



Modulhandbuch Studiengang Bachelor International Business & Culture

(PO 2024)

Hochschule Emden/Leer
Fachbereich Wirtschaft

(Stand: 24. Juli 2024)

Inhaltsverzeichnis

1	Abkürzungen der Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaft	3
2	Modulverzeichnis	3
2.1	Pflichtmodule	4
	Allgemeine BWL	4
	Buchführung	6
	Project Management (engl.)	7
	Studium generale	8
	Volkswirtschaftslehre	9
	Wirtschaftsenglisch I	10
	Externes Rechnungswesen	11
	Innovation and Service Management (engl.)	13
	Kostenrechnung	15
	Organisation & Personal	16
	Purpose	18
	Wirtschaftsenglisch II	20
	Communication and Presentation Skills	21
	Investition und Finanzierung	22
	Marketing (engl.)	24
	Production and Logistics	25
	Wirtschaftsenglisch III	27
	Wirtschaftsinformatik	28
	Einführung in das praktische Studiensemester	29
	Praxisanalyse/Praxisphasen-Vorbereitung	30
	Praxisphase	31
	Methoden	32
	Wissenschaftliches Arbeiten	33
	Bachelorarbeit mit Kolloquium	35
2.2	Wahlpflichtmodule	36
	WPM Cases in Managerial Accounting (engl.)	36
	WPM Digital Marketing Seminar (engl.)	37
	WPM Globalization & Financial Markets (engl.)	38
	WPM International Business Communication (engl.)	40
	WPM International Human Resource Management (engl.)	41
	WPM International Marketing (engl.)	42
	WPM International Mergers and Acquisitions (engl.)	44
	WPM Managing Across Cultures (engl.)	46
	WPM Reverse Logistics / Circular Economy (engl.)	47

1 Abkürzungen der Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaft

BBC	Bachelor International Business & Culture
BBM	Bachelor Business Management (Betriebswirtschaftslehre)
BBW	Bachelor Betriebswirtschaft
BBWD	Bachelor Betriebswirtschaft (dual)
BDM	Bachelor Digital Management
BES	Bachelor Energy & Sustainability
BIBA	Bachelor International Business Administration
BWP	Bachelor Wirtschaftspsychologie
MAM	Master Advanced Management
MBM	Master Business Management
MMC	Master Management Consulting

2 Modulverzeichnis

2.1 Pflichtmodule

Modulbezeichnung	Allgemeine BWL	
Modulbezeichnung (eng.)	General Business Administration	
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BDM, BES, BIBS	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden	
Lehr- und Lernmethoden	Selbststudium anhand Videos und Übungsoberfläche, Vorträge, Diskussion, Tutorien, Planspiele	
Modulverantwortliche(r)	Reinhard Elsner	
Qualifikationsziele Die Studierenden • erhalten einen wichtigen und grundlegenden Überblick über die einzelnen Teilgebiete der BWL, • werden im Rahmen dieser Lehrveranstaltung befähigt, die unterschiedlichen Bereiche der BWL einzuordnen und gegeneinander abzugrenzen und • können, die Theorien gegeneinander abzuwägen und zielgerichtet für Ihren speziellen Studiengang für betriebstypische Situationen anzuwenden		
Lehrinhalte 1. Grundlagen (Definitionen, Abgrenzung, Geschichte, Strukturen, Prinzipien und Herausforderungen) 2. Strategisches Management (Grundlagen, Geschichte, Ansätze der Strategieentwicklung insbes. Abgrenzung HR-/International & Culture, Digital, Energy & Sustainability im Business Management) 3. Betriebswirtschaftliche primäre Funktionen 3.1.Marketing und Sales (Grundlagen, Ziele, Aufgaben, Käuferverhalten, Politik, Analysen und Planungsmethoden) 3.2.Logistik und Produktion (Grundlagen, Material- und Produktionswirtschaft, Logistiksysteme, Produktionsplanung und -steuerung, Supply Chain Management) 3.3.Finanzwirtschaft (Geschichte und Grundlagen, Investition und Finanzierung) 4. Betriebswirtschaftliche unterstützende Funktionen 4.1.Rechnungswesen (Grundlagen, Geschichte, Stellung im Unternehmen, Abgrenzung Wirtschaftsprüfung, internes und externes Rechnungswesen) 4.2.Controlling (Grundlagen und Funktionen, Ansätze und Tools, Balanced Score Card) 4.3.Organisation (Grundlagen und Organisationsformen, HR-Management und -Leadership/Führung) 4.4.Digital- und Wissensmanagement (Grundbegriffe, IT-Systeme und Beispiele) Zum Einsatz kommen planspielerische haptische Lernelemente, in denen eine gegebene Unternehmenssituationen spielerisch betrachtet und optimiert wird.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt, sowie: 1.Wöhe: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Auflage, 2022, München 2.Straub: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 3. Auflage, 2020, München		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS

Modulbezeichnung	Buchführung	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BBC, BBM	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortliche(r)	Claudia Folkerts	
Qualifikationsziele • Erlernen der Buchführungs- und Abschlusstechnik • Das Modul Buchführung versetzt die Studierenden in die Lage, die Buchführungs- und Abschlusstechnik zu beherrschen. Des weiteren wird die Fähigkeit erlernt, Geschäftsvorfälle zu analysieren und in Form von Buchungssätzen aufzuzeichnen. Darüber hinaus sollen die Studierenden in der Lage sein, die Auswirkung jeden Geschäftsvorfalles auf das Jahresergebnis und die Liquidität aufzuzeigen. • Die Vermittlung von Fachkompetenzen, die die Grundlage für weitergehende Studien bilden, steht hier im Vordergrund der Veranstaltung.		
Lehrinhalte • Das Modul Buchführung umfasst die Buchung auf Bestands- und Eigenkapitalkonten, die Buchungen auf gemischten Konten und die Grundlagen der Buchungen im Ein- und Verkaufsbereich. Erlernt werden die buchmäßige Erfassung von zeitlichen Abgrenzungen, Abschreibungen und Wertberichtigungen, Personalkosten und Steuern sowie die Buchungen des Wertpapierverkehrs und der langfristigen Verbindlichkeiten. • Das Gelernte wird anhand praxisnaher Übungen in der Vorlesung vertieft		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt;		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Claudia Folkerts	Buchführung	4

Modulbezeichnung	Project Management (engl.)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	none	
Empf. Voraussetzungen	none	
Verwendbarkeit	BBC, BIBS	
Prüfungsart und -dauer	Hausarbeit: Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10 - 15 Seiten mit Präsentation (15 Minuten)	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Gruppenarbeit, Übungen, Fallstudien	
Modulverantwortliche(r)	Olaf Passenheim	
Qualifikationsziele Die Studierenden verfügen über Kenntnis wesentlicher Grundelemente des klassischen und agilen Projektmanagements (PM). Sie haben Kenntnis von der Bedeutung und dem Wert des PM im Arbeitsleben und bei der Bewältigung von Fachaufgaben. Die Studierende haben ein Verständnis und die Kenntnis grundlegender Begriffe im Themenbereich, verschiedener Arten und Aufbauorganisationsformen von Projekten, der Abläufe und der wesentlichen Prozesse im Projektmanagement. Die Bearbeitung von Problemstellungen in Projekten hat heute in der Berufspraxis einen großen Raum eingenommen. Deshalb sind entsprechende Projektmanagement-kenntnisse die Grundlage zur erfolgreichen Organisation, Durchführung und Steuerung von Projekten.		
Lehrinhalte • Grundlagen des Projektmanagements: Planung, Organisation und Steuerung von Projekten • Projektvorgehensmodelle: Klassisch vs. Agil • Vertieftes Verständnis von SCRUM • Organisation und Aufgaben des Projektmanagements • Projektteam und Projektverantwortung • Projektstrukturierung, Projektphasen, Meilensteine • Projektplanung, Werkzeuge der Projektplanung (Gantt u. a.), Grundlagen der Netzplantechnik - Risikoanalyse von Projekten • Projektabwicklung, Projektcontrolling und Projektabschluss		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Kerzner (2022): Project Management Case Studies, Wileys. Passenheim (2014): Project Management, Kopenhagen. Schwaber, Sutherland (2020): Scrum Guide, Scrum.Org.		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Olaf Passenheim	Project Management (engl.)	4

Modulbezeichnung	Studium generale	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul Studium Generale: Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BDM, BES	
Prüfungsart und -dauer	Je nach gewählter Veranstaltung	
Lehr- und Lernmethoden	Je nach gewählter Veranstaltung	
Modulverantwortliche(r)	Frauke Freesemann	
Qualifikationsziele		
• die Studierenden erlernen die Möglichkeiten und Grenzen interdisziplinärer Zusammenarbeit im Dialog mit Studierenden und Lehrenden anderer Fachrichtungen zu erfahren • das Studium Generale liefert den Studierenden Denkanstöße und ein tiefgehendes Verständnis für Problemstellungen, Erkenntnisinteressen und Lösungsansätze aus der Perspektive unterschiedlicher Fachdisziplinen. • die Studierenden erwerben Zukunftskompetenzen, die im Rahmen eines Fachstudiums nur eingeschränkt vermittelt werden können • die Studierenden werden auf reale und komplexe Aufgaben in einer interdisziplinären und sich kontinuierlich verändernden Lebens- und Arbeitswelt vorbereitet • die Studierenden werden befähigt miteinander und voneinander zu lernen, Routinen und Festgefahrenes aufzubrechen und sich bewusst aus der eigenen Komfortzone herauszuwagen		
Lehrinhalte		
• Es werden verschiedene ausgewiesenen zertifizierten Veranstaltungen angeboten. • Das aktuelle Programm kann der Homepage entnommen werden. • Das komplette Konzept ist der Anlage **x **ersichtlich		
Literatur		
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Wird der jeweiligen Veranstaltung angepasst		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
alle Dozierenden der Hochschule	Studium generale	4

Modulbezeichnung	Volkswirtschaftslehre	
Modulbezeichnung (eng.)	Economics	
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BES, BDM, BIBS	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden	
Lehr- und Lernmethoden	Interaktive Vorlesung	
Modulverantwortliche(r)	Reiner Osbild	
Qualifikationsziele Die Studentinnen und Studenten lernen die Grundlagen der Funktionsweise moderner Volkswirtschaften kennen. Sie lernen Grundlagen der wissenschaftlichen Methodik kennen. Sie können die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen, unter denen sich ihre berufliche Aktivität abspielt, analysieren und bewerten. Sie können ökonomische Denkmuster mit verhaltenspsychologischen Denk- und Verhaltensweisen kombinieren. Sie können aktuelle Themen anhand von ökonomischen Theorien verstehen und einbinden		
Lehrinhalte Lerninhalte sind volkswirtschaftliche Methodik (Daten, Theorien, Modelle; wissenschaftliche Grundprinzipien) Wirtschaftssysteme, Angebot und Nachfrage, Marktformen, Staatliche Eingriffe in Märkte, Öffentliche Güter, Externe Effekte, Verteilung, Außenhandel, BIP, Geldtheorie, Inflation, Wachstum, Fiskal- und Geldpolitik, Währungspolitik.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Mankiw, N.G./ M.P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, derzeit 8.A., ggfs. ergänzende Literatur nach Maßgabe der Dozenten.		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Reiner Osbild	Volkswirtschaftslehre	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch I	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Sprachniveau niedriges B2	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BBC	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortliche(r)	Carmen Nemeth	
Qualifikationsziele Das Modul stellt den Einstieg in insgesamt 3 Semester Wirtschaftsenglisch für BIBA/IBCM bzw. eine 4SWS-Veranstaltung für BWL dar und erarbeitet Kenntnisse und Kompetenzen im BereichWirtschafts- sprache. Sofern thematisch dargestellt, findet die interkulturelle Kompetenz im Zuge einer internationa- lisierten Arbeitswelt besondere Berücksichtigung.		
Lehrinhalte Inhalte der Veranstaltung sind ausgewählte Themen aus dem Arbeitsleben (Personal, Produktion, Kun- denkontakte, Marketing und Finanzierung). Die Veranstaltung versetzt die Studierenden in die Lage, ent- sprechende Zusammenhänge in der Fremdsprache auf einem guten B1-Niveau mündlich und schriftlich sowohl auszudrücken als auch zu verstehen.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Career Express 1. Buch, Kap. 1-10 (BIBA) bzw. The Business 2.0 (ICBM + BWL)		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Carmen Nemeth	Wirtschaftsenglisch I	4

Modulbezeichnung	Externes Rechnungswesen
Modulbezeichnung (eng.)	Financial Accounting
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Pflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	Buchführung
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	BBC, BBM
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung
Modulverantwortliche(r)	Knut Henkel
Qualifikationsziele • Die Studierenden kennen die Grundzüge der für die Erstellung eines Jahresabschlusses relevanten Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB). • Der Schwerpunkt liegt auf dem HGB-Abschluss; zudem wird der IFRS-Abschluss kurz angesprochen. • In der Veranstaltung steht die Vermittlung von Fachkompetenzen im Vordergrund	
Lehrinhalte • Das Modul behandelt die Grundlagen sowohl der Finanz- als auch der Nachhaltigkeitsberichterstattung gem. HGB, wobei der Schwerpunkt auf der Finanzberichterstattung liegt. • Konkret werden folgende Themenbereiche abgedeckt: 1. Finanzberichterstattung: Grundlagen der Bilanzierung, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB), die allgemeinen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze sowie Grundzüge zu Anhang und Lagebericht. 2. Grundzüge der Nachhaltigkeitsberichterstattung gem. CSRD und EU TaxonomieVO • Finanzberichterstattung: Die allgemeinen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden zudem für jede einzelne Bilanz- und GuV-Positionen separat dargestellt. • Zu sämtlichen Themenbereichen werden wesentliche Veranstaltungsinhalte anhand praxisnaher Übungen aufbereitet und vertieft.	

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt.

Hauptliteratur:

- Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Bilanzen, Düsseldorf
- Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Bilanzen Bilanzanalyse, Düsseldorf

Weitere Literatur (Auszug):

- Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart
- Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen, Stuttgart
- Neuste Auflage: Wöhe, Günther/Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, 6. Abschnitt (A. und B.)
- Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen, Stuttgart
- Neuste Auflage: Wöhe, Günther/Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, 6. Abschnitt (A. und B.)

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Knut Henkel	Externes Rechnungswesen	4

Modulbezeichnung	Innovation and Service Management (engl.)
Modulbezeichnung (eng.)	
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Pflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	none
Empf. Voraussetzungen	none
Verwendbarkeit	BBC
Prüfungsart und -dauer	50% team presentation (30 min. incl. discussion) 50% 1-hour written exam (individual part)
Lehr- und Lernmethoden	Lecture, exercises, case studies, discussions, workshops
Modulverantwortliche(r)	Florian Dorozalla

Qualifikationsziele

The module consists of two separate, but equally weighted parts: Innovation Management and Service Management.

Innovation Management Knowledge and understanding: Students are able to analyze companies' degree of innovation. They can separate different types of innovation and understand the relevance of disruptive dynamics within industries and markets. Skills & professional application: Students are enabled to structure and design a corporate innovation management approach. They can implement various methods of generating new knowledge for organizations. They are able to focus on different sources of innovation depending on the organizational goals and backgrounds. Communication and cooperation: The students will join groups for discussions and case studies fostering intragroup as well as intergroup exchange processes. Presentations will allow to facilitate students' personal development when communicating with groups.

Service Management Knowledge and understanding: The students know and understand the particularities of the various types of services in contrast to physical products and their implications for service management. This includes the concept of (digital) servitization. Skills & professional application: The students are able to develop new services using a design thinking approach. Based on this, they experience and live all elements of service management first hand. Communication and cooperation: The students run service management as a team project and can prepare and hold a team presentation on this. They are also able to identify, contact and integrate key partners necessary for successful service provision.

Lehrinhalte

Innovation Management: Students will understand the central role of innovation management as a driver for competitive advantage. Beside the different phases of innovation management as for instance discussed by the stage gate model, a focus will be on consumer driven innovation as well as disruptive innovation. This module will impart theoretical fundamentals and methods to analyze the level of innovation of a company. We will use presentations, case studies (partly in cooperation with local companies) and exercises.

Service Management: Linking service management to innovation management, the students will build teams and design a new service of their choice using design thinking principles. Based on this, they will develop a complete service offering considering and designing all vital elements, e.g. processes, people, partners etc. They will cover the whole service provisioning process from resource deployment through customer integration, quality assurance, and service recovery.

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Excerpts from:

- Bordoloi, S./ Fitzsimmons, J./ Fitzsimmons, M.: Service Management: Operations, Strategy, Information Technology. McGrawHill, latest edition.
- Goffin, K./Mitchell, R.: Innovation Management: Effective Strategy and Implementation. Bloomsbury Academic, latest edition.
- Tidd, J./Bessant, J.: Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. Wiley, latest edition.
- Zeithaml, V./ Bitner, M.J./ Gremler, D./ Mende, M.: Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGrawHill, latest edition.

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Florian Dorozalla and Henning Hummels	Innovation and Service Management	

Modulbezeichnung	Kostenrechnung	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Externes Rechnungswesen	
Verwendbarkeit	BBC, BBM	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortliche(r)	Carsten Wilken	
Qualifikationsziele Alle Verantwortlichen in Unternehmen haben irgendwann in ihrer Karriere Kontakt mit der Kostenrechnung. Das Modul hat zum Ziel, die Studierenden hierauf vorzubereiten, indem die grundlegenden Kenntnisse der Kostenrechnung vermittelt werden. Die Studierenden sollen dabei in die Lage versetzt werden, die Prinzipien der Kostenrechnung auf konkrete Problemstellungen anwenden sowie deren Wirkungsweise und Zusammenhänge erkennen und beurteilen zu können.		
Lehrinhalte Rolle der Kostenrechnung im betrieblichen Rechnungswesen Bereiche der Kostenrechnung (Kostenarten-, -stellen- und -trägerrechnung) Systeme der Kostenrechnung (Vollkosten- und Teilkostenrechnung, Ist-, Normal- und Plankostenrechnung)		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Schmidt, A.: Kostenrechnung; 9. Aufl.; Stuttgart 2022 Friedl., G.; Hofmann, C.; Pedell, B.: Kostenrechnung; 4. Aufl.; München 2022 Graumann, M.: Kostenrechnung und Kostenmanagement; 7. Aufl.; Herne 2021		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Carsten Wilken	Kostenrechnung	4

Modulbezeichnung	Organisation & Personal
Modulbezeichnung (eng.)	Organisation & Human Resources
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Pflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BDM, BES, BIBS
Prüfungsart und -dauer	Klausur: einstündige Klausur, 75% der Leistung Referat: Vortrag von ca. 15 Minuten, 25% der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Gruppenarbeit, Übungen
Modulverantwortliche(r)	Olaf Passenheim

Qualifikationsziele

Die Studierenden erlangen Kenntnisse in Theorien und Praktiken der Organisationsgestaltung und Personalmanagement. Sie entwickeln Fähigkeiten zur Analyse und Gestaltung organisatorischer Strukturen und Prozesse, zur Personalplanung, -auswahl und -entwicklung sowie zur Bewertung und zum Management von Personalperformance. Die Teilnehmer werden somit in die Lage versetzt, Organisation und Personalwirtschaft als wesentliche Bestandteile des Managements von Unternehmen zu verstehen. Zudem sollen sie die wichtigsten Gestaltungsalternativen hinsichtlich dieser Funktionen - auch anhand ausgewählter Fallbeispiele - kennenlernen.

Vorlesungsteil 1: Organisation

1. Zusammenhang zwischen Management, Strategie, Organisation, Personalmanagement
2. Grundlagen der Organisationsgestaltung
3. Aufbauorganisation
4. Prozessorganisation
5. Unternehmenskulturen

Vorlesungsteil 2. Personal

- 2.1. Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalfreisetzung
- 2.2. Personalauswahl
- 2.3. Personalbeurteilung
- 2.4. Personalentwicklung
- 2.5. Anreizsystem und Entlohnung
- 2.6. Personalfreisetzung

Lehrinhalte

Studierende sind nach Abschluss des Kurses in der Lage, die wesentlichen Rahmenbedingungen der Organisationsgestaltung zu beschreiben, die Einheiten der Organisationsstruktur und deren Beziehungen zu erläutern sowie Organisationseinheiten und -strukturen zu beurteilen.

Nach dem Abschnitt Personal können die Studierenden die wesentlichen personalwirtschaftlichen Funktionen zu erläutern, Gestaltungsalternativen in den personalwirtschaftlichen Funktionen zu erklären und die gewonnenen Erkenntnisse auf praxisbezogene Fallbeispiele anzuwenden;

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Stock-Homburg, Groß (2019): Personalmanagement. Springer Gabler Wiesbaden, 2. Aufl. Vahs (2023): Organisation. Schäffer-Poeschel, 11. Aufl.

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Olaf Passenheim	Organisation & Personal	4

Modulbezeichnung	Purpose
Modulbezeichnung (eng.)	Purpose
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Pflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BDM, BES
Prüfungsart und -dauer	Portfolioprüfung Präsentation p.P. ca. 30 min., 60 % der Leistung Schriftliche Ausarbeitung ca. 10 Seiten, 40 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Vorlesung und praktische Gruppenarbeiten
Modulverantwortliche(r)	Anne Schweizer

Qualifikationsziele

Verstehen. Theoretisches Verständnis: Purpose ('Sinn' oder 'Zweck') kann als zentrales Steuerungselement von Organisationen genutzt werden. Ohne Sinn funktionieren Unternehmen nicht, ohne Sinn könnte keine einzige Entscheidung in einer Firma getroffen werden. Sinn braucht es, um Komplexität zu reduzieren. Die Studierenden entwickeln hiervon ausgehend ein tiefgreifendes Verständnis von Purpose, welches über die Begriffsdefinition hinausgeht und sich insbesondere auf die Entwicklung von Purpose sowie Beispiele erstreckt. Sie sollen die Bedeutung und den Wert von 'Purpose' in verschiedenen Kontexten von der Organisationsführung bis zu persönlicher Karriereplanung erfassen können.

Verantworten. Kritische Reflexion über Purpose & Bewertung der Auswirkungen: Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, Purpose kritisch zu reflektieren, einschließlich der sich darstellenden Herausforderungen sowie ethischer Bedenken. Sie lernen, den Einfluss von Purpose auf Individuen und Organisationen zu bewerten, darunter deren Einfluss auf Motivation, Leistung und soziale Verantwortung.

Interagieren. Kommunikation und Präsentation: Die Studierenden lernen, ihre Erkenntnisse und Gedanken zum Thema wahrzunehmen um sie klar und überzeugend kommunizieren und präsentieren zu können. Sie üben die Interaktion mit anderen, z.B. durch den Austausch und die Diskussion über Ideen und Konzepte.

Gestalten. Strategien zur Identifikation von Purpose: Die Studierenden erlernen Strategien zur Identifizierung und Entwicklung ihres eigenen Purpose und Entfaltung dessen in Organisationen. Sie erlernen Strategien zur Gestaltung von Karrierewegen gemäß des persönlichen Purpose, z.B. für Führungsaufgaben. Die Organisationsentwicklung wird vor dem Hintergrund von 'Purpose' ebenfalls betrachtet; hierzu werden Unternehmen in Verantwortungseigentum analysiert. Praktische Gestaltungselemente erlernen bzw. erproben die Studierenden durch Planspiele bzw. Team-Interaktionen.

Lehrinhalte

Grundlagen: Definition, historische Entwicklung und Anwendung in verschiedenen Kontexten wie Karriereplanung und Organisationsführung. Strategien und Tools zur Entwicklung von Organisations- und persönlichem Purpose.

Identifizierung und Analyse: Einführung in Strategien zur Identifizierung und Artikulation von persönlichem und organisatorischem Purpose, Auswertung von Fallstudien und Interviews.

Kritische Reflexion und Bewertung: Auseinandersetzung mit möglichen Nachteilen, ethischen Bedenken und Auswirkungen von Purpose.

Durchführung von Teamarbeiten mit dem Ziel, die theoretisch vermittelten Inhalte hinterfragen und vertiefen zu können. Kommunikationsskills werden ebenso gefördert, wie die Fähigkeiten zu präsentieren. Die Studierenden lernen, sich selbst und ihre Teammitglieder zu hinterfragen und mit anderen Meinungen und Haltungen respektvoll umzugehen. Die Integration verschiedener Perspektiven in Entscheidungsprozesse wird dadurch gefördert.

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Fink, F.; Moeller, M.: Purpose Driven Organizations. Sinn, Selbstorganisation, Agilität Buce, A.; Jeromin, C.: Corporate Purpose - Das Erfolgsrezept der Zukunft. Wie sich mit Haltung Gemeinwohl und Profitabilität verbinden lassen Laloux, F.: Reinventing Organisations. Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Verschiedene	Purpose	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch II	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Sprachniveau niedriges B2	
Verwendbarkeit	BBC	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortliche(r)	Carmen Nemeth	
Qualifikationsziele Das Modul stellt die Fortsetzung des entsprechenden Moduls I dar und soll die Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich Wirtschaftssprache erweitern. Sofern thematisch dargestellt, findet die interkulturelle Kompetenz im Zuge einer internationalisierten Arbeitswelt besondere Berücksichtigung.		
Lehrinhalte Inhalte der Veranstaltung sind ausgewählte Themen aus den vier Kernbereichen des Betriebs: Produktion, Logistik, Rechnungswesen und Personal mit den dazugehörigen Fachtermini und Dokumenten. Ebenso werden behandelt: Unternehmensformen, Nachhaltigkeit und internationaler Handel. Die Veranstaltung versetzt die Studierenden in die Lage, entsprechende Zusammenhänge in der Fremdsprache mündlich und schriftlich sowohl auszudrücken als auch zu verstehen.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Career Express 1. bzw. 2. Buch		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Carmen Nemeth	Wirtschaftsenglisch II	4

Modulbezeichnung	Communication and Presentation Skills	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	none	
Empf. Voraussetzungen	none	
Verwendbarkeit	BBC	
Prüfungsart und -dauer	Presentation (draft, handout, presentation) and minor test. Draft - 1 page (5 %,) Handout - 2 pages (10%) Presentation - 15 - 25 minutes (70 %) and Test (15 %) - 15 minutes	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, exercises	
Modulverantwortliche(r)	Marina Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele This Module has been designed to introduce the students to successful presentation skills by educating the students on how to overcome anxiety and apply the delivery basics (verbal and nonverbal communication). By the end of this module, the students should be able to identify, describe, apply and evaluate different models and concepts of communication thus enhancing their communication at the workplace as well as while delivering presentations. Intercultural awareness and essential skills shall be elaborated to boost interpersonal skills.		
Lehrinhalte • Communication basics • Theoretical models of communication • Communication at the workplace • Intercultural communication and respectful communication - the use of inclusive and non-discriminatory language in communication • Preparing a presentation • Delivering persuasive presentations		
Literatur • Del Ré, A./ Falasca, P./ Noack Napoles, J: (2022) From Discriminating to Discrimination: The Influence of Language on Identity and Subjectivity, Springer Cham. • Hofstede, G./ Hofstede, G. J. (2010) Cultures and Organizations - Software of the Mind: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival, McGraw-Hill Education Ltd. • Powers, A. (2017) Communication Skills Series - How To Master Public Speaking: Get Your Presentation to the Next Level, CreateSpace Independent Publishing Platform.		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Marina Alvares-Wegner	Communication and Presentation Skills	4

Modulbezeichnung	Investition und Finanzierung
Modulbezeichnung (eng.)	Investment and Finance
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Pflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BDM, BES
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung
Modulverantwortliche(r)	Wolfgang Portisch

Qualifikationsziele

Übergeordnetes Lernziel:

- Die Studierenden sind in die Lage Investitionen und Finanzierungen sowie die damit einhergehenden Prozesse des Investierens und des Finanzierens mit externer Unterstützung aus Sicht unterschiedlicher betroffener Stakeholdergruppen zu beurteilen. Das Modul verteilt sich inhaltlich und zeitlich hälftig auf die beiden Bereiche Investition und Finanzierung.

Können, Wissen:

- Die Studierenden können die Notwendigkeit von Investitionen und Finanzierungen bei Unternehmen erkennen. Sie können Investitionsvorhaben anhand der Rendite, des Risikos sowie im Hinblick auf die Zielerreichung beurteilen. Sie sind in der Lage die Bewertung von Finanzierungsvorhaben anhand der Rendite und des Risikos vorzunehmen. Sie können den Investitions- und Finanzierungsprozess anhand kritischer Meilensteine überwachen. Sie sind in der Lage mit Stakeholdergruppen sachgerecht zu kommunizieren und mit Fachvertretern zu diskutieren. Sie können Finanzinstrumente in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch beurteilen und wissen diese sachgerecht einzusetzen. Sie wissen den aktuellen Stand der Fachliteratur und Forschung.

Verstehen, Gestalten, Interagieren, Verantworten:

- Die Studierenden verstehen den Prozess der Investition und Finanzierung mit externer Unterstützung. Sie gestalten den Investitions- und Finanzierungsprozess ganzheitlich. Sie können wichtige Investitionsmodelle zur Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von Investitionen bewerten. Sie verstehen und gestalten das Reporting im Rahmen der Finanzierung und interagieren mit wichtigen Stakeholdern im Finanzierungsprozess und können verantwortlich Entscheidungen in den Bereichen Investition und Finanzierung vorbereiten oder treffen.

Lehrinhalte

Die Veranstaltung Investition und Finanzierung unterteilt sich in zwei Fachgebiete. Der Teil Investition befasst sich mit der Verwendung von finanziellen Mitteln. Die Investitionsrechnung liefert Methoden zur Beurteilung von Entscheidungen, mit der verschiedene Investitionsarten auf ihre Vorteilhaftigkeit hin analysiert werden können. Das Fachgebiet Finanzierung untersucht die verschiedenen Arten der Kapitalbeschaffung. So lassen sich Mittel über Kreditinstitute, die Börse oder andere externe Kapitalgeber oder auch intern generieren. Unterschieden werden die Finanzierungsarten in Eigenkapital und Fremdkapital sowie Mezzanine. Zudem werden aktuelle Praxisthemen in die Lehrinhalte integriert und diskutiert, wie unter anderem der bankinterne Ratingprozess, die aktuelle Bankenregulierung nach Basel oder die Kreditvergabepolitik gemäß der neuesten MaRisk sowie Dienstleistungen von ausgewählten Fintechs.

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Kruschwitz: Investitionsrechnung Portisch: Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus Wöhe/Bilstein/Ernst/Häcker: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Claudia Folkerts und Wolfgang Portisch	Investition und Finanzierung	4
Claudia Folkerts und		

Modulbezeichnung	Marketing (engl.)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	none	
Empf. Voraussetzungen	none	
Verwendbarkeit	BBC, BIBS	
Prüfungsart und -dauer	Written exam 2 hours	
Lehr- und Lernmethoden	Lecture with integrated exercises, examples, discussions	
Modulverantwortliche(r)	Henning Hummels	
Qualifikationsziele Knowledge and understanding: Students receive a basic overview of the essential issues and contents of modern marketing and its role in the company. To this end, they acquire a critical understanding of its most important theories, principles and methods. Skills: Students will be able to classify and assess marketing-relevant issues. They will be familiar with the status quo of research and the special literature published in this field, and will be able to acquire supplementary knowledge independently. Professional application: The students are able to transfer the learned contents to simple practice-related tasks and solve them in a structured way. Communication and cooperation: Students know the role of marketing and its interfaces with other departments in al company, and can take these into account accordingly. They master the technical vocabulary and can communicate with marketing professionals.		
Lehrinhalte At the beginning of the semester, the various perspectives of marketing, its history, and the central importance of market and customer orientation and centricty are introduced. On this basis, a consideration of the conceptual and strategic fundamentals, market research, and the content and design of the marketing mix will follow. An overview of the principles of marketing organization and control winds up the module. At all points in the course of the semester, references are made to current, primarily technological, developments in marketing.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Jobber, D./ Ellis-Chadwick, F.: Principles and Practice of Marketing, latest edition (English). Bruhn, M.: Marketing - Grundlagen für Studium und Praxis, Gabler, latest edition (German).		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henning Hummels and Ute Gündling	Marketing	4

Modulbezeichnung	Production and Logistics
Modulbezeichnung (eng.)	
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Pflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	Mathematik
Verwendbarkeit	BBC
Prüfungsart und -dauer	written exam 2 hours
Lehr- und Lernmethoden	Lecture with integrated videos, exercises, examples, discussions and haptical business games
Modulverantwortliche(r)	Reinhard Elsner
Qualifikationsziele The students know and understand • inhouse and external material- and service-productions, • their modeling, analysis, calculation and optimization methods, • the available literature, procedures and it-tools • and can select these for practical specific problems. Skills: Students will be able to • structure, model, calculate, evaluate and optimize processes in logistic and production according to various aspects, • apply common instruments for the calculation of logistical structures/key figures and know the procedures on a technical and mathematical level and their connections. The students have the professional ability to • change the practical situation concerning logistics and production based on their knowledge gained, • assure an optimal economic performance in the value-added chain.	
Lehrinhalte 1. Introduction to logistics and production (basic concepts, structures, environment) 2. Factors of production and functions (input/output models, context and mathematical methods) 3. Production planning and control (CIM model, strategic and operational tools) 4. Quality management and control (concepts, methods and management/certification systems) 5. Production systems (organization, repeating types, re-engineering, Kaizen/KVP) business games (haptic learning elements) are used, in which a given logistics/production situation is to be optimized via games.	
Literatur Learning materials are provided via an online platform and; 1.Kellner, F., Produktionswirtschaft (2018) 2.Schneeweiß, C., Einführung in die Produktionswirtschaft (2002) 3.Kern, W., Industrielle Produktionswirtschaft (1992)	

Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Reinhard Elsner	Logistics and Production	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch III	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Wirtschaftsenglisch I + II	
Verwendbarkeit	BBC	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortliche(r)	Carmen Nemeth	
Qualifikationsziele Die Studierenden können gesprochenen Text zu aktuellen Wirtschaftsthemen verstehen und wiedergeben. Sie können auf Englisch einen Sachverhalt zusammenfassen, gemeinsam im Team Problemlösungen besprechen und das Resultat ausführlich schriftlich wiedergeben. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden erweitern ihren bis dahin in den Modulen Wirtschaftsenglisch I und II erreichten Englischhorizont, um in Erarbeitung politischer und sozialer Themenbereiche das allgemeine Sprachniveau des Europäischen Referenzrahmens B2 zu erreichen.		
Lehrinhalte Die Veranstaltung bewegt sich innerhalb der Themenbereiche Unternehmenszusammenschlüsse, Märkte, Demographie, Supply Chains, Risikomanagement und geistiges Eigentum ausschließlich auf Englisch.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Career Express 2. Buch		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Carmen Nemeth	Wirtschaftsenglisch III	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsinformatik	
Modulbezeichnung (eng.)	Business Informatics	
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Rechnerpraktikum	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BES	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden Test am Rechner: Die Studierenden bearbeiten eine Aufgabe in 30 Minuten am Rechner und stellen diese in 10 Minuten vor	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen, Übung am Rechner.	
Modulverantwortliche(r)	Till Becker	
Qualifikationsziele Wissen und Verstehen: Absolventinnen kennen die Grundbegriffe und Grundlagen des Einsatzes von Informationssystemen in Unternehmen. Sie verstehen die Notwendigkeit eines systematisch geplanten und durchgeführten Einsatzes von Informationstechnologie und damit zusammenhängenden Prozessen im Unternehmen. Einsatz, Anwendung, Erzeugung von Wissen: Die Absolventinnen beherrschen Methoden und Werkzeuge zur Umsetzung informationstechnischer Lösungen. Sie können die Eignung dieser Methoden und Tools unter Berücksichtigung der betroffenen betriebswirtschaftlichen Fachdisziplinen bewerten. Professionalität: Die Absolventinnen sind in der Lage, eine gesamtheitliche Einschätzung zum Einsatz von Informationssystemen abzugeben und diese zu vertreten. Sie reflektieren über die gesamtgesellschaftlich relevante Themen wie z.B. den Einsatz von KI oder den Datenschutz und bilden sich hierzu eine eigene Meinung. Kommunikation und Kooperation: Absolventinnen können relevante Konzepte gemeinschaftlich und arbeitsteilig erstellen und diskutieren.*		
Lehrinhalte Grundlegendes: das Wesen der Wirtschaftsinformatik; Rechnersysteme und Betriebssysteme, Kommunikation und Netzwerke, Anwendungsarchitekturen; Software, Softwareauswahl und -beschaffung; Datenbanken und Datenmodellierung; Wissensmanagement; Betriebliche Anwendungssysteme; Data Warehouse und Data Mining; E-Business, M-Business und Social Media; Informationsmanagement und Informationssicherheit		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Abts. Müller: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, jeweils neueste Auflage, Springer Vieweg Leimeister: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, jeweils neueste Auflage, Springer Gabler		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Till Becker	Wirtschaftsinformatik	4

Modulbezeichnung	Einführung in das praktische Studiensemester	
Modulbezeichnung (eng.)	Introduction to Internship	
Semester (Häufigkeit)	6 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	2 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	15 h Kontaktzeit + 45 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BES, BDM	
Prüfungsart und -dauer	Verpflichtende und nachgewiesene Teilnahme und Beteiligung an allen Vorträgen, Diskussionen und Gruppenarbeiten, Klausur 30 min	
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Gruppenarbeit	
Modulverantwortliche(r)	Reinhard Elsner	
Qualifikationsziele • Berufs- und Tätigkeitsfelder im Überblick kennen • Bewerbungs- und Einstellungsprozess kennen • Mögliche Branchen für die Praxisphase vorschlagen und auswählen können		
Lehrinhalte 1. Informationsveranstaltung 2. Berufs- und Tätigkeitsfeldern der verschiedenen Studiengänge und Schwerpunkte 3. Organisation der Praxisphase und ihrer Rolle im Studium 4. Durchführung der Praxisphase im Unternehmen 5. Prozess von a. Branchen-, Unternehmens- und Betreuer:innen-Auswahl b. über Zielvereinbarung zwischen Studierenden, Unternehmen und Hochschule c. bis Bericht und Vortrag		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; • Hesse/Schrader: Training Vorstellungsgespräch, Stark-Verlag (2014) • Hesse/Schrader: Bewerbungshandbuch, Stark-Verlag (2017)		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Reinhard Elsner	Einführung in das praktische Studiensemester	2

Modulbezeichnung	Praxisanalyse/Praxisphasen-Vorbereitung	
Modulbezeichnung (eng.)	Introduction to Internship	
Semester (Häufigkeit)	6 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	2 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	30 h Kontaktzeit + 30 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BES, BDM	
Prüfungsart und -dauer	Verpflichtende und nachgewiesene Teilnahme und Beteiligung an allen Vorträgen, Diskussionen und Training , die in Lehrinhalten genannt sind	
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Training	
Modulverantwortliche(r)	Reinhard Elsner	
Qualifikationsziele • Berufs- und Tätigkeitsfelder des Studiengangs kennen • Bewerbungs- und Einstellungsprozess beherrschen • Eigene Stärken und Schwächen kennen • Lernziele und Einsatzfelder für die Praxisphase als Zielvereinbarung entwerfen können • Mögliche Unternehmen für die Praxisphase auswählen können und den Bewerbungsprozess erfolgreich absolvieren		
Lehrinhalte 1. Bewerbungstraining 2. Gasthörer a. bei Praxisphasenvorträge b. höherer Semester		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; • Hesse/Schrader: Training Vorstellungsgespräch, Stark-Verlag (2014) • Hesse/Schrader: Bewerbungshandbuch, Stark-Verlag (2017)		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Reinhard Elsner	Praxisanalyse/Praxisphasen-Vorbereitung	2

Modulbezeichnung	Praxisphase	
Modulbezeichnung (eng.)	Internship	
Semester (Häufigkeit)	6 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	26 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	20 h Kontaktzeit + 760 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen	Praxisanalyse, Zielvereinbarung, Details siehe Praxisphasenordnung	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BES, BDM	
Prüfungsart und -dauer	Bericht und Präsentation entsprechend der Praxisphasenordnung	
Lehr- und Lernmethoden	Praktikum, Vortrag, Diskussion	
Modulverantwortliche(r)	Reinhard Elsner	
Qualifikationsziele • Berufs- und Tätigkeitsfelder im Detail kennen • Eigene Stärken und Schwächen kennenlernen • Lernziele entsprechend der Zielvereinbarung • Mögliche Themen für die Bachelorarbeit vorschlagen, beschreiben und mit de:r:m Betreuer:in abstimmen können • Mögliche Unternehmen für den Berufseinstieg auswählen können		
Lehrinhalte • Einarbeitung und Durchlauf durch erwünschte Betriebsteile gemäß Zielvereinbarung • Mit- und zunehmend selbstständige Arbeit entsprechend für den Studiengang und gewählter Schwerpunkte typischer Tätigkeiten entsprechend der Zielvereinbarung • Anleitung zu bzw. Mitarbeit in betrieblichen Projekten • Abschluss durch Anfertigung des Praxisphasenberichtes, einer Präsentation mit entsprechendem Vortrag vor Kommoliton:inn:en insb. jüngerer Semester		
Literatur siehe Praxisanalyse		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
jeweile Praxisphasen-Betreuer*in	Praxisphase	2

Modulbezeichnung	Methoden	
Modulbezeichnung (eng.)	Research Methods	
Semester (Häufigkeit)	7 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	30 h Kontaktzeit + 120 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Themenidee für die Bachelorthesis	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BES, BDM	
Prüfungsart und -dauer	Referat: Zwei Vorträge von insgesamt ca. 15 - 20 Minuten	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar (Max. 50 Teilnehmer)	
Modulverantwortliche(r)	Joachim Schwarz	
Qualifikationsziele Ziel des Moduls ist es, die Studierenden mit dem notwendigen qualitativen oder quantitativen Methodenwissen auszustatten, um für die jeweils eigene Abschlussthesis die adäquate methodische Vorgehensweise auswählen zu können. • Hinweis: Aufgrund der von den Studierenden zu haltenden Präsentationen sollte die Teilnehmerzahl auf max. 50 beschränkt werden.		
Lehrinhalte • Einführung in qualitative und quantitative Methoden und deren typische Anwendungsgebiete in wissenschaftliche Forschungsarbeiten. • Unterstützung bei der Auswahl geeigneter Forschungsmethoden für die individuelle Abschlussarbeit.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Jeweils in der aktuellsten Auflage: Qualitative Forschung: • Flick, U., Kardorff, E. V., & Steinke, I.: Qualitative Forschung: Ein Handbuch, Rowohlt. • Gläser, J.; Laudel, G.: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, Verlag für Sozialwissenschaften. • Mayring, P.: Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, Beltz. Quantitative Forschung: *Döring, N. (und Bortz, J.): Forschungsmethoden und Evaluation, Springer. • Hussy, W.; Schreier, M.; Echterhoff, G.: Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor, Springer.		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Joachim Schwarz	Methoden	2

Modulbezeichnung	Wissenschaftliches Arbeiten
Modulbezeichnung (eng.)	Scientific Guidelines
Semester (Häufigkeit)	7 (jedes Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Pflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	30 h Kontaktzeit + 120 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BES, BDM
Prüfungsart und -dauer	schriftliche Ausarbeitung (ca. 15 Seiten, semesterbegleitend)
Lehr- und Lernmethoden	Seminar: Lehrgespräch, Lektüre, Quellenrecherche, Textproduktion, kollegiales Feedback u.a.
Modulverantwortliche(r)	Maren Grautmann
Qualifikationsziele Wissen und Verstehen: Absolventinnen kennen zentrale Standards und Praktiken des Wissenschaftlichen Arbeitens ihres Fachgebietes. Sie verstehen einfache Forschungsmethoden und -designs hinsichtlich ihrer Historie, Möglichkeiten und Grenzen. Absolventinnen verfügen über grundlegende Arbeitstechniken wie Formulierung einer Forschungsfrage, Quellenrecherche, Formalia der Textproduktion. Einsatz, Anwendung, Erzeugung von Wissen: Absolventinnen können eigene Forschungsgegenstände identifizieren, abgrenzen und formulieren. Sie sind in der Lage, mit leichter Unterstützung, geeignete Forschungsmethoden auszuwählen, anzuwenden und deren Ergebnisse zu bewerten. Dabei verfolgen sie vorrangig sozialwissenschaftliche Methodiken. Professionalität: Die Absolventinnen sind in der Lage, aktuelle forschungsrelevante Fragestellungen in Gesellschaft und Unternehmen zu erkennen und zu formulieren. Sie besitzen grundlegende Fähigkeiten, diese praxisorientiert und wissenschaftlich-methodisch adäquat beantworten (Theorie-Praxis-Transfer). Dabei sind sie sich der Kontingenzen ihres Vorgehens bewusst. Kommunikation und Kooperation: Die Absolventinnen können kleinere Forschungsgegenstände verbal und schriftlich darstellen, reflektieren und vermitteln. Ihre Forschung können Sie nachvollziehbar und strukturiert in einen kleineren Fachdiskurs und die Praxis einbringen. Dazu nutzen sie die Regeln wissenschaftlichen Schreibens und bedienen sich in angemessenem Umfang einer Fachterminologie.	
Lehrinhalte • Wissenschaftstheorie • wissenschaftlicher Sprach- und Schreibstil • formale Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten • wissenschaftliche Recherchetechniken • Techniken der Themenfindung, -strukturierung • Erarbeitung von Forschungsfragen • Bewertung und Auswahl von Forschungsmethoden • angemessener Umgang mit Quellen • eigene Rolle als Wissenschaftler*in	

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Voss, Rödiger, Wissenschaftliches Arbeiten: leicht verständlich: mit zahlreichen Abbildungen und Übersichten. München: UVK Verlag, 2022 Heesen, Bernd, Wissenschaftliches Arbeiten: Methodenwissen für Wirtschafts-, Ingenieur- und Sozialwissenschaftler. Berlin: Springer Gabler, 2021) Esselborn-Krumbiegel, Helga, Von der Idee zum Text: eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. Paderborn: UTB, 2021 Und andere Grundlagenwerke zum Wiss. Arbeiten. Außerdem nach Bedarf: aktuell gültige Leitfäden des Fachbereichs zum Wiss. Arbeiten. Weitere Quellen werden aktuell in einer Online-Kollaborationsplattform zur Verfügung gestellt.

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Maren Grautmann	Wissenschaftliches Arbeiten	2

Modulbezeichnung	Bachelorarbeit mit Kolloquium	
Modulbezeichnung (eng.)	Bachelor Thesis with Colloquium	
Semester (Häufigkeit)	7 (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	12 (1 Semester)	
Art	Pflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	360 h Kontaktzeit + h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Abgeschlossene Praxisphase, Bachelorseminar	
Empf. Voraussetzungen	Alle Module bis zum 7. Semester	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BES, BDM	
Prüfungsart und -dauer	Bachelorarbeit Bachelorarbeit nach Vorgabe des/der Betreuerin	
Lehr- und Lernmethoden	Bachelorarbeit	
Modulverantwortliche(r)	Dozierende FBW	
Qualifikationsziele Die Bachelorarbeit bildet den berufsqualifizierenden Abschluss des Studiums. Dabei soll eine konkrete Aufgabe mittels grundlegender wissenschaftlicher Methoden einer zielgerichteten Lösung zugeführt werden. Mit der Bachelorarbeit sollen die Studierenden den Nachweis erbringen, wissenschaftliche Methoden in ihren Grundzügen selbständig anwenden zu können. Darüber hinaus vertiefen die Studierenden auch Erfahrungen im Hinblick auf das Selbst- und Zeitmanagement.		
Lehrinhalte Der Gegenstand der Bachelorarbeit kann eine praktische Problemstellung (Praxisarbeit) oder ein theoretisches Thema (Theoriearbeit) sein. Dabei wird die Betreuung primär durch den/die Erstprüfer*in übernommen. Die Betreuungsaufgaben umfassen: • Absprache mit der unternehmensseitigen Betreuungsperson bei Praxisarbeiten • Betreuung, Hilfestellung, methodische Beratung während der Erstellung der Arbeit • Durchführung des Kolloquiums • Bewertung von Arbeit und Kolloquium		
Literatur Jeweils zum Thema relevante Fachliteratur		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Betreuende Dozierende	Bachelorarbeit mit Kolloquium	

2.2 Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung	Cases in Managerial Accounting (engl.)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen	Kostenrechnung und Controlling	
Verwendbarkeit	BBC	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 2 Stunden	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen und Fallstudien	
Modulverantwortliche(r)	Carsten Wilken	
Qualifikationsziele Die Studierenden können: • Entscheidungsrechnungen für das Management erstellen und bestehende Rechnungen kritisch analysieren • Kostenanalysen für verschiedene Anwendungsfälle erstellen und interpretieren • Budgets erstellen und ihre Steuerungs- und Verhaltenwirkungen innerhalb der Organisation erkennen und einsetzen. • Cash-Flow-Rechnungen erstellen und zur Steuerung im Unternehmen verwenden. • Ihr Verhalten als Controller/in unter ethischen Gesichtspunkten reflektieren. Sie können zudem für solche Situationen Lösungswege selbständig entwickeln und präsentieren. Im Ergebnis kennen die Studierenden die Funktionsweise verschiedener Instrumente aus den Bereichen Organisation, Budgetierung, Kostenrechnung und strategischer Analyse . Übergeordnetes Lernziel: Um als Controll/in das Management bei seinen Führungsaufgaben wirksam unterstützen zu können, bedarf es umfassender Kenntnisse der Controlling-Instrumente, aber auch Kompetenzen, diese 'richtig' einzusetzen. Das Modul hat daher zum Ziel, die Kenntnisse der Kostenrechnung und des Controlling zu vertiefen und die Anwendungs- und Umsetzungskompetenz der Studierenden zu erhöhen und sie so optimal auf den Einsatz im (internationalen) Controlling vorzubereiten.		
Lehrinhalte Die Veranstaltung behandelt in praktischen Fallstudien u.a. folgende Themen: Relevant Costing, Quality Costing, Budgetary Control, Performance Evaluation, Transfer Pricing, International Aspects of Management Control. Die Veranstaltung wird in englischer Sprache abgehalten.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Datar, S.; Rajan, M.: Horngren's Cost Accounting - A Managerial Emphasis; 6. Aufl.; Harlow 2022		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Carsten Wilken	Cases in Managerial Accounting	4

Modulbezeichnung	Digital Marketing Seminar (engl.)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	none	
Empf. Voraussetzungen	none	
Verwendbarkeit	BBC	
Prüfungsart und -dauer	50% team presentation (90 Min. incl. discussion) 50 % individual 1-hour written exam	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	Henning Hummels	
Qualifikationsziele Knowledge and understanding: Students receive up-to-date knowledge in current topics of digital marketing. They extend their knowledge and abilities to solve modern marketing problems using digital instruments. They are able to consider and evaluate particularities, advantages and limitations of digital marketing instruments and concepts in an adequate way. Skills: Students know how to research, analyze and structure complex up-to-date topics of digital marketing on their own. Professional application: Students know about the relevance of up-to-date digital marketing for companies and are able to independently analyze the needs of a company and select and apply respective solutions. Communication and cooperation: Students can plan and carry out their work in a team, and present and discuss an up-to-date topic of digital marketing in an academically profound way.		
Lehrinhalte Overview of digital marketing, mapping of customer journeys and design of buyer personas as an opening to the semester; after thatm independent analyses and preparation of selection of topics from digital marketing in a team, e.g. influencer marketing, programmatic advertising, Metaverse/ artificial intelligence/ blockchain and their applications in Marketing, etc., and presentation of one topic. The seminar will be held in English.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan, I.: Marketing 4.0.: Moving from traditional to digital. Wiley&Sons, Hoboken, New Jersey, latest edition. Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan/ I.: Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey, latest edition. Depending on topic selected, further independent research and use of relevant current academic literature.		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henning Hummels	Digital Marketing Seminar (engl.)	4

Modulbezeichnung	Globalization & Financial Markets (engl.)
Modulbezeichnung (eng.)	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	Investition & Finanzierung
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	BBC, BBM
Prüfungsart und -dauer	Vortrag von ca. 15 - 20 Minuten, 60 % der Leistung Schriftliche Ausarbeitung, ca. 8 - 12 Seiten, 40 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Gruppenarbeit, Case Studies, Gastvorträge
Modulverantwortliche(r)	Annika Wolf

Qualifikationsziele

Wissen und Verstehen: Absolventinnen erlangen ein breites und integriertes Wissen über die Grundlagen der Globalisierung und die Funktionsweise globaler Finanzmärkte. Sie erlangen ein Verständnis über die wesentlichen Konzepte, Theorien und Modelle, die sich aus der Verbindung bzw. den Abhängigkeiten von Globalisierung und Finanzmärkten ergeben. Einsatz, Anwendung, Erzeugung von Wissen: Absolventinnen sind in der Lage, die erlernten Kenntnisse auf reale Fragen anzuwenden. Sie analysieren die Komplexität aus dem Zusammenhang von Globalisierung und (nationalen) Finanzmärkten, Lösungsansätze für Krisensituationen zu erarbeiten und neues Wissen für Lösungen zu generieren. Professionalität: Absolventinnen entwickeln ein hohes Maß an Professionalität im Finanzbereich, u.a. in Bezug auf internationale Standards und interkulturelle Kompetenz. Sie beachten die ethischen und rechtlichen Grundsätze ebenso wie die soziale Verantwortung des globalen Finanzsektors. Kommunikation und Kooperation: Absolventinnen formulieren fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im globalen Diskurs theoretisch und methodisch fundiert argumentieren und begründen. Sie präsentieren professionell ihre Lösungen, begründen ihre Gestaltungs- und Entscheidungsgründe und setzen diese kritisch in Bezug zu multidisziplinären, interkulturellen und finanztechnischen Erwartungen und Folgen.

Lehrinhalte

- Einführung in die Globalisierung: Definitionen und Dimensionen der Globalisierung, Auswirkungen der Globalisierung auf Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, Chancen und Herausforderungen der Globalisierung für Unternehmen und Finanzmärkte.
- Globalisierung und Finanzmärkte: Rolle der Finanzmärkte in der globalen Wirtschaft, Internationale Kapitalströme und ihre Auswirkungen auf Finanzmärkte und Finanzinnovationen sowie ihre Rolle in der Globalisierung.
- Internationale Finanzmärkte: Aktienmärkte, Anleihemärkte und Devisenmärkte im globalen Kontext, Internationale Finanzinstitutionen und ihre Funktionen sowie Regulierung und Aufsicht globaler Finanzmärkte.
- Risikomanagement in globalen Finanzmärkten: Währungsrisiken, Zinsrisiken und politische Risiken, Finanzinstrumente zur Risikominderung und Hedging-Strategien und Absicherung gegen globale Risiken
- Nachhaltigkeit und Ethik im globalen Finanzwesen: Nachhaltige Investitionen und sozial verantwortliches Investment (SRI), Ethik und Corporate Social Responsibility (CSR) im Finanzsektor und Auswirkungen von Finanzentscheidungen auf die Gesellschaft und die Umwelt.

Literatur

Bekaert, G., & Hodrick, R. J. (2017): International Financial Management, Cambridge University Press. Eiteman, D. K., Stonehill, A. I., & Moffett, M. H. (2020): Multinational Business Finance, Pearson Education Limited. Dicken, P. (2014): Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy, SAGE Publications Ltd. Kaufmann, S. & Muzzupappa, A. (2020): Crash Kurs Krise: Wie die Finanzmärkte funktionieren. Eine kritische Einführung (Kritische Einführungen), Bertz und Fischer.

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Annika Wolf	Globalization & Financial Markets (eng.)	4

Modulbezeichnung	International Business Communication (engl.)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	none	
Empf. Voraussetzungen	none	
Verwendbarkeit	BBC	
Prüfungsart und -dauer	Presentation (20 minutes), (written text tests - 10 minutes each), essay (10 - 15 pages)	
Lehr- und Lernmethoden	Seminars, integrated workshops, case studies, presentations	
Modulverantwortliche(r)	Marina Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele The aim of this module is to develop international business communication skills. After having completed this module, students will have enhanced their international teamwork skills including working in virtual teams. They will have perfected their skills when communicating in face-to-face business meetings or when networking, when writing business letters and emails, when communicating via the telephone or in video conferences and during presentations. Significant areas of interest are communicating via the company website, advertising/public relations and discourse in social media. The students will be equipped with the skills to negotiate deals, to resolve disputes and to make decisions across cultural boundaries.		
Lehrinhalte • Understanding the basics of business communication in the international context • Communicating in the complex world of business • Working in international and virtual teams • Business communication in the quotidian world • Strategies for negotiating with different cultures • Decision-making across borders • Code switching		
Literatur All material will be provided digitally via Moodle: • Chaney, L. H./Martin, J. S. (2013) Intercultural Business Communication, Pearson. • Piekkari, R./ Welch, /Welch, L. S. (2014) Language in International Business: The Multilingual Reality of Global Business Expansion, Edward Elgar Publishing. • Lipschultz, J. H. (2017) Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics, 3rd Edition, Routledge.		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Marina Alvares-Wegner	International Business Communication (engl.)	4

Modulbezeichnung	International Human Resource Management (engl.)	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (2 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BBC	
Prüfungsart und -dauer	Hausarbeit mit Referat	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	Marina Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele This course focuses on the management of human resources on a global basis. The approach to international Human Resource Management often reflects an organization's international corporate strategy. International human resource managers participate in the international strategic planning process, but usually in a limited way. However, HR managers can and should provide essential advice and input at every step of the traditional strategic management process. An organisation's overall corporate strategy usually determines the approach to managing and staffing subsidiaries: recruitment and selection, training and development, performance evaluation, compensation and benefits, and labour relations are some of the areas that are encompassed within the topic concerned		
Lehrinhalte Topics to be discussed include: Defining International Human Resource Management, Staffing international operations for sustained global growth, Recruiting and selecting staff for international assignments, International training and development, International compensation, Re-entry and career issues, Global employee performance management		
Literatur Dowling, Peter J./Festing, Marion/Engle, Allen D. and Engle, Sr. (2013) International Human Resource Management, 6th Edition, Seng Lee Press, Singapore, ISBN-10:1408032090		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Marina Alvares-Wegner	International Human Resource Management	4

Modulbezeichnung	International Marketing (engl.)
Modulbezeichnung (eng.)	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	none
Empf. Voraussetzungen	Marketing
Verwendbarkeit	BBC
Prüfungsart und -dauer	3x20% = 60% 3 team presentations along the semester (20 minutes each + 10 min. discussion) 40% 1-hour written exam (individual part)
Lehr- und Lernmethoden	Lecture, exercises, case studies, discussions
Modulverantwortliche(r)	Henning Hummels
Qualifikationsziele Knowledge and understanding: The students know about the particularities of international business and acquire an extended knowledge and critical understanding of theories, principles, and methods of International Marketing, e.g. different models of culture as a foundation for understanding international customer behavior, methods of evaluating and selecting countries as target markets and methods to enter new countries, as well as criteria to decide between standardization and differentiation of the marketing mix in foreign countries versus the home market. They are able to expand their knowledge base independently and in a purposeful way. Skills & professional application: Intercultural competences enable the students to analyze cultural differences and evaluate their effects on marketing decision making, e.g. applying cultural models according to Hall and Hofstede. Using the particularities of international market research, they are enabled to analyze, appraise and judge unknown issues in International Marketing. Furthermore, they know how to apply their knowledge and make reasonable decisions in complex, unknown, and unstable contexts. For example, they can apply the concept of the international product lifecycle, and know when to use barter trade and how to select proper INCOTERMS in different situations. Communication and cooperation: Both on their own and in expert teams, students are able to critically discuss international marketing issues. They know how to approach foreign target groups. Also, they can prepare and hold presentations concerning International Marketing decisions to higher level hierarchies.	
Lehrinhalte The module starts out with an investigation and discussion of the global economic environment which constitutes the framework for international corporate operations. The concept of culture, as a key influence on buying behavior, is analyzed in detail. Subsequently, the particularities of international marketing activities are being explored. To a large extent this is based on the fundamental elements of Marketing and thus includes international market research, strategic issues and the international marketing mix. However, particularly in the strategic section additional aspects such as generic internationalization strategies, methods of evaluating and selecting countries as target markets, and market entry modes extend the scope of contents to entirely new fields. All content is being illustrated by using up-to-date examples from both consumer and industrial goods markets. Exercises and case studies are used to apply learned contents to real life scenarios.	

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; All material will be provided digitally via Moodle: Excerpts from: Czinkota, I./ Ronkainen, M.: International Marketing. Thomson/ Southwestern, latest edition. Doole, I./ Lowe, R./ Kenyon, A.: International Marketing Strategy. Cengage Learning, latest edition. Ghauri, P./ Cateora, P.: International Marketing. McGraw Hill, latest edition. Gillespie, K./ Jeannet/ J.-P./ Hennessy, H.: Global Marketing. Houghton Mifflin, 2004. Hollensen, S.: Global Marketing. Pearson, latest edition. Kotabe, M./ Helsen, K.: Global Marketing Management. Wiley, latest edition. Mühlbacher, H./ Leis, H./ Dahringer, L.: International Marketing. Thomson, latest edition.

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henning Hummels	International Marketing (engl.)	4

Modulbezeichnung	International Mergers and Acquisitions (engl.)
Modulbezeichnung (eng.)	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	none
Empf. Voraussetzungen	Management basics
Verwendbarkeit	BBC
Prüfungsart und -dauer	Presentation (20 minutes), Essay (10 - 15 pages)
Lehr- und Lernmethoden	Lectures, case studies, discussions
Modulverantwortliche(r)	Marina Alvares-Wegner
Qualifikationsziele In this M&A module, students will acquire a general overview of the mergers and acquisitions process. Through current and recent real-life global case studies on the best practices of leading companies, students learn how to tackle strategic partnerships, steer complex negotiations, and enhance corporate growth. This module enables students to choose and implement the right corporate development tools for growth. Students utilize common corporate tools and knowledge as applied within the context of considering, developing and executing M&A transactions on a case study and present their solutions and recommendations for promoting growth in a presentation as well as a written assignment which adhere to the scientific norms. Here they can expound their in-depth understanding of the factors necessary for success in international transactions especially in the preparation, implementation and integration phase. The students are enabled to make strategic decisions with regard to Mergers and Acquisitions (M&A) and to apply the requisite knowledge for the development and execution of corporate transactions	
Lehrinhalte • Classification of mergers • Motives behind mergers and acquisitions • Other restructuring activities • Premerger preparation • The implementation phase • Post-merger integration and management • The bidding strategy • Due diligence, • Defence mechanisms • Corporate valuation • Merger control	
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan, I.: Marketing 4.0.: Moving from traditional to digital. Wiley&Sons, Hoboken, New Jersey, latest edition. Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan/ I.: Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey, latest edition. Depending on topic selected, further independent research and use of relevant current academic literature.	
Lehrveranstaltungen	

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Marina Alvares-Wegner	International Mergers and Acquisitions (engl.)	4

Modulbezeichnung	Managing Across Cultures (engl.)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	none	
Empf. Voraussetzungen	none	
Verwendbarkeit	BBC	
Prüfungsart und -dauer	Presentation (20 minutes), essay (10 - 15 pages)	
Lehr- und Lernmethoden	Lectures, case studies, discussions	
Modulverantwortliche(r)	Marina Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele International business is about conducting business across countries and across cultures. This means riding the waves of languages, traditions, and a range of economic, political, socio-cultural, technological, legal and environmental landscapes. In this module, the students will be enabled to adapt and hone their leadership skills and shall be thoroughly prepared them for the turbulent yet mesmerizing discipline of global management. Cultural aspects that shape the strategies, operations and overall functions of companies shall be emphasised. The students will acquire skills to help them apply effective strategic, interpersonal, and organizational skills, while focusing on sustainability and culture.		
Lehrinhalte • Culture, organisation and management • Global managers in an unprecedented world • Cultural and organizational environments • Managerial ethics and social responsibility • Managerial environments in the international scene • Working in global teams in a digitalized world • International partnerships and negotiations • Decision-making in the global context		
Literatur All material will be provided digitally via Moodle: • Deresky, H. (2021) International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases, 10th Edition, Pearson Education Ltd. • Schneider, S. C./Barsoux, J-L./Stahl, G. K. (2015) Managing Across Cultures, 3rd rev. ed., Pearson Education. • Steers, R. M./Osland, J. S. (2019) Management Across Cultures: Challenges, Strategies, and Skills, Cambridge University Press		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Marina Alvares-Wegner	Management Across Cultures	4

Modulbezeichnung	Reverse Logistics / Circular Economy (engl.)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BBC, BBM, BES	
Prüfungsart und -dauer	Klausur 1 Stunde, Referat: Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10 - 15 Seiten mit Präsentation (15 Minuten) (Gruppen bestehend aus 2-3 Studierenden)	
Lehr- und Lernmethoden	Workshops, Vorlesung, Gruppenarbeit, Planspiel	
Modulverantwortliche(r)	Dirk Schleuter	
Qualifikationsziele The 'Reverse Logistics / Circular Economy' module addresses the challenges and opportunities associated with the efficient return of products, packaging and materials along the supply chain to enable their reuse, repair, remanufacturing or recycling. Students will be able to develop innovative solutions that promote sustainable and resource-efficient use of products and materials. Students will have knowledge of the technologies and tools used to support reverse logistics and circular economy, such as take-back systems, tracking and tracing, disposal and recycling technologies. Within the framework of a business game, they will deepen the skills through your own applications.		
Lehrinhalte The module includes the following topics: • Basics, definitions and objectives • Take-back, recycling, repair, reuse • Analysis of products and materials with regard to their recyclability and reusability • Reverse logistics strategies and processes: Development and implementation • Sustainability aspects of the circular economy: economic, environmental and social benefits • Technologies and tools to support reverse logistics and the circular economy • Practical examples and case studies from reverse logistics and the circular economy		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Dekker, R et al.; Reverse Logistics Giovanni, P.; Cases on Circular Economy in Practice Kranert, M.; Einführung in die Kreislaufwirtschaft Münger, A.; Kreislaufwirtschaft als Strategie der Zukunft		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dirk Schleuter	Reverse Logistics / Circular Economy	4