung der bisher im Studium erlangten Kompetenzen lösen, • die im Studium erlernten Modelle und Methoden zur Lösung berufspraktischer Problemstellungen anwenden, • Lösungspraktiken der Praxis auf Basis der im Studium entwickelten Kompetenzen kritisch reflektieren, • in ihrem Entscheidungsprozess bei der Wahl der weiteren Studienschwerpunkte und ihrer zukünftigen Berufstätigkeit durch Erfahrungen im Praktikum voranschreiten.	
Prüfungsform und -umfang	Praktikumsbericht, 15 – 20 Seiten netto (ohne Abbildungen, Tabellen, Anhang)	
Lehrform	Begleitetes Praktikum	
Lehrinhalte	Berufspraktische Tätigkeiten und/ oder Projekte	
Workload	Präsenzveranstaltung (0 SWS): Studentische Vor- und Nachbereitung: Summe:	800 h (Praktikum) 100 h 900 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Empfehlung: Belegung Aufbau- und/oder Erweiterungsmodule des Bereichs, in dem Praktikum durchgeführt wird	
Formale Voraussetzungen	80 CP müssen erworben worden sein und alle Prüfungen der beiden ersten Fachsemester müssen bestanden sein.	
Literaturempfehlungen	keine	

Bachelorarbeit []		
Prüfung [] Bachelorarbeit	**LV.-Nr.:** -	**ECTS-Punkte:** 12
Empfohlene Einordnung: 6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:**
Modulverantwortung: Prof. Dr. Rainer Herzog	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:** Anmeldung erfolgt über Formblatt, das auf der Seite des Prüfungsamts heruntergeladen werden kann
Studierendenbetreuung: Hauptamtlich Lehrende des Fachbereichs		
Qualifikationsziele	Die Studierenden können • eine wissenschaftliche Arbeit verfassen, in der sie unter Verwendung adäquater wissenschaftlicher Methoden, • eine umfangreichere betriebs- oder volkswirtschaftliche Fragestellung eigenständig und theoretisch fundiert in einer vorgegebenen Frist lösen.	
Prüfungsform und -umfang	Bewertet wird die vorgelegte schriftliche Ausarbeitung.	
Lehrform	-	
Lehrinhalte	Betriebswirtschaftliche Fachgebiete und angrenzende Bereiche (VWL, IT, Recht, Steuern, Mathematik/ Statistik)	
Workload	Präsenzveranstaltung (0 SWS): Selbstorganisiertes Arbeiten: Summe:	0 h 360 h 360 h
Inhaltliche Voraussetzungen	Es wird empfohlen, im Themengebiet der Thesis mindestens ein Erweiterungsmodul belegt zu haben.	
Formale Voraussetzungen	Nachweis von mindestens 96 Leistungspunkte aus Modulprüfungen gemäß § 6 BB PO 2015	
Literaturempfehlungen	keine	

Kolloquium []		
Prüfung [] Kolloquium	**LV.-Nr.:**	**ECTS-Punkte:** 1
Empfohlene Einordnung: 6./7. Semester	**Pflichtkennzeichen:** [PF]	**Lehrveranstaltungssprache:** deutsch, englisch
Modulverantwortung: Prof. Dr. Wieland Appelfeller	**Modulturnus:** WiSe/ SoSe	**Information zur Anmeldung:** Der Prüfungstermin wird mit dem Betreuer/der Betreuerin abgestimmt und durch diesen/diese dem Prüfungsamt mitgeteilt.

Studierendenbetreuung: -		
Qualifikationsziele	Die Studierenden können: • eine selbständig zu einer betriebs- oder volkswirtschaftlichen Fragestellung verfasste wissenschaftliche Arbeit adressatengerecht vorstellen, indem sie die Ziele der Arbeit verständlich darlegen, die Struktur der Arbeit begründen, die zentralen Ergebnisse zusammenfassen und ihre Schlussfolgerungen argumentativ vertreten und • im Rahmen einer Diskussion Inhalte ihrer Abschlussarbeit kritisch reflektieren und Fragen im Umfeld der Arbeit beantworten.	
Prüfungsform und -umfang	Mündliche Prüfung	
Lehrform	-	
Lehrinhalte	Betriebswirtschaftliche Fachgebiete und angrenzende Bereiche (VWL, IT, Recht, Steuern, Mathematik/ Statistik)	
Workload	Präsenzveranstaltung (0 SWS): Studentische Vorbereitung: Summe:	0 h 30 h 30 h
Inhaltliche Voraussetzungen	keine	
Formale Voraussetzungen	• Nachweis der in § 7 Absatz 3 (BB PO 2015) genannten Voraussetzungen für die Zulassung zur Bachelorarbeit • Bewertung der Bachelorarbeit mit mindestens „ausreichend“ (4,0)	
Literaturempfehlungen	keine	