



**Modulbeschreibungen
für den Bachelor-Studiengang
„Betriebswirtschaft“ (B.A.)**

Stand: 23. Mai 2025

Inhalt

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	1
PM 1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1
PM 1.2 Grundlagen Marketing.....	2
PM 1.3 Grundlagen Logistik.....	3
PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung	4
PM 1.5 Human Resource Management.....	5
PM 1.6 Projektmanagement und Digitalisierung.....	6
Finanzmanagement	8
PM 2.1 Finanzierung	8
PM 2.2 Investition	9
Rechnungswesen und Controlling	10
PM 3.1 Externes Rechnungswesen	10
PM 3.2 Internes Rechnungswesen.....	11
PM 3.3 Grundlagen Steuern.....	12
PM 3.4 Grundlagen Controlling.....	13
PM 3.5 Bilanzanalyse.....	15
Volkswirtschaftslehre.....	16
PM 4.1 Volkswirtschaftslehre I	16
PM 4.2 Volkswirtschaftslehre II.....	17
PM 4.3 Volkswirtschaftslehre III.....	18
Wirtschaftsrecht	19
PM 5.1 Wirtschaftsrecht.....	19
IT	20
PM 6.1 Wirtschaftsinformatik	20
PM 6.2 Grundlagen ERP.....	22
PM 7.1 Mathematik I.....	24
PM 7.2 Mathematik II	25
PM 7.3 Statistik	26
PM 7.4 Operations Research.....	27
Methodenkompetenz	28
PM 8.1 Wissenschaftliches Arbeiten	28
PM 8.2 Moderations-, Kreativitäts- und Präsentationstechniken.....	29
Vernetzung.....	31
PM 9.1 Interdisziplinäres Modul.....	31

PM 9.2 Unternehmenssimulation.....	32
Kompetenzfeld Controlling.....	33
WM 10.1.1 Finanz-, IT- und Prozess-Controlling	33
WM 10.1.2 Risiko-Controlling, Value Controlling und Kennzahlensysteme.....	35
WM 10.1.3 Fallstudie Controlling.....	37
Kompetenzfeld Finanzmanagement	38
WM 10.2.1 Mittelstandsfinanzierung.....	38
WM 10.2.2 Finanzdienstleistungen	39
WM 10.2.3 Fallstudie Finanzmanagement in KMU	40
Kompetenzfeld Strategisches Marketingmanagement.....	41
WM 10.3.1 Strategisches Marketing/Konzeptorientiertes Marketingprojekt	41
WM 10.3.2 Brandmanagement.....	42
WM 10.3.3 Fallstudie Marketing.....	43
Kompetenzfeld Operatives Marketingmanagement.....	44
WM 10.4.1 Konsumentenverhalten & Marktforschung.....	44
WM 10.4.2 Medien- und Kommunikationsmanagement	46
WM 10.4.3 Online-Marketing.....	47
Kompetenzfeld Logistikmanagement.....	49
WM 10.5.1 Logistik-Konzepte	49
WM 10.5.2 Betriebliche Logistik	50
WM 10.5.3 Fallstudie SAP-gestütztes Logistikmanagement	51
International Trade (Specialization)	52
WM 10.6.1 Wholesale and International Trade	52
WM 10.6.2 Supply Chain Management.....	53
WM 10.6.3 Trade Controlling	54
Kompetenzfeld Personal und Organisation	55
WM 10.7.1 Personalführung	55
WM 10.7.2 Transformation & Change Management.....	56
WM 10.7.3 Fallstudie Personal	57
Kompetenzfeld Consulting und Steuern	58
WM 10.8.1 Consulting und Management.....	58
WM 10.8.2 Unternehmensbesteuerung	60
WM 10.8.3 Fallstudie Consulting/Unternehmensbesteuerung.....	61
Kompetenzfeld Tourismusmanagement.....	62
WM 10.9.1 Tourismusmanagement.....	62
WM 10.9.2 Destinationsmanagement.....	64

Kompetenzfeld Tourismusmanagement.....	65
WM 10.9.3 Fallstudie Tourismusmanagement.....	65
Tourism & Management (Specialization).....	66
WM 10.9.4 Case Studies in Tourism Management	66
Kompetenzfeld Eventmanagement	67
WM 10.10.1 Eventmanagement	67
WM 10.10.2 Public Relations	68
WM 10.10.3 Fallstudie Eventmanagement.....	69
International Management (Specialization)	70
WM 10.11.1 International Human Resource and Diversity Management	70
WM 10.11.2 International Finance and Accounting.....	71
WM 10.11.3 International Group Controlling.....	73
Kompetenzfeld Immobilienmanagement.....	74
WM 10.12.1 Einführung in das Immobilienmanagement.....	74
WM 10.12.2 Immobilienrecht	75
WM 10.12.3 Immobilienprojektentwicklung.....	76
Kompetenzfeld Immobilienplanung.....	77
WM 10.13.1 Immobilienbewertung und Wirtschaftlichkeitsanalyse	77
WM 10.13.2 Immobilieninvestition und -finanzierung	78
WM 10.13.3 Fallstudie Immobilienmanagement	79
Kompetenzfeld Wirtschaftsprivatrecht.....	80
WM 10.14.1 Grundlagen des Rechts.....	80
WM 10.14.2 Wirtschaftsprivatrecht.....	81
WM 10.14.3 Fallstudien Rechtswissenschaft und Schuldrecht	82
Kompetenzfeld Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	83
WM 10.15.1 Arbeitsrecht.....	83
WM 10.15.2 Vertragsverhandlung und -gestaltung	84
WM 10.15.3 Fallstudien Arbeitsrecht und Vertragsmanagement.....	85
Kompetenzfeld Wirtschaftspsychologie	86
WM 10.16.1 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie.....	86
WM 10.16.2 Innerbetriebliche Wirtschaftspsychologie	87
WM 10.16.3 Fallstudie Werbe- und Verkaufspsychologie.....	88
Kompetenzfeld Gesundheitsmanagement	90
WM 10.17.1 Grundlagen des Gesundheitsmanagements	90
WM 10.17.2 Krankenhausmanagement	91
WM 10.17.3 Management von Medizinischen Versorgungszentren	92

Kompetenzfeld Pflegemanagement.....	93
WM 10.18.1 Grundlagen des Pflegemanagements.....	93
WM 10.18.2 Finanzierung & Abrechnung von Pflege.....	94
WM 10.18.3 Fallstudie Pflegemanagement	95
Kompetenzfeld Digitalisierung und Innovation.....	96
WM 10.19.1 Digitalisierung.....	96
WM 10.19.2 Innovation.....	98
WM 10.19.3 Fallstudie Digitalisierung und Innovation.....	100
Kompetenzfeld Nachhaltigkeit und zirkuläre Wertschöpfung	101
WM 10.20.1 Nachhaltigkeit.....	101
WM 10.20.2 Zirkuläre Transformation und Wertschöpfung.....	103
WM 10.20.3 Fallstudie zirkuläre Transformation und Wertschöpfung	105
Kompetenzfeld Sportmanagement	106
WM 10.21.1 Grundlagen des Sportmanagements	106
WM 10.21.2 Vereins- & Verbandsmanagement	107
WM 10.21.3 Interkulturelles Management.....	109
Kompetenzfeld Sportmarketing.....	110
WM 10.22.1 Sportmarketing & Sport Media Management	110
WM 10.22.2 Sporteventmarketing.....	112
WM 10.22.3 Fallstudie Sportmarketing	113
Praxissemester	114
PM 11.1 Praktikum.....	114
PM 11.2 Praktikumsarbeit.....	115
Abschlussarbeit	116
PM 12.1 Bachelor-Thesis.....	116
PM 12.2 Kolloquium.....	117

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	
Studieninhalte	– Gegenstand und Methoden der Betriebswirtschaftslehre und gesamtwirtschaftliche Einordnung von Unternehmen in Zeiten der digitalen Transformation – Konstitutive Entscheidungen (Rechtsform, Standort, Unternehmenszusammenschluss, Liquidation) – Sustainability und ihre Bedeutung für Unternehmen – Klassische und virtuelle Aufbauorganisationen von Unternehmen in der analogen und digitalen Wirtschaft – Ablauforganisationen mit End-to-End-Prozessen und Prozessmanagement sowie Auswirkungen der digitalen Transformation Grundlagen der Planung, Entscheidung und Kontrolle	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden gewinnen einen Überblick über die unterschiedlichen Blickwinkel der theoretischen Auseinandersetzung mit einem Unternehmen vor dem Hintergrund des digitalen Wandels sowie der zunehmenden Bedeutung der Sustainability. Sie wissen, was Unternehmen sind, wie sie sich verhalten und in welchen Formen sie organisiert sind. Dies gilt sowohl für analoge als auch für innovative digitale Geschäftsmodelle. Die Studierenden sind mit den grundlegenden Problemstellungen und Perspektiven einer insb. nachhaltigen Betriebswirtschaftslehre in einer digitalisierten Welt vertraut. Sie entwickeln die Kompetenz, Schlussfolgerungen und Vorschläge zu insb. nachhaltigen Managemententscheidungen zu begründen und zu vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur ¹	– Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. – Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. – Wöhe, G./Kaiser, H./Döring, U.: Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

¹ Alle Literaturangaben in diesem Modulhandbuch beziehen sich auf die jeweils neueste Auflage. Weitere Informationen können den aktuellen Studienmaterialien entnommen werden.

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.2 Grundlagen Marketing	
Studieninhalte	- Allgemeine Grundlagen des Marketings und (digitale) Umwelt - Informationsbezogene Perspektive: Grundlagen der Marktforschung - Grundlagen der Produktpolitik - Grundlagen der Preispolitik - Grundlagen der Kommunikationspolitik - Grundlagen der Distributions- & Vertriebspolitik - Grundlagen des Dienstleistungs- & Handelsmarketings - Grundlagen des internationalen Marketings - Grundlagen des Green Marketings	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden lernen die Grundlagen des Marketings kennen und verstehen und wenden die Instrumente des Marketings, wie z. B. wissenschaftliche fundierte Marketing-Mix-Konzepte, auf einfache Praxisbeispiele an. Dabei sind sie in der Lage, die sich durch die Digitalisierung verändernden Umweltbedingungen und Anforderungen für das Marketing zu verstehen und auf die erlernten Konzepte zu übertragen. In der vorlesungsbegleitenden Case Study werden ihre Präsentationsfähigkeiten gestärkt und sie lernen Aufgaben als Team zu bewältigen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	- Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing. - Kotler, P./Keller, K. L./Opresnik, M. O.: Marketing-Management. Konzepte, Instrumente, Unternehmensfallstudien. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.3 Grundlagen Logistik	
Inhalt	– Geschichte, Definitionsansätze und Grundlagen der Logistik/ des Supply Chain Management – Grundlagen der Beschaffung und klassischer Beschaffungsprozesse – Beschaffungs- & Produktionslogistik – Aufgaben der Materialwirtschaft – Optimierung der Bestell- & Lagerpolitik – Klassifikation von Produktionsprozessen – Prozessanalyse & Produktionsplanung – Logistikkennzahlen – City-Logistik – Digitale Transformation der Logistik – Grüne Logistik	
Angestrebte Lernergebnisse	Den Studierenden soll einen Überblick über die Logistik und ihre große Bedeutung für die Sicherung des Unternehmensfortbestands gegeben werden. Auf dieser Grundlage sollen Kenntnisse über wichtige Entscheidungsprobleme und Lösungsverfahren der Beschaffung, Produktionsplanung und -steuerung sowie Logistik vermittelt werden. Die Studierenden begreifen so die Logistik als zentrales Element der Wertschöpfungskette und erlangen einen Gesamtüberblick über die Relevanz eines prozessorientierten Logistikkonzeptes einschließlich klassischer Logistikkennzahlen. Zudem erfahren sie die Veränderungsszenarien der digitalen Transformation der Logistik und den Zielsetzungen nachhaltiger Logistikprozesse.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management. – Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management. – Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammerneegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. – Shina, A./Bernardes, E./Calderon, R./Wuest, T.: Digital Supply Networks. – Weetman, C.: A Circular Economy Handbook. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann	

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung	
Studieninhalte	– Einführung in die Unternehmensführung: Grundlagen und Funktion – Führungsebenen, Führungsprozess, Integriertes Führungssystem, Managementrollen – Überblick Personalmanagement – Grundlagen des Managementprozesses – Strategisches und operatives Management – Unternehmensziele, Zielbeziehungen und Corporate Governance – Aktuelle Konzepte in der Unternehmensführung, wie die nachhaltige Unternehmensführung	
Angestrebte Lernergebnisse	Es gilt, Verständnis für die Planung, Realisierung und Kontrolle von operativen Managementaufgaben zu schaffen. Dies geschieht durch eine Vermittlung der Ziele, Aufgaben und Herausforderungen des betriebswirtschaftlichen Managementprozesses. Die Studierenden erhalten grundlegendes Wissen über die Führung von Unternehmen und von Organisationen. Sie erwerben Kenntnisse und entwickeln Kompetenzen dahingehend, wie Managementfunktionen zur Analyse und Bearbeitung von Entscheidungsbereichen in der Unternehmensführung anzuwenden sind. Darüber hinaus erhalten sie die Befähigung die erlernten Managementfunktionen auf konkrete Problemstellungen in der Unternehmenspraxis anzuwenden. Darüber hinaus sollen die Studierenden, neben der Wissensverbreiterung und -vertiefung, auf dem Gebiet der Unternehmensführung auch Anwendungs-kompetenzen durch Fall- und Aufgabenbearbeitung erlangen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls PM 1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen; Konzepte – Methoden – Praxis. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.5 Human Resource Management	
Studieninhalte	– Grundlagen: Definition, Träger, Entwicklung und Zielsysteme HRM, Organisation HRM und rechtliche Rahmenbedingungen – HR-Instrumente zur Gestaltung personalwirtschaftlicher Themenfelder – Personelle Leistungsbereitstellung: Personalbedarfsplanung, Employer Branding, Personalmarketing & Recruiting, Personaleinsatz, Personalentwicklung und Kapazitätenmanagement – Leistungserhalt und -förderung: Compensation & Benefits, Performance Management, Motivation im Arbeitsprozess und Personalführung – Veränderte Rahmenbedingungen für das und Trends im HRM insbesondere vor dem Hintergrund der Digitalisierung, des demografischen Wandels, der Globalisierung und des Wertewandels/der Nachhaltigkeit	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende Aufgaben des Human Resource Management in Unternehmen. Sie lernen die relevanten personalwirtschaftlichen Spannungsfelder kennen und werden in die Lage versetzt, Fragestellungen der Personalpolitik eines Unternehmens zu erkennen und sich ergebende Problemfelder eigenständig zu beheben.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Becker, M. (2013), Personalentwicklung – Jetter, W. (2008), Effiziente Personalauswahl. – Jung, H. (2017), Personalwirtschaft Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harriet Kleiminger	

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.6 Projektmanagement und Digitalisierung	
Studieninhalte	– Ziele, Zweck und Bausteine des Projektmanagements – Anwendungsgebiete – Strukturierung komplexer Vorhaben – Projektorganisation, Projektführung und Projektcontrolling – Globales und Multiprojektmanagement – Erkennen der ökonomischen Dimension der Digitalisierung – Einfluss der Digitalisierung auf Projekte und Projektmanagement – Prozessmodelle und BPM Business Process Management – Exkurs: Innovationsmanagement – Erfolgsfaktoren	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die grundsätzliche Konzeption des Projektmanagements und sind in der Lage, eigenverantwortlich Projekte zu konzipieren und durchzuführen. Die Bedeutung digitaler Technik wie Blockchain, Industry 4.0 oder Machine Learning für insbesondere nachhaltige innovative Projekte kann von den Studierenden grundlegend eingeschätzt werden. Die Studierenden kennen die Methoden des Business Process Managements und bewegen sich sicher und fachlich versiert in Zusammenhängen zwischen Prozess- und Projektmanagement. Prozessmodelle können selbstgesteuert und eigenständig unter Berücksichtigung digitaler Medien umgesetzt und optimiert werden. In einem Exkurs zum Thema „Innovationsmanagement“ werden die Erkenntnisse des Prozessmanagements auf das Thema „Innovationsentwicklung“ angewendet.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Boy, J./Dudek, C./Kuschel, S.: Projektmanagement. – Braehmer, U.: Projektmanagement für kleine und mittlere Unternehmen. – Nausner, P.: Projektmanagement. – Burghardt, M.: Projektmanagement: Leitfaden für Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten. – Litke, H.-D.: Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. – Neugebauer, R.: Digitalisierung. Schlüsseltechnologien für Wirtschaft und Gesellschaft.	

	– Fend, L.: Digitalisierung in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes

Modulgruppe	Finanzmanagement	
Name des Moduls	PM 2.1 Finanzierung	
Studieninhalte	– Grundlagen der Finanzierung – Kapitalbedarf und Kapitalbedarfsermittlung (einschließlich Finanzplanung) – Außen- und Innenfinanzierung – Besondere Formen der Finanzierung	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten einen umfangreichen Einblick in die wichtigsten Instrumente und Entscheidungsalternativen der Unternehmensfinanzierung. Sie erlangen das notwendige methodische Wissen zur Beurteilung von Finanzierungsprojekten, kennen die unterschiedlichen Formen von Finanzinstrumenten einschließlich der Möglichkeiten, die sich aus der Digitalisierung und insbesondere der Blockchain-Technologie ergeben. Sie sind vertraut mit dem Kapitalmarkt und dem unternehmensbezogenem Finanzmanagement. Dadurch sind die Studierenden befähigt, mit Hilfe der klassischen und modernen Finanzierungsinstrumente sachgerecht und selbständig Möglichkeiten zur Deckung des Kapitalbedarfs im Unternehmen zu beurteilen, zu konzipieren und zu vertreten. sowie Aspekte einer nachhaltigen Finanzierung zu berücksichtigen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Berk, J./DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft: Analyse, Entscheidung und Umsetzung. – Brealy, R. E./Myers, S. C./Marcus, A. J.: Fundamentals of Corporate Finance. – Grill, W./Perczynski, H.: Wirtschaftslehre des Kreditwesens. – Kruschwitz, L./Husmann, S.: Finanzierung und Investition. – Perriodon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmen. – Wöhe, G. et al.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	k.A.	

Modulgruppe	Finanzmanagement	
Name des Moduls	PM 2.2 Investition	
Studieninhalte	– Grundverständnis der Investition – Einordnung der Investitionsplanung in die Finanzwirtschaft der Unternehmung, Aufgaben und Zusammenhänge zwischen der Planung von Investitionen und Finanzierung – Einordnung der Investitionsrechnung in das betriebliche Planungssystem – Statistische Verfahren der Investitionsrechnung – Dynamische Verfahren – Reaktionen auf Kritik an traditionellen Verfahren der Investitionsrechnung	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden lernen Zusammenhänge zwischen Investitionen und Finanzierung kennen und können diese Wechselwirkungen eigenständig beurteilen. Sie kennen die Zusammenhänge zwischen der Investitionsrechnung und anderen Unternehmensrechnungen und sind für mögliche Fehlerquellen sensibilisiert.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Becker, P.: Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft – Dörsam, P.: Grundlagen der Investitionsrechnung – anschaulich dargestellt – Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Corinna Semenischev	

Modulgruppe	Rechnungswesen und Controlling	
Name des Moduls	PM 3.1 Externes Rechnungswesen	
Studieninhalte	– Grundlagen der Finanzbuchhaltung – Grundbegriffe des externen Rechnungswesens – Buchung von Geschäftsvorfällen – Jahresabschluss – Bilanzierungsansätze – Grundlagen der Bilanzpolitik – Trends und Technologien im Rechnungswesen zur Nachhaltigkeit – Digitalisierungsansätze in Buchführung, bei GoBD-konformem Belegwesen und bei Erstellung des Jahresabschlusses	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden beherrschen die Grundbegriffe des Rechnungswesens. Sie verstehen das Prinzip der doppelten Buchführung und sind in der Lage, grundlegende betriebliche Geschäftsvorfälle darzustellen sowie den Einfluss digitaler Tools auf die Erstellung von Buchführung und Jahresabschluss – bei den Eröffnungsbuchungen beginnend über laufende Buchungen bis zu den Abschlussbuchungen – einzuschätzen. Sie kennen Bestandteile und Aussagegehalt eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses und die Grundsätze ordnungsgemäßer Bilanzierung. Sie sind zudem befähigt, eine Beurteilung der Unternehmenssituation vorzunehmen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen. – Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Übungsbuch Bilanzen und Bilanzanalyse. – Döring, U./Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss: Mit Aufgaben und Lösungen. – Greulich, S./Riepolt, J.: Digitalisierung von Geschäftsprozessen im Rechnungswesen. – Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Claudia Leimkühler	

Modulgruppe	Rechnungswesen und Controlling	
Name des Moduls	PM 3.2 Internes Rechnungswesen	
Studieninhalte	– Aufgaben, Struktur und begriffliche Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung unter Berücksichtigung der Einflüsse des digitalen Wandels sowie zunehmender Sustainability – Aufbau einer entscheidungsorientierten Kostenrechnung zur Kostenerfassung und Kostenverrechnung – Kostenrechnungssysteme in Abhängigkeit von der Art der erforderlichen Kosteninformationen (Voll- versus Teilkostenrechnung und Ist- versus Plankostenrechnung) – Ausgewählte Verfahren der Leistungsrechnung – Green Cost Accounting zur Abbildung der Nachhaltigkeit im Unternehmen (u.a. Lifecycle Costing, Umweltkostenrechnung) – Grundlagen der Prozesskostenrechnung (Activity based costing) im Rahmen software-gestützter Prozesse (RPA)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR), wissen um die Bedeutung entscheidungsrelevanter Kosten zur Bestimmung marktfähiger Preise und können diese kalkulieren. Auch kennen sie die Bedeutung der KLR für eine effektive, effiziente und zunehmend nachhaltige Unternehmensführung. Sie beherrschen wichtige Kostenbegriffe sowie ausgewählte Verfahren der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung und kennen die Auswirkungen der Digitalisierung, insb. Automatisierung, auf das interne Rechnungswesen, wie z.B. den Einsatz KI-gestützter Anwendungen. Sie sind in der Lage, verschiedene Kostenrechnungssysteme zur Lösung betrieblicher Entscheidungsprobleme sachgerecht anzuwenden.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung. – Mumm, M.: Kosten- und Leistungsrechnung. – Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Rechnungswesen und Controlling	
Name des Moduls	PM 3.3 Grundlagen Steuern	
Studieninhalte	- Grundlagen der Steuerlehre - Überblick über die verschiedenen Arten von Steuern: Einkommensteuer & Körperschaftsteuer, Umsatzsteuer, Erbschaft- und Schenkungsteuer, Gewerbesteuer und Grundsteuer	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten Kenntnisse der Grundprinzipien der verschiedenen Steuerarten und deren Aufbau. Weiter lernen sie die Bedeutung und die Auswirkungen des Transparenz- und Trennungsprinzips. Zudem werden die Studierenden in der Lage sein, die Steuerbelastung von Unternehmen in Abhängigkeit von der Rechtsform zu bestimmen. Die Studierenden befinden sich in der Lage, einfache Sachverhalte anhand einschlägiger Steuergesetze herzuleiten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Rechnungswesen und Controlling	
Name des Moduls	PM 3.4 Grundlagen Controlling	
Studieninhalte	– Konzeptionelle Grundlagen des Controllings (Institutioneller Begriff und Bedeutung, Controllingsystem im Unternehmen, Ziele und Aufgaben) – Controlling-Arbeit als Business Partner in der Praxis unter Berücksichtigung der Auswirkungen der digitalen Transformation auf Controlling-Prozesse im Unternehmen – Einbindung des Controllings in die Unternehmensorganisation – Integriertes Nachhaltigkeitscontrolling (strategisch, operativ) als Beitrag des Controllings zur Steuerung der Sustainability im Unternehmen – Instrumente des strategischen Controllings und ihre Einsatzfelder (u.a. strategische Planung und Kontrolle, strategische Erfolgsfaktoren, Informationsversorgung) – Instrumente des operativen Controllings und ihre Einsatzfelder (u.a. Budgetierung und Budgetüberwachung, Prozess- und Liquiditätscontrolling) – Kennzahlen(-systeme) für die zielorientierte strategische und operative Unternehmensführung im Rahmen des Management Reportings für analoge und digitale Geschäftsmodelle u.a. zur Messung der Nachhaltigkeit im Unternehmen. – Einsatzmöglichkeiten digitaler Technologien u.a. bzgl. Data Management (Big Data, Cloud Computing) sowie Business Intelligence (Machine Learning, Predictive Forecasting, Robotic Process Automation, Scorecards) – Grundzüge einer Due Diligence	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Aufgaben und wesentlichen Grundlagen des betrieblichen Controllings sowie die Auswirkungen des digitalen Wandels 4.0 bis hin zu Industrie 5.0 auf die Rolle des Controllings sowie Controllingprozesse. Sie verstehen die Bedeutung der Controller als Treiber innovativer Digitalisierungsprozesse und Rationalitätssicherer für eine nachhaltige Unternehmensteuerung. Sie kennen den Unterschied zwischen Business Partner und Data Scientist sowie die neuen, zusätzlichen Anforderungen an das Controlling. Sie verstehen die Koordination der Unternehmensführung-Teilsysteme als wichtige Controllingaufgabe und sind in der Lage, mit typischen betrieblichen Controllingproblemen strukturiert und methodisch richtig umzugehen. Sie können operative und strategische Entscheidungen im Unternehmen im Rahmen der Planung und Kontrolle nachvollziehen, gestalten und begleiten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“ und „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz,

		22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling. – Lachnit, L./Müller, S.: Unternehmenscontrolling. Managementunterstützung bei Erfolgs-, Finanz-, Risiko- und Erfolgspotenzialsteuerung. – Sailer, U.: Nachhaltigkeitscontrolling – Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Rechnungswesen und Controlling	
Name des Moduls	PM 3.5 Bilanzanalyse	
Studieninhalte	– Gestaltungsmöglichkeiten im Rahmen der Bilanzierung nach HGB (Bilanzpolitik) – Analyse der wirtschaftlichen Lage eines Unternehmens auf Basis der externen Rechnungslegung nach HGB (Bilanzanalyse) – Finanz- und Erfolgswirtschaftliche Analysen – Gesamturteilsbildung auf Basis finanzieller und nicht-finanzieller insb. nachhaltiger Bilanzkennzahlen, und KPI-Systeme – Einfluss der EU-Taxonomie-VO auf Großunternehmen zur Transparenzsteigerung bzgl. Nachhaltigkeit auf CSR und KPIs – Wesentliche Unterschiede der Bilanzierung nach IFRS im Vergleich zu HGB – Bilanzanalytische Instrumente zur Aufdeckung von Bilanzmanipulationen	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten einen umfangreichen Einblick in den Bereich der Bilanzanalyse und der Bilanzpolitik und werden mit den Gestaltungsmöglichkeiten von Jahresabschlüssen und Lageberichten vertraut gemacht. Sie kennen gängige bilanzpolitische Wahlrechte, können deren Wirkung auf die Rechnungslegung beurteilen und wissen um bilanzanalytische Möglichkeiten zur Aufdeckung von Bilanzbetrug. Darüber hinaus sind sie befähigt, selbständig die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens insb. anhand von KPIs zu beurteilen. Sie sind ebenfalls vertraut mit nachhaltigkeitsbezogenen Angaben bei Großunternehmen, z. B. gemäß EU-Taxonomie-VO oder GRI-Standards, für CSR-Berichterstattung im Lagebericht und ihren Auswirkungen auf die Analyse.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“ und „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Gräfer, H.: Bilanzanalyse. – Küting, P./Weber, C.-P.: Bilanzanalyse. – Lachnit, L./Müller, S.: Bilanzanalyse. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Claudia Leimkühler	

Modulgruppe	Volkswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 4.1 Volkswirtschaftslehre I	
Studieninhalte	– Funktion von Märkten – Haushalts- und Unternehmenstheorien – Marktformen und Marktversagen – Staatliche Eingriffe auf einzelwirtschaftlicher Ebene – Externalitäten und Nachhaltigkeit	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Grundzüge der Mikroökonomie im Bereich der Volkswirtschaftslehre. Ziel der Veranstaltung ist es, die Studierenden mit den methodischen Grundlagen der Mikroökonomie vertraut zu machen. In der Veranstaltung werden die grundlegenden Konzepte der Haushalts- und Unternehmenstheorien vorgestellt, die Funktionsweise von Märkten wird erörtert und auch Marktversagen in Form von Monopolen, Externalitäten oder öffentlichen Gütern wird analysiert (Wohlfahrtsökonomie). Umweltschonende und nachhaltige Produktionsweisen einer Volkswirtschaft werden im Hinblick auf die Aspekte Nachhaltigkeit und Klimaschutz diskutiert	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang „Betriebswirtschaft“ (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotssturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Mankiw, N. G./Taylor M. P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. – Pindyck, R. S./Rubinfeld, D. L.: Mikroökonomie. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Annette Olbrisch-Ziegler	

Modulgruppe	Volkswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 4.2 Volkswirtschaftslehre II	
Studieninhalte	– Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Produktivität und Wachstum (Entwicklungspolitik, Armut, Nachhaltigkeit) – Geld, Geldpolitik und Inflation – Konjunkturelle Schwankungen – Arbeitsmärkte und Arbeitslosigkeit – Einkommenserzielung und -verteilung – Staatliche Eingriffe auf gesamtwirtschaftlicher Ebene	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Grundsätze des makroökonomischen Denkens. Sie können diese anwenden, um die Wirkung verschiedener wirtschaftspolitischer Maßnahmen zu analysieren und zu beurteilen, welche Wirkungen gesellschaftlich wünschenswert sind. Sie können ihr Wissen über die Theorie und Empirie der Makroökonomik nutzen, um zu aktuellen makroökonomischen Themen fachlich fundiert Stellung zu nehmen. Insbesondere Fragestellungen und Perspektiven der nachhaltigen ökonomischen Entwicklung (Klimaschutz, UN-Nachhaltigkeitsziele, Armut, Strukturwandel) werden thematisiert wie auch Arbeitslosigkeit und Themen der Sozialpolitik (Einkommens- und Vermögensverteilung, Wohlfahrtsstaat). Die Studierenden sind in der Lage, Vorschläge zur Verbesserung der gesamtwirtschaftlichen Situation sowohl kritisch zu hinterfragen wie auch selbständig eigene Ideen und Lösungsansätze zu entwickeln.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang „Betriebswirtschaft“ (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Burda, M. C./Wyplosz, C.: Makroökonomie – Eine europäische Perspektive. – Clement, R./Terlau, W./Kiy, M.: Angewandte Makroökonomie – Makroökonomie, Wirtschaftspolitik und nachhaltige Entwicklung mit Fallbeispielen, – Mankiw, N. G./Taylor, M. P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Annette Olbrisch-Ziegler	

Modulgruppe	Volkswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 4.3 Volkswirtschaftslehre III	
Studieninhalte	– Grundzüge der Außenhandelstheorie und -politik – Historie des europäischen Integrationsprozesses – Europäische Integration und deren Bedeutung für die deutsche Wirtschaft und Wirtschaftspolitik – Integrationsperspektiven und -probleme (Vertiefung? Desintegration?) – Aktuelle wirtschaftspolitische Probleme und Lösungsansätze in Deutschland und Europa (Klimaschutz, Nachhaltigkeit, Armut, Produktivitätsunterschiede, Wirtschaftskrisen)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die grundlegenden ökonomischen Wirkungen der Integration und der Internationalisierung. Sie erkennen die Bedeutung der europäischen Integration sowie der Internationalisierung für ein Unternehmen, für die deutsche Wirtschaft sowie für die nationale Wirtschaftspolitik. Sie sind in der Lage, den weiteren Prozess der europäischen Integration eigenständig und kritisch zu analysieren. Die Studierenden eignen sich strukturiertes, globales Denken an und können wissenschaftlich fundierte, gesellschaftspolitisch und wirtschaftsethisch verantwortungsvolle Positionen entwickeln und diese argumentativ vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 4.1 Volkswirtschaftslehre I“ und „PM 4.2 Volkswirtschaftslehre II“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Brasche, U.: Europäische Integration: Wirtschaft, Euro-Krise, Erweiterung und Perspektiven. – Eibner, W.: Internationale wirtschaftliche Integration: Ausgewählte internationale Organisationen und die Europäische Union. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Annette Olbrisch-Ziegler	

Modulgruppe	Wirtschaftsrecht	
Name des Moduls	PM 5.1 Wirtschaftsrecht	
Studieninhalte	- Legal Landscape - Einstieg in Verträge - Schieflagen bei Verträgen und Konsequenzen - Sachenrecht - Absicherungsmöglichkeiten - Ausgewählte Verträge - Weitere wichtige Vertragstypen - Streitigkeiten - Untergang von Firmen/Personen - Wrap Up - Nachhaltigkeit und Ethik im Rechtssystem - Fortbildung der Rechtsbegriffe durch Digitalisierung - Smart Contracts - Zusatzzertifikat Internationales Wirtschaftsrecht	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden überblicken die Grundstrukturen des deutschen Wirtschaftsrechts. Sie erkennen typische, mit der unternehmerischen Tätigkeit verbundene rechtliche Probleme und Risiken. Gemeinsam mit juristisch ausgebildetem Personal sind die Studierenden befähigt, derartige Probleme zu lösen. Die Fähigkeit zur offensiven Bewältigung juristischer Fragen – unter Nutzung externen Wissens – wird besonders gefördert.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	- Lange, K. W.: Basiswissen Ziviles Wirtschaftsrecht. Ein Lehrbuch für Wissenschaftler. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	IT	
Name des Moduls	PM 6.1 Wirtschaftsinformatik	
Studieninhalte	- IT-Systeme und Rechnerarchitekturen - Datenmanagement und Datenintegration - Netzwerke und Internettechnologie - IT-Lebenszyklus - Datenschutz und Ethik - IT-Sicherheit - Risikomanagement - Traditionelle IT-Strategie vs. Digitalstrategie - IT Innovationsmanagement - Transformation des Unternehmens - Prozessautomatisierung - Big Data - KI - Agile Methoden (mit Workshop „Design Thinking“) - Nachhaltigkeit in der Unternehmens-IT	
Angestrebte Lernergebnisse	Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden grundlegende Kenntnisse im Bereich der Wirtschaftsinformatik zu vermitteln. Die Studierenden haben Grundkenntnisse in den Bereichen Hard- und Software und kennen den gängigen Einsatz von Informationssystemen in Unternehmen. Weiterer Schwerpunkt ist, die Studierenden mit aktuellen Chancen, Anforderungen und Auswirkungen durch Digitalisierung vertraut zu machen. Erlernt werden sowohl moderne Technologien als auch Vorgehensmodelle und Methoden der digitalen Transformation. Studierende sind mit den technischen und organisatorischen Elementen einer klassischen Unternehmens-IT und wesentlichen Möglichkeiten der Digitalisierung vertraut und können deren Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, Effizienz und Rentabilität eines Unternehmens beurteilen. Darüber hinaus verfügen sie über Wissen und Skills, um Innovationsprozesse in traditionellen Unternehmensstrukturen nachhaltig voranzutreiben.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotssturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	- Hansen, H. R. et al.: Wirtschaftsinformatik. - Heinrich, L. H./Heinzl, A./Riedl, R.: Wirtschaftsinformatik: Einführung und Grundlegung. - Kerguenne et al.: Design Thinking: Die agile Innovationsstrategie	

	- Laudon, K. C./Laudon J. P./Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung. - Mertens, P. et al.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. - Pfitzinger, Jestädt: Management und Betrieb der IT in Unternehmen - Urbach, Ahlemann: IT-Management im Zeitalter der Digitalisierung: Auf dem Weg zur IT-Organisation der Zukunft Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker

Modulgruppe	IT	
Name des Moduls	PM 6.2 Grundlagen ERP	
Studieninhalte	– Technischer Aufbau und Bedeutung von ERP Systemen – ERP als Bestandteil der Digitalstrategie – Integration – Marktüberblick (SAP, Microsoft Dynamics, DATEV, SAGE, ...) – Beispiel SAP - Abbildung Kerngeschäftsprozesse - erweiterte Funktionalitäten wie CRM, BI, SCM – Einführung und Integration im Unternehmen - Prozessmodellierung - Erfolgsfaktoren – Erweiterungs- und Anpassungsmöglichkeiten - Customizing - Automatisierung durch Workflows - Programmierung innerhalb SAP Praktische Übungen am SAP-System	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erlernen die Programmphilosophie von komplexen ERP-Systemen. Sie verstehen die Notwendigkeit, solche Systeme zur Unternehmenssteuerung einzusetzen, und erhalten einen Überblick über deren Bedeutung im Rahmen der digitalen Transformation. Sie kennen wesentliche Erfolgsfaktoren bei der Abstimmung zwischen Programmphilosophie und Unternehmensorganisation sowie deren Prozessen. Die Studierenden lösen im Rahmen von Fallstudien am vorhandenen ERP-System (SAP) strukturierte Aufgabenstellungen mit einem hohen Grad an Praxisrelevanz.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht unter Verwendung der Methode „Fallstudie“) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Portfolio	
Literatur	– Drumm, Knigge et al.: Einstieg in SAP ERP – Frick, D. et al.: Grundkurs SAP ERP. – Grammer, P. A.: Der ERP-Kompass – ERP-Projekte zum Erfolg führen. – Gronau, N.: Enterprise Resource Planning: Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen: Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen. – Körsgen, F.: SAP ERP Arbeitsbuch. – Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 1 – Operative Systeme in der Industrie.	

	– Mertens, P./Meier, M. C.: Integrierte Informationsverarbeitung 2 – Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie. – Schulz: Der SAP-Grundkurs für Einsteiger und Anwender Siehe außerdem Literaturliste auf der eLearning-Plattform der NBS Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker

Modulgruppe	Quantitative Methoden	
Name des Moduls	PM 7.1 Mathematik I	
Studieninhalte	– Grundlagen der linearen Algebra – Lösbarkeit von linearen Gleichungssystemen – Lineare Optimierung – Simplex-Algorithmus – Der CO₂-Fußabdruck: Anwendungen der linearen Optimierung zur Nachhaltigkeit	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sollen grundlegende Methoden der linearen Algebra sowie der betriebswirtschaftlichen Anwendungen kennenlernen und umsetzen können. Insbesondere diskutieren sie hierbei verschiedene Algorithmen zur Lösung von linearen Gleichungssystemen und erlernen das Konzept der linearen Optimierung. Die Lösung von solchen Optimierungsproblemen spielt dabei eine zentrale Rolle.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Eichholz, W./Vilkner, E.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik. – Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 3: Lineare Algebra, Lineare Optimierung und Graphentheorie. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katrin Schmallowsky	

Modulgruppe	Quantitative Methoden	
Name des Moduls	PM 7.2 Mathematik II	
Studieninhalte	– Mengen, Funktionen, Ableitungen gewöhnlicher Funktionen, Elastizität, Newton-Verfahren – Fehlerrechnung, Elastizität, Extremwerte, Methode der kleinsten Fehlerquadrate – Einführung in Nachhaltigkeitsindikatoren	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden verfügen über ein Wissen und Können, das ihnen erlaubt, Problemlösungen aus der beruflichen Tätigkeit und Argumente für Entscheidungsfindungen in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und weiterzuentwickeln. Es werden analytische Methoden vorgestellt und ausführlich erläutert. An typischen Beispielen aus der Wirtschaft werden mögliche Anwendungen demonstriert und Bewertungen der Lösungen vorgenommen. Das umfangreiche Angebot von Mathematiksoftware wird in die Bearbeitung von Lösungsvarianten einbezogen. Bekannte Lösungsverfahren werden mit digitalen Lernwerkzeugen (z. B. geo-gebra) veranschaulicht.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 7.1 Mathematik I“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Eichholz, W./Vilkner, E.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik – Schmallowsky, K.: Analysis verstehen. – Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katrin Schmallowsky	

Modulgruppe	Quantitative Methoden	
Name des Moduls	PM 7.3 Statistik	
Studieninhalte	– Beschreibung eindimensionaler Daten – Lage-, Streuungs- und Konzentrationsmaße – Indexrechnung – Techniken und Maßzahlen zur Assoziationsanalyse, Korrelationsanalyse und Regressionsrechnung – Zeitreihenanalyse, Methoden zur Trendermittlung – Einführung in die Induktive Statistik – Einsatz von Statistik-Software	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, grundlegende Methoden der deskriptiven Statistik adäquat anzuwenden und die erhaltenen Ergebnisse korrekt zu interpretieren. Ebenso sollen sie mit einer Einführung in die induktive Statistik erste Grundzüge des Testens erlernen. Es soll weiterhin ein kritisches Verständnis bezüglich der Leistungsfähigkeit und der Grenzen der verwendeten statistischen Methodik und von Statistik-Software geweckt werden.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 7.1 Mathematik I“ und „PM 7.2 Mathematik II“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M.: Statistik. Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. – Hassler, U.: Statistik im Bachelor-Studium. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nora Gönsch	

Modulgruppe	Quantitative Methoden	
Name des Moduls	PM 7.4 Operations Research	
Studieninhalte	– Grundlagen des Operations Research, Modellierung und Optimierung – Lineare Optimierung inklusive Sonderfälle (Transport, Rundreisen) – Nichtlineare Optimierung (Lagerhaltungsproblem) – Stochastische Systeme (Wartesysteme) – Mehrkriterielle Entscheidungen	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden lernen das Erkennen und Beschreiben von Entscheidungssituationen. Sie festigen ihre Fertigkeiten in der Formulierung von Sachverhalten als mathematische Probleme (Formalisierung). Sie erkennen klassische analytische Modelle. Sie erkennen die Bedeutung des Operations Research als wichtigstes Instrument als Vorbereitung von Entscheidungen in Unternehmen. Sie sind damit in der Lage, über Übungsaufgaben hinaus komplexere Projekte wie zum nachhaltigen Ressourceneinsatz zu bearbeiten und dabei mathematische Methoden zur Lösung von Aufgaben auszuwählen, zu nutzen und geeignete Software-Produkte anzuwenden.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 7.1 Mathematik I“ und „PM 7.2 Mathematik II“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Domschke, W./Drexl, A./Klein, R./Scholl, A.: Einführung in Operations Research. – Domschke, W./Drexl, A./Klein, R./Scholl, A.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research. – Eichholz, W./Vilkner, E.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik. – Sauer, M.: Operations Research kompakt. – Werners, B.: Grundlagen des Operations Research. – Zimmermann, H.-J.: Operations Research. Methoden und Modelle. Für Wirtschaftsingenieure, Betriebswirte, Informatiker. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nora Gönsch	

Modulgruppe	Methodenkompetenz	
Name des Moduls	PM 8.1 Wissenschaftliches Arbeiten	
Studieninhalte	– Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens – Recherchetechniken (Bibliothekskataloge, Onlinerecherche, Speichern, Ordnen und Bearbeiten mittels digitaler Literaturverwaltungssysteme) – Die Bedeutung empirischer Untersuchungen für wissenschaftliche Arbeiten – Wissenschaftliches Arbeiten im digitalen Zeitalter – Methoden zur Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit – Rhetorik & Präsentationstechniken – Präsentation von Arbeitsergebnissen	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Grundsätze wissenschaftlicher Arbeit bezüglich der Dokumentation und Nachvollziehbarkeit wissenschaftlicher Arbeiten. Sie beherrschen die Verfahren der Recherche und empirischer Untersuchungen. Sie sind in der Lage, eigenständig wissenschaftliche Arbeiten nach akademischen Anforderungen anzufertigen. Die Studierenden haben einen Überblick über rhetorische Grundlagen und Präsentationstechniken. Sie sind in der Lage, Arbeitsergebnisse aufzubereiten und frei zu präsentieren.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine Wichtig: Dieses Modul ist bis zum Ende des zweiten Semesters erfolgreich zu absolvieren. Kann dies nicht erfolgreich nachgewiesen werden, kann der Zugang zu Modulen, die mit einer Hausarbeit abschließen, verwehrt werden.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Blazert, H./Schröder, M./Schäfer, C.: Wissenschaftliches Arbeiten. Ethik, Inhalt & Form wissenschaftlicher Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation. – Disterer, G.: Studienarbeiten schreiben: Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. – Sticket-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lern-techniken: erfolgreich Studieren – gewusst wie! Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Achim Wortmann	

Modulgruppe	Methodenkompetenz	
Name des Moduls	PM 8.2 Moderations-, Kreativitäts- und Präsentationstechniken	
Studieninhalte	Präsentation & Rhetorik: – Vertiefung Rhetorik – Präsentationstechniken – Medieneinsatz – Vortragskonzeption – Freie Rede – Hören, hinhören, zuhören: Aktives Zuhören und Debattenkultur – Erstellung von MS PowerPoint- Präsentationen & Darstellung von Zahlen Moderation von Gruppen – Moderationszyklus – Rolle des Moderators/der Moderatorin – Visualisierung – Digitale Umsetzung von Workshop Moderationen Kreativitätstechniken – Techniken zur Gewinnung kreativer Lösungen	
Angestrebte Lernergebnisse	Am Ende der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, frei zu präsentieren. Sie haben einen Überblick über einschlägige Präsentationstechniken gewonnen und können diese sinnvoll anwenden. Darüber hinaus kennen sie die Regeln der Rhetorik und können einen Vortrag so gestalten und strukturieren, dass das Interesse der Zuhörer geweckt und die jeweiligen Inhalte nachhaltig und verständlich vermittelt werden. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, strukturierte Präsentationen in Power Point anzufertigen. Die Studierenden kennen ferner die Grundlagen der Debattierkultur und sind in der Lage, Debatten zu einfachen wissenschaftlichen Themen zu führen. Die Studierenden kennen schließlich Techniken zur Erarbeitung von Lösungen im Team und können diese anwenden. Dies beinhaltet zum einen Kenntnisse zu Struktur und erforderlichem Werkzeug für die Moderation von Workshops, zum anderen Kreativitätstechniken.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 8.1 Wissenschaftliches Arbeiten“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Präsentation	

Literatur	- Freimuth, T./ Barth, T.: Handbuch Moderation: Konzepte, Anwendungen und Entwicklungen (Innovatives Management) - Jäggi, S./Züger, R.-M.: Kommunikation und Information – Leadership-Basiskompetenz: Theoretische Grundlagen und Methoden mit Beispielen, Praxisaufgaben, Repetitionsfragen und Antworten. Personal und Führung. - Kanitz, A.: Crashkurs Professionell Moderieren. - Renz, K.-C.: Das 1x1 der Präsentation: Für Schule, Studium und Beruf. - Röhner, J./Schütz, A.: Psychologie der Kommunikation. - Schulz von Thun, F.: Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte - Zelazny, G.: Wie aus Zahlen Bilder werden. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harriet Kleiminger

Modulgruppe	Vernetzung	
Name des Moduls	PM 9.1 Interdisziplinäres Modul	
Studieninhalte	In diesem Modul werden disziplinübergreifende Inhalte vermittelt, die nicht direkt aus dem eigenen Studiengang kommen. Je nach Studienschwerpunkten und Studienziel der Studierenden können sie Module aus dem Angebot aller anderen Studiengänge der NBS außer demjenigen wählen, in welchen sie immatrikuliert sind, wobei das gewählte Modul mindestens einen Umfang von 5 ECTS haben muss. Es ist außerdem möglich, Module anderer in- und ausländischer Hochschulen zu wählen, sofern sie nicht aus dem eigenen Fachbereich kommen. Die Veranstaltung bietet somit Lerninhalte, die Horizont- oder Orientierungswissen vermitteln. Bei der Vermittlung von Horizontwissen werden die Studierenden beispielsweise mit den Grundlagen anderer, fachfremder Wissenschaften vertraut gemacht; sie lernen Denkweisen und „Kulturen“ der fachfremden Disziplinen kennen. Bei der Vermittlung von Orientierungswissen steigern die Studierenden ihr Reflexionsniveau, indem sie sich exemplarisch mit gesellschaftsrelevanten Themen auseinandersetzen.	
Angestrebte Lernergebnisse	Durch den Blick über den eigenen „fachlichen Tellerrand“ können die Studierenden personale, soziale und neue Kompetenzen entwickeln. Das interdisziplinäre Modul soll die Studierenden im Sinne eines „Studium Generale“ auf die Berufswelt mit vorbereiten. Es dient der Ergänzung zum eigentlichen Studium. Durch die Vermittlung von Horizontwissen wird die eingeschränkte Perspektive des Fachstudiums erweitert. Dadurch lernen die Studierenden, das im Fachstudium erworbene Wissen in einem komplexen Zusammenhang einzuordnen und in Relation zu den anderen Wissenschaften zu sehen. Durch die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Fachfragen erwerben die Studierenden die Kompetenz, kritisch zu reflektieren und sich schnell in fachfremde Zusammenhänge einarbeiten zu können. Daraus folgt auch die gesteigerte Partizipationsfähigkeit der Studierenden als allgemein gebildeter Teil der Gesellschaft.	
Lehr- & Lernform	Vgl. hierzu Darstellung des ausgewählten Moduls aus dem jeweiligen Studiengang	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: Das Modul ist aus einem anderen als dem eigenen Studienbereich zu wählen. Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Siehe Modulbeschreibung des ausgewählten Moduls	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien des ausgewählten Moduls	
Modulverantwortlich	Jeweiliger Modulverantwortlicher des gewählten Moduls	

Modulgruppe	Vernetzung	
Name des Moduls	PM 9.2 Unternehmenssimulation	
Studieninhalte	– Führen eines Industrieunternehmens (als Team) im Wettbewerb – Operative, taktische und strategische Unternehmensplanung – Treffen von Entscheidungen in den Bereichen Marketing, Produktion, Logistik und Finanzierung – Ergebnisanalyse, Aufbau eines Controllingsystems – Optimierung von Teilbereichen mit Instrumenten des OR – Aufbau einer Excel-basierten integrierten Unternehmensplanung – Dokumentation der Quartalsplanung und Quartalsanalysen – Erstellung eines Geschäftsberichts	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden vernetzen die in den bisherigen betriebswirtschaftlichen Modulen vermittelten Inhalte zu einem ganzheitlichen Unternehmensführungskonzept. Sie erstellen selbständig Tools zur integrierten Unternehmensplanung (beispielsweise auf MS-Excel). Die Entscheidungen zur Unternehmensführung sind in kleinen Gruppen (max. 5 Teilnehmer) zu treffen. Durch eine Aufgabenverteilung im Team und das Abstimmen interdependenter Entscheidungen wird Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit gefördert. Durch das Agieren im Wettbewerb wird die Fähigkeit zum unternehmerischen Denken und Handeln besonders gefördert.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung aller bis zu diesem Zeitpunkt angebotenen Module wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Portfolio	
Literatur	– Böttcher, T.: LUDUS. Ergebnisrechnung: 3 Produkte auf 4 Märkten. – Böttcher, T.: LUDUS, Entscheidungsfeld (Eigenfertigung). Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Controlling	
Name des Moduls	WM 10.1.1 Finanz-, IT- und Prozess-Controlling	
Studieninhalte	– Statische Verfahren des Finanzcontrollings (u. a. Vermögens- und Kapitalanalyse, Liquiditätsstatusrechnungen) – Dynamische Verfahren des Finanzcontrollings (u. a. kurz-, mittel- und langfristige Finanzplanung, Finanzkontrolle, Rating) – Grundlagen des IT-Controllings – Koordinationspotenzial und -bedarf der Informationsverarbeitung im Rahmen des IT-Controllings – Umsetzung eines Management-Informationssystems (MIS) – Grundzüge zu Datenbankanbindungen, Datenbankabfragen und Data Warehouse (insbesondere Relationale Datenbanken, InMemory-Datenbanken, Blockchain, SQL) – Umgang mit Big Data (Grundzüge des Data Science) – Robotic Process Automation (RPA) – Grundlagen des Prozess-Controllings – Grundlagen des Business Modell Managements als Basis für die Digitalisierung – Grundzüge der Prozessmodellierung (BPMN 2.0) als Grundlage für die Entwicklung von Prozesskennzahlen usw. – Kostensenkungspotenziale durch Prozessanalyse und Business Process Reengineering (BPR) – Prozessorientierung und prozessorientierte Management-Systeme (u. a. Lean Management)	
Angestrebte Lernergebnisse	Basierend auf dem Modul Grundlagen Controlling erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in das Finanz-, IT- und Prozess-Controlling als spezifische Einsatzfelder des Controllings sowohl in operativer als auch strategischer Hinsicht. Darüber hinaus sind sie befähigt, selbständig die verschiedenen Verfahren des Finanzcontrollings zu beurteilen und zielgerichtet einzusetzen. Sie machen sich weiterhin mit dem Thema „Controlling und Informationssysteme“ mit entsprechenden Koordinationspotenzialen und -bedarfen als Teil des IT-Controllings vertraut. In diesem Zusammenhang lernen sie den grundsätzlichen Umgang mit relationalen Datenbanken InMemory Datenbanken und der Blockchain sowie Big Data im Kontext von Data Warehouses kennen. Im Bereich Prozess-Controlling lernen die Studierenden die Bedeutung der Prozessorientierung sowie prozessorientierte Management-Systeme kennen. Sie werden befähigt, Prozesse mit dem Standard BPMN 2.0 zu dokumentierten sowie Prozessen und Prozessanalysen mit dem Ziel der Kostensenkung durchzuführen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“, „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ und „PM 3.4 Grundlagen Controlling“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium

	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Horvarth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling. – Lachnit, L./Müller, S.: Unternehmenscontrolling. Managementunterstützung bei Erfolgs-, Finanz-, Risiko- und Erfolgspotenzialsteuerung. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Controlling	
Name des Moduls	WM 10.1.2 Risiko-Controlling, Value Controlling und Kennzahlensysteme	
Studieninhalte	– Grundlagen des Risikocontrollings – Basiskonzept eines Risikomanagementsystems – Module des Risikocontrollings und Methoden der Risikosteuerung – Moderne Risikomanagementsysteme als Reaktion auf globale Finanzkrisen – Grundlagen des Erfolgspotenzial-Controllings – Überblick über die verschiedenen Instrumente im Rahmen des strategischen Controllings – Ansätze des wertorientierten Controllings – Notwendigkeit von Controlling-Kennzahlensystemen – Klassische Kennzahlensysteme (u.a. Dupont, RL-Schema, Rentabilitäts-Liquiditäts-Kennzahlensystem) – Balanced Scorecard – Fallstudie „Einführung Kennzahlensystem“	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die große Bedeutung und die spezifischen Möglichkeiten des Controllings zur frühzeitigen Identifikation und Ursachenermittlung strategischer Unternehmensrisiken. Sie sind vertraut mit den Instrumenten des Risikocontrollings und strategischen Risikomanagements aus der Perspektive einer wertorientierten und strategisch ausgerichteten Unternehmensführung. Die Studierenden haben einen detaillierten Überblick über die wesentlichen Ansätze wertorientierter Unternehmenssteuerung. Sie wissen um die Notwendigkeit zur Versorgung der Unternehmensführung mit entscheidungsrelevanten Informationen, idealerweise verdichtet in einem Management-Cockpit. Sie können die Brauchbarkeit der von Theorie und Praxis entwickelten Kennzahlensysteme sowie der Balanced Scorecard beurteilen und kommunizieren. Darüber hinaus werden sie anhand eines Praxisbeispiels zur Kennzahleneinführung befähigt, ein derartiges Projekt im Unternehmen selbständig und nachhaltig zu begleiten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“, „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ und „PM 3.4 Grundlagen Controlling“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Borchers, S.: Beteiligungscontrolling in der Management-Holding: Ein integratives Konzept.	

	- Hoffjan, A.: Internationales Controlling. - Horvarth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling. - Lachnit, L./Müller, S.: Unternehmenscontrolling. Management-unterstützung bei Erfolgs-, Finanz-, Risiko- und Erfolgspotenzialsteuerung. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes

Modulgruppe	Kompetenzfeld Controlling	
Name des Moduls	WM 10.1.3 Fallstudie Controlling	
Studieninhalte	Durchführung von praxisbezogenen Fallstudien mit übergreifendem Charakter, in denen Sachverhalte und Instrumente des operativen und strategischen Controllings im konkreten Anwendungsfall wieder aufgegriffen werden. Methodisch sollten dabei insbesondere CTR-Fallstudien (Compact Teaching Reality) und Harvard-Fallstudien zum Einsatz kommen.	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden wenden ihr, in den vorherigen Semestern erworbenes, Wissen und ihre Kenntnisse und Fähigkeiten in Projektgruppen/Teams auf ausgewählte praktische bzw. praxisbezogene Aufgabenstellungen an. Sie finden fundierte Lösungen für schnittstellenübergreifende Aufgabenstellungen und entwickeln Lösungsvorschläge bei auftretenden Zielkonflikten zwischen verschiedenen betroffenen Bereichen. Sie sind in der Lage, die Leistungsfähigkeit des von ihnen entwickelten Lösungsansatzes selbständig vor dem Hintergrund der vom Unternehmen verfolgten Zielsetzungen und Rahmenbedingungen zu bewerten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht)/ Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“, „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ und „PM 3.4 Grundlagen Controlling“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Becker, M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 1: Compact Teaching Reality: CTR-Business-Cases. – Becker, M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 2: Compact Teaching Reality: CTR-Business-Cases. – Becker, M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 3: Compact Teaching Reality: CTR-Business-Cases. – Becker, M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 4: 12 CTR-Fallstudien zur allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Finanzmanagement	
Name des Moduls	WM 10.2.1 Mittelstandsfinanzierung	
Studieninhalte	– Analyse mittelständischer Finanzierungsalternativen und Schlussfolgerungen zu Finanzierungsentscheidungen – Aktuelle Formen und Tendenzen der Mittelstandsfinanzierung – Ableitung praktischer Finanzierungsmodelle	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erkennen den tiefgreifenden Wandel der Finanzierung von Mittelstandsunternehmen einschließlich der Bedeutung der Digitalisierung. Sie erwerben anwendungsorientierte Kenntnisse darüber welche zur Kreditfinanzierung alternativen Finanzierungsformen existieren. Sie sind in der Lage diese Alternativen in die Praxis umzusetzen und kennen die dafür notwendigen Finanzierungswege. Die Studierenden sind in der Lage, situationsgerechte Finanzierungsalternativen nach innen und außen argumentativ zu vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht)/Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 2.1 Finanzierung“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Goeke, M.: Praxishandbuch Mittelstandsfinanzierung. Mit Leasing, Factoring & Co. unternehmerische Potenziale ausschöpfen. – Keuper, F.: Finanzmanagement – Aufgaben und Lösungen. – Perriodon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmen. – Prätzsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E.: Finanzmanagement, Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. – Stiefl, J.: Finanzmanagement unter besonderer Berücksichtigung von kleinen und mittelständischen Unternehmen. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	k.A.	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Finanzmanagement	
Name des Moduls	WM 10.2.2 Finanzdienstleistungen	
Studieninhalte	– Überblick und Grundbegriffe – Bewertung börsennotierter Finanztitel festverzinsliche Wertpapiere/Aktien/Derivate – Analyse internationaler Finanz- und Kapitalmärkte – Portfoliomanagement (Modell der Portfolio-Selection/CAPM/Asset Allocation/Fallstudie)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Breite der Finanzdienstleistungsunternehmen und deren (börsennotierte) Anlageprodukte. Sie erkennen die Wirkungsmechanismen und Abhängigkeiten der internationalen Finanz- und Kapitalmärkte und sind so in der Lage, deren aktuelle Situation fundiert einzuschätzen und Rückschlüsse auf deren weitere Entwicklung zu ziehen. Auf der Grundlage der vorgenommenen Rendite-Risiko-Bewertung börsennotierter Wertpapiere können sie zudem optimale Finanzportfolios generieren und ihre Ergebnisse plausibel vertreten sowie im besonderen Maße Aspekte der Nachhaltigkeit bei der Investitionsentscheidung zu berücksichtigen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht)/Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 2.1 Finanzierung“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Berk, J./DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft: Analyse, Entscheidung und Umsetzung. – Brealey, R. E./Myers, S. C./Marcus, A. J.: Fundamentals of Corporate Finance. – Hull, J. C.: Optionen, Futures und andere Derivate. – Hull, J. C.: Risikomanagement: Banken, Versicherungen und andere Finanzinstitutionen. – Kruschwitz, L./Husmann, S.: Finanzierung und Investition. – Perriodon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmen. – Sperber, H.: Finanzmärkte. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	k.A.	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Finanzmanagement	
Name des Moduls	WM 10.2.3 Fallstudie Finanzmanagement in KMU	
Studieninhalte	Konzepte zur strategischen Entwicklung von Unternehmen – Entscheidungsebenen, Instrumente und Ergebnisse der Businessplanung – GuV-Planung und Bilanzplanung (Fallbeispiel) – Toolbox des Finanzmanagements auf den Entscheidungsebenen – Finanzplanung – komplexes Fallbeispiel	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sind mit den anerkannten und praktisch anwendbaren Methoden und Instrumenten des Finanzmanagements und der Finanzplanung vertraut. Sie werden befähigt, auf der Grundlage fundierter Unternehmenskonzepte und eingeordnet in die Businessplanung die Methoden und Instrumente des Finanzmanagements auf der dispositiven, operativen und strategischen Entscheidungsebene differenziert und praxisorientiert anzuwenden. Die Studierenden kennen die inneren Zusammenhänge des Zustandekommens der Finanzplanungsergebnisse und sind in der Lage, diese kritisch zu bewerten und adäquate Managemententscheidungen abzuleiten sowie gegenüber internen und externen Partnern fundiert zu vertreten. Außerdem kennen sie den zunehmenden Einfluss der Digitalisierung und sind in der Lage, Chancen für die Wettbewerbsfähigkeit abzuleiten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht)/ Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 2.1 Finanzierung“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Goeke, M.: Praxishandbuch Mittelstandsfinanzierung: Mit Leasing, Factoring & Co. unternehmerische Potenziale ausschöpfen. – Keuper, F.: Finanzmanagement – Aufgaben und Lösungen. – Perriodon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmen. – Prätzsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E.: Finanzmanagement, Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. – Stiefl, J.: Finanzmanagement unter besonderer Berücksichtigung von kleinen und mittelständischen Unternehmen. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	k.A.	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Strategisches Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.3.1 Strategisches Marketing/Konzeptorientiertes Marketingprojekt	
Studieninhalte	– Grundlagen des strategischen Marketings – Grundlagen der Marketingplanung – Bedeutung von Zielen, deren Formulierung und Bezug zum Unternehmen – Ziele, Inhalte und Spezifika der strategischen Planung – Konzepte und Analysemethoden – Entwicklung einer digitalen Internet-Marketingstrategie ○ Unternehmenskultur und Internet-Marketing ○ Grundlagen Internet-Marketing ○ Internet-Marketing-Strategie – Anwendung strategischer Marketingkonzeptionen auf ein konkretes Projekt – Prinzipien, Ziele und der Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Marketing	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen und verstehen das Instrumentarium der strategischen Marketingplanung. Sie kennen dessen Bedeutung für die Unternehmensführung und können die strategische Marketingplanung in der Praxis mit Erfolg anzuwenden. Sie können wissenschaftlich fundierte Marketing-Strategie-Konzepte entwickeln und diese argumentativ vertreten. Sie können spezielle Managementfähigkeiten und -fertigkeiten auf dem Gebiet des Marketingmanagements anwenden. Sie werden dazu befähigt, sinnvolle Vorschläge zur Lösung von praktischen Problemstellungen im Bereich des Marketings und Vertriebs selbständig und teamorientiert zu entwickeln, zu präsentieren und zu argumentieren.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit (aufbauend auf vier Präsentationen im Semester)	
Literatur	– Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Strategisches Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.3.2 Brandmanagement	
Studieninhalte	- Grundlagen Brandmanagement, Wissenschaftliche Markenführung - o Theorien der Marke - o Identitätserforschung und Analyse - o Entwicklung von Markenidentitäten - o Entwicklung von Markenpositionierungen unter Berücksichtigung von Trends, wie der Nachhaltigkeit und der Digitalisierung - o Corporate Identity, Corporate Image, Corporate Design - Grundlagen der Markensoziologie - o Bündnissoziologie, Gestaltsoziologie - o Systemtheorie der Marke - Markengeleitete Kunden- und Mitarbeiterführung - o Behavioural Branding - o Employer Branding	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen betriebswirtschaftlich-markensoziologische Methoden zur Führung und Steuerung von Marken in hochkompetitiven Verdrängungsmärkten. Sie kennen die gängigen identitätsbasierten Markenführungskonzepte und Markenpositionierungstheorien und können diese auf reale Fragestellungen in der unternehmerischen Praxis differenziert anwenden. Durch die Schwerpunktsetzung im Bereich der Markensoziologie kennen die Studierenden die wissenschaftlichen Gesetzmäßigkeiten der Zielgruppenverdichtung bzw. -schwächung und können den wirtschaftlichen Erfolg oder Misserfolg von Markenstrategien/Werbekampagnen anhand soziologischer Parameter abschätzen. Ferner kennen sie zentrale Steuerungsgrößen des Brandmanagements und können Methoden zu deren Beeinflussung fallorientiert sinnvoll auswählen, um damit ein positives Leistungsbild bei Ziel- und Bezugsgruppen aufzubauen und zu verankern (u. a. für das Werbe-, Kommunikations-, Preis- und Distributionsmanagement). Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls unterschiedliche Markenstrategie- und Branding-Prozesse wissenschaftlich beurteilen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls PM 1.2 Grundlagen Marketing sowie des ersten Moduls des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotssturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Strategisches Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.3.3 Fallstudie Marketing	
Studieninhalte	– Durchführung von praxisbezogenen Fallstudien mit übergreifendem Charakter – Aufgreifen von Problemstellungen aus dem Bereich des strategischen und/oder operativen Marketings – Anwendung von Instrumenten des strategischen und/oder operativen Marketings bzw. Vertriebs – Themenfindung orientiert sich stark an den derzeitigen Trends	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können ihr in den vorherigen Semestern erworbenes Wissen und ihre darüberhinausgehenden Kenntnisse in Arbeitsgruppen/Teams auf ausgewählte praktische bzw. praxisbezogene Aufgabenstellungen anwenden. Sie kennen wissenschaftlich fundierte Lösungen für praktische schnittstellenübergreifende Aufgabenstellungen, wählen diese passend zur Problemstellung aus und entwickeln konkrete Lösungsvorschläge bei auftretenden Zielkonflikten zwischen verschiedenen betroffenen Bereichen. Sie können die Leistungsfähigkeit des von ihnen entwickelten Lösungsansatzes selbständig vor dem Hintergrund der vom Unternehmen verfolgten Zielsetzungen und Rahmenbedingungen bewerten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Operatives Marketingmanagement
Name des Moduls	WM 10.4.1 Konsumentenverhalten & Marktforschung
Studieninhalte	- Konsumentenverhalten - o Problemorientierte Vertiefung in die Denk- und Entscheidungsprozesse von Käufern und Konsumenten - o Digitale Konsumenten, veränderte Konsumentenwelten und ihre Implikationen für das Marketing - o Methodische Kompetenzen zur Analyse des Konsumentenverhaltens - o Big Data als Chance oder Risiko für die Analyse des Konsumentenverhaltens - o Erklärungsmodelle für Kaufentscheidungen - o Nachhaltigkeit als ausgewählter Einflussfaktor in Kaufentscheidungen - o Aktuelle Trends im Konsumentenverhalten - Marktforschung - o Grundlagen der Marktforschung - o Methoden und Instrumente zur Erforschung des Marktes ▪ Quantitative Erhebungsmethoden ▪ Qualitative Erhebungsmethoden - Anwendung an konkreten Praxisbeispielen, dabei Erörterung spezifischer Aspekte
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können darlegen, wodurch Märkte charakterisiert werden, welche Arten von Märkten es gibt und wie Märkte abgegrenzt werden können. Sie wissen, was unter dem Begriff „Konsumentenverhaltensforschung“ verstanden wird, und kennen die wichtigsten Fragestellungen dieses Forschungsgebietes. Sie kennen die grundlegenden Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens, können diese erläutern und in den Kontext des Konsumentenverhaltens einordnen. Dabei liegt ein Fokus auf der immer stärker digitalisierten Konsumentenumwelt. Sie können in der Folge die Gestaltungsprozesse für das Marketing auf jeder Stufe der Informationsverarbeitung des Konsumenten erläutern. Sie kennen die Teilprozesse zur Erklärung der Kaufentscheidung sowie die zugrunde liegenden Theorien und können das Kaufverhalten organisationaler Kunden erläutern und auf die Praxis anwenden. Sie verstehen die Bedeutung von Geschäftsbeziehungen im Kaufverhalten organisationaler Kunden und können entsprechende Konsequenzen daraus ziehen. Die Studenten kennen und verstehen das Instrumentarium der Marktforschung. Sie sehen dessen Bedeutung im Rahmen der Unternehmensführung, sowohl auf operativer als auch auf strategischer Ebene. Die Studierenden trainieren an praktischen Fällen die vermittelten theoretischen Wissens- und Erkenntnisgewinne. Die Studierenden eignen sich strukturiertes Denken hinsichtlich der Anforderungen der Marktforschung an. Die Studierenden sind befähigt, eigene Marktforschungsprojekte in der Praxis mit Erfolg durchzuführen, die Ergebnisse zu interpretieren und argumentativ zu vertreten.
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine

	Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls PM 1.2 Grundlagen Marketing wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jochen Basting	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Operatives Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.4.2 Medien- und Kommunikationsmanagement	
Studieninhalte	- Grundlagen der Unternehmenskommunikation und des Kommunikationsmanagements - Marktkommunikation - o Customer Experience - o Digitalisierung als Treiber der Kommunikation - o Kampagnenmanagement - Unternehmenskommunikation und Public Relations - Interne Kommunikation - Grundlagen Medienmanagement - Medienkonzeption - Medienrecht - Medienproduktion print/online	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können aus der Kommunikationsperspektive interne und externe Stakeholder eines Unternehmens identifizieren. Sie können zielgruppenspezifische Botschaften formulieren und diese auf jeweils geeigneten Wegen kommunizieren. Durch Planung, Durchführung und Kontrolle der Kommunikationsbeziehungen stellen sie sicher, dass die kommunizierten Botschaften ein einheitliches Bild ergeben und so die strategisch gewünschte Corporate Identity in geeigneter Weise unterstützt wird. Die Studierenden können geeignete Online- und Printmedien für die Kommunikation der gewünschten Botschaften in einem konkreten Unternehmensumfeld auswählen. Dies bezieht sich sowohl auf die Nutzung von Medien innerhalb des Unternehmens als auch deren Einsatz im Rahmen des Marketings. Sie beherrschen die Grundsätze für die Konzeption dieser Medien und können die erlernten Inhalte im Rahmen eines Fallbeispiels im Verlauf der Lehrveranstaltung anwenden und umsetzen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ sowie des ersten Moduls des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jochen Basting	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Operatives Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.4.3 Online-Marketing	
Studieninhalte	- Digitalisierung und Online-Marketing - o Internet of Things und Produktlebenszyklus - o Big Data und Datenintegration als Treiber des digitalen Marketings - o Mobile Marketing - o Aktuelle Trends im Online-Marketing - Schlüsselkonzepte des Online-Marketings - o Value Driven Communication & Targeting - o Beziehungsmanagement & Customer Experience - o Digitale Geschäftsmodelle und Vertriebsstrategien - o Datenschutz - Online-Marketing: Einführung und Praxis - o Customer Centricity als Basis für digitales Marketing - o Websitegestaltung - o Suchmaschinenwerbung (SEA) - o Suchmaschinenoptimierung (SEO) - o Display Advertising - o Künstliche Intelligenz im Kundendialog - o Programmatische Werbung - o Social-Media-Marketing ▪ Formen und Einsatz von Sozialen Medien ▪ Virales Marketing ▪ Umgang mit Kritik in Sozialen Medien	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen Schlüsselkonzepte des Online-Marketings und können diese auf konkrete Problemstellungen der Praxis anwenden. Sie verfügen über einen umfangreichen Hintergrund zu den aktuellen Entwicklungen im Online-Marketing und sind in der Lage, Online-Marketing-Strategien verschiedener Unternehmen vor diesem zu analysieren und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Sie kennen ein handelsübliches Content-Management-System und können in einer bestehenden Websitestructur Inhalte anpassen und Verfahren zur Suchmaschinenoptimierung durchführen. Sie sind in der Lage, Inhalte für Suchmaschinenwerbung, Display Advertising und Social Media konzeptionell abzuleiten und inhaltlich zu gestalten. Die Studierenden können aus dem Online-Marketing-Konzept geeignete Soziale Medien ableiten und beispielhaft Inhalte für ein soziales Medium erstellen. Sie kennen Verfahren des viralen Marketings und können mit Kritik in sozialen Medien zielführend umgehen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre,

		102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jochen Basting	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Logistikmanagement	
Name des Moduls	WM 10.5.1 Logistik-Konzepte	
Studieninhalte	– Definition und Sichtweisen der Logistik ○ funktionsorientierte Logistik ○ prozessorientierte Logistik ○ Supply Chain Management ○ Digitale Transformation der Logistik ○ Circular Supply Chain Management	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die verschiedenen Sichtweisen der Logistik und die damit verbundenen begrifflichen Differenzierungen. Sie sind sowohl mit den klassischen Logistikfunktionen wie Lagerhaltung, Transport und Umschlag als auch mit einer prozessorientierten Sichtweise der Logistik vertraut. Sie erkennen, dass sich eine weitere Verbesserung der Wertschöpfungskette im Unternehmen nur über die Schnittstellen zu den Lieferanten und zu den Kunden erreichen lässt (Supply Chain Management). Vor diesem Hintergrund sind sie in der Lage, die jeweilige Entwicklungsstufe in Unternehmen zu analysieren und über deren logistische Nachholpotenziale zu diskutieren. Weiterhin ist es ihnen möglich die Auswirkungen neuer Technologien und digitaler Trends wie Internet of Things, Augmented Reality und additive Fertigung (3D-Druck) auf die Logistik grundlegend bewerten sowie die zukünftigen Szenarien und Anforderungen an ein Circular Supply Chain Management verstehen zu können.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.3 Grundlagen Logistik“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management. – Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management. – Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. – Shina, A./Bernardes, E./Calderon, R./Wuest, T.: Digital Supply Networks – Weetman, C.: A Circular Economy Handbook Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Logistikmanagement	
Name des Moduls	WM 10.5.2 Betriebliche Logistik	
Studieninhalte	– Überblick über die Problemfelder der betrieblichen Logistik – Planungsmethoden der Logistik – Planungs- und Analysesoftware SAP/Business Warehouse – Fallstudien zur Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik sowie zu digitalen und nachhaltigen Geschäftsmodellen in der Logistik	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die klassischen Problemfelder der betriebswirtschaftlichen Logistik zur Nachfrage-, Kapazitäts- und Bedarfsplanung. Sie sind mit adäquaten (auch quantitativen) Planungsinstrumenten vertraut und in der Lage, das SAP-Software-Tool „Business Warehouse“ zur Lösung komplexer Fallstudien einzusetzen. Die Studierenden erarbeiten dabei selbständig Lösungen zu Logistikproblemen entlang der betrieblichen Wertschöpfungskette und neuen digitalen als auch nachhaltig-orientierten Geschäftsmodellen und können ihre Ergebnisse auch plausibel vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.3 Grundlagen Logistik“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management. – Kappauf, J./Koch, M./Lauterbach, B.: Logistik mit SAP. – Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. – Shina, A./Bernardes, E./Calderon, R./Wuest, T.: Digital Supply Networks – Weetman, C.: A Circular Economy Handbook Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Logistikmanagement	
Name des Moduls	WM 10.5.3 Fallstudie SAP-gestütztes Logistikmanagement	
Studieninhalte	– Handlungsfelder des Logistikmanagements – Analyse und Planung von Geschäftsprozessen – Methoden der Geschäftsprozessmodellierung (insb. EPK) – Optimierung von Logistikprozessen – Customizing des SAP-Systems – Logistik-Controlling	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Handlungsfelder des Logistikmanagements und die Vorteile einer prozessorientierten Organisation. Sie sind vertraut mit den Zielen und den Methoden der Geschäftsprozessmodellierung und in der Lage, Logistikprozesse mit dem Wissen über die Auswirkungen der digitalen Transformation zu analysieren und zu optimieren. Dabei setzen Sie ereignisgesteuerte Prozessketten als Modellierungswerkzeug ein. Anhand einer Fallstudie wird im SAP-System ein Customizing durchgeführt. Damit erarbeiten die Studierenden den gesamten Ablauf von der Analyse bis zur Umsetzung der optimierten Logistikprozesse.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.3 Grundlagen Logistik“ und „PM 6.2 Grundlagen ERP“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management. – Kappauf, J./Koch, M./Lauterbach, B.: Logistik mit SAP. – Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammerneegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. – Shina, A./Bernardes, E./Calderon, R./Wuest, T.: Digital Supply Networks Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann	

Module Group	International Trade (Specialization)	
Name of Module	WM 10.6.1 Wholesale and International Trade	
Content of Studies	– Basics of wholesale and the internationalisation of trade – Retail formats in wholesale and foreign trade – Strategies of market development, market entry and pricing – Business and market potential – Planning and international use of marketing mix instruments – Organisation and controlling of international retailers – Aspects of Sustainability in the internationalisation of trade	
Intended Learning Outcomes	Students have comprehensive knowledge about the relevant aspects of wholesale and foreign trade activities. They know the occurring economic and political risks in the areas of transport, price formation and foreign exchange rates. They understand the international credit business. They can handle the marketing mix instruments in wholesale and foreign trade. The students understand wholesale as an interface for manufacturers in national and international trading. The specifics of the European Union and the European integration process in trade are made comprehensible to the students through practical examples.	
Form of Teaching and Studying	On-site or online teaching (seminar-based tuition) and self-study	
Requirements for Participation	Formal: none Content-related: Successful prior completion of module "PM 1.2 Basics of Marketing" is recommended, but not mandatory. Sufficient English skills are necessary!	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Workload	Full-Time Program	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	Part-Time Program (online)	150 hours: 26 hours online attendance 22 hours online teaching 102 hours self-study
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Written examination (120 minutes)	
Literature	See list of literature in the current study materials	
Tutor	Prof Dr Stephan Bormann	

Module Group	International Trade (Specialization)	
Name of Module	WM 10.6.2 Supply Chain Management	
Content of Studies	– Logistics as a starting point of Supply Chain Management – Integration Approaches in the Supply Chain – Global Sourcing Strategies and Processes – Globalisation of the Supply Chain in coffee, tea and cocoa trade – Enterprise Resource Planning Systems and Enabling Technologies – Organisation of Partnerships in the Supply Chain – Digital Transformation of Logistics – Sustainable/Circular Supply Chain Management	
Intended Learning Outcomes	Students know the relevance of Supply Chain Management and Enterprise Resource Planning (ERP) systems in trade. They can see the connections between application-oriented questions of Enabling Technologies and the application of ERP systems in trade. Students understand that global Supply Chain Management connects interested parties and suppliers worldwide and discuss how digital transformation and sustainable (development) goals will change supply chains in the future.	
Form of Teaching and Studying	On-site or online teaching (seminar-based tuition) and self-study	
Requirements for Participation	Formal: none. Content-related: Successful prior completion of module “PM 1.3 Basics of Logistics” is recommended, but not mandatory. Sufficient English skills are necessary!	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Workload	Full-Time Program	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	Part-Time Program (online)	150 hours: 26 hours online attendance 22 hours online teaching 102 hours self-study
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Written examination (120 minutes)	
Literature	– Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management. – Mangan, J./Lalwani, C. L.: Global Logistics and Supply Chain Management. – Sumar, S.: The Supply Chain Revolution. – Shina, A./Bernardes, E./Calderon, R./Wuest, T.: Digital Supply Networks – Weetman, C.: A Circular Economy Handbook See list of literature in the current study materials	
Tutor	Prof Dr Sven Hermann	

Module Group	International Trade (Specialization)	
Name of Module	WM 10.6.3 Trade Controlling	
Content of Studies	- Specifics in controlling of retailers - Controlling of business divisions, functional areas and processes - Instruments of operational trade controlling (activity-based costing, benchmarking, etc.) and instruments of strategic trade controlling (BSC, portfolio analysis, life-cycle model, etc.) - Ratio Analysis (quantitative and qualitative operating figures) - Concepts for article-based cost application - IT-supported trade information systems (Data Warehouse, enterprise resource planning systems) - Eco-Controlling - Current case-studies	
Intended Learning Outcomes	Students get to know trade-specific instruments and operating figures and apply them to case studies. They are able to support trade management in administration with expressive data. They understand the goals, necessities and specifics of trade controlling and can utilise instruments of an information system suitable for controlling.	
Form of Teaching and Studying	On-site or online teaching (seminar-based tuition) and self-study	
Requirements for Participation	Formal: none. Content-related: Successful prior completion of module "PM 3.4 Basics of Controlling" is recommended, but not mandatory. Sufficient English skills are necessary!	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Workload	Full-Time Program	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	Part-Time Program (online)	150 hours: 26 hours online attendance 22 hours online teaching 102 hours self-study
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Essay and presentation	
Literature	See list of literature in the current study materials	
Tutor	Prof Dr Marco Becker	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Personal und Organisation	
Name des Moduls	WM 10.7.1 Personalführung	
Studieninhalte	– Funktionen und Wirkung von Führung zwischen Macht und Vertrauen – Führungseignung und Führungsqualität – Führungstheorien und Führungsstile – Führungsinstrumente – Inhalts- und Prozesstheorien der Motivation – Anforderungen an Führung vor dem Hintergrund aktueller Trends (Generationenabhängige Führung, Diversity Management/Nachhaltigkeit, Führung im Kontext des demographischen Wandels, der Digitalisierung und Globalisierung)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten einen Überblick über wesentliche Aspekte der Personalführung und werden in die Lage versetzt, fachliche und disziplinarische Führungsaufgaben zu übernehmen. Die Studierenden sind sich der besonderen Verantwortung der Führungskräfte im Spannungsfeld zwischen den ökonomischen Zielen des Unternehmens und den individuellen Zielen der Mitarbeiter im Unternehmen bewusst und verfügen über die notwendige Kompetenz, als Führungskräfte situationsgerecht zu handeln.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung“ und „PM 1.5 Human Resource Management“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Von Rosenstiel, L. /Regnet, E.: Domsch, M. E., Führung von Mitarbeitern – Weibler, J. (2016): Personalführung Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harriet Kleiminger	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Personal und Organisation	
Name des Moduls	WM 10.7.2 Transformation & Change Management	
Studieninhalte	– Ursachen und Erfolgsfaktoren der Veränderung/Transformation von Organisationen – Ermittlung und Implementierung geeigneter operativer Maßnahmen im Veränderungsprozess – Organisationstechniken und Instrumenten für kontinuierlichen Unternehmenswandel – Anpassen der Unternehmensstrukturen an veränderte Strategien – Umgang und Entwicklung von Unternehmenskulturen – Umgang mit Widerständen gegen Veränderung – Projektmanagement in Veränderungsprozessen – Agile Organisationen – Werte, Methoden, Implementierung	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Wirkungszusammenhänge unternehmerischer Entscheidungen in einem sich verändernden Umfeld und sind in der Lage, adäquate Veränderungsmaßnahmen zu ermitteln und zu initiieren. Sie kennen die personellen Implikationen der Veränderungsmaßnahmen und sind in der Lage, diese, im Rahmen der Veränderungsprozesse, in einem Unternehmen antizipativ zu beurteilen und als operative Handlungs- und Entscheidungsgrundlage situationsgerecht zu berücksichtigen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung und PM 1.5 Human Resource Management wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management – Kotter, J. P.: Leading Change – Lauer, T.: Change Management – Schiersmann, C./Thiel, H.-U.: Organisationsentwicklung Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harriet Kleiminger	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Personal und Organisation	
Name des Moduls	WM 10.7.3 Fallstudie Personal	
Studieninhalte	– Heranführen an das Lernen mit Fallstudien – Fallstudien zu typischen Personalfunktionen aus den Bereichen Employer Branding, Recruiting, Personalauswahl und -entwicklung, Personaleinsatz, Entlohnung, Beurteilung, Personalfreisetzung, Change Management – Situationsgerechte Anwendung von Zielvereinbarungen, Führungskonzepten und operativen Führungswerkzeugen – Situationsgerechte Anwendung relevanter Maßnahmen des Veränderungsmanagements – Fallstudien vor dem Hintergrund von aktuellen Trends (zu Digitalisierung, Nachhaltigkeit/Diversity, Globalisierung/Internationalisierung)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sind in der Lage die in den vorangegangenen Modulen des Kompetenzfeldes Personalmanagement erarbeiteten Methoden der Führung und des Veränderungsmanagements und deren Dringlichkeit im Unternehmenskontext anhand aktueller personeller Fragestellungen zu identifizieren und in Fallstudien auf reale Unternehmenssituationen erfolgreich anzuwenden. Sie eignen sich Führungskompetenz an und sind in der Lage, diese auch in volatilen Unternehmenssituationen und unter Berücksichtigung teils divergierender Interessen im Unternehmen erfolgreich einzusetzen. Neben der Entwicklung des übergreifenden Denkens und der Problemlösekompetenz stärkt die Fallstudienbearbeitung die Schlüsselqualifikationen Präsentationssicherheit und Kommunikationsfähigkeit. Im Rahmen der Kleingruppenarbeit wird zudem die Teamfähigkeit der Teilnehmer geschult und weiter ausgebildet.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung“ und „PM 1.5 Human Resource Management“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harriet Kleiminger	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Consulting und Steuern	
Name des Moduls	WM 10.8.1 Consulting und Management	
Studieninhalte	– Internes und externes betriebswirtschaftliches Consulting als Begleiter des digitalen Wandels im Unternehmen – Akteure im Beratungsprozess als Treiber von Nachhaltigkeit und Innovationen – Ablauf von Beratungsprojekten in analogen, digitalen bis hin zu disruptiven Geschäftsmodellen (klassisches versus agiles Projektmanagement) – Ausgewählte Beratungsfelder (u.a. Management-, Strategie-, Prozess-, Projekt-, Organisations- und IT-Consulting) – Projektakquisition, -planung und -organisation sowie Entwicklung von Umsetzungs-Roadmaps und Qualitätssicherung – Wesentliche Verfahren und Methoden des Consultings auch für schlecht strukturierte Probleme	
Angestrebte Lernergebnisse	In diesem Modul werden die Studierenden mit den wesentlichen Grundlagen des Management Consultings und seiner vielfältigen Beratungsfelder vertraut gemacht. Die Studierenden werden mit einer spezifischen fallstudienorientierten Didaktik darauf vorbereitet, unternehmensinterne oder -externe Beratungsprojekte zu planen, strukturiert zu steuern sowie interdisziplinäre Teams zu führen und ggfs. Projektergebnisse zu implementieren. Sie kennen die wesentlichen Consulting-Methoden, wissen um mögliche Konflikte in Projektteams und im Projektumfeld mit den Stakeholdern des Projekts in der Rolle der Inhouse-Consultants einerseits und als externe Berater andererseits. Sie sind in der Lage, die Ergebnisse von Beratungsprojekten kritisch zu reflektieren und ggf. Schlussfolgerungen für Folgeprojekte abzuleiten. Sie kennen die Rolle der Consultants als Treiber der Etablierung einer Innovationskultur sowie als Begleiter der digitalen Transformation und Steigerung der Sustainability im Unternehmen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1“ bis „PM 3.4“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Bamberger, I./Wrona, T.: Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen - Prozesse – Methoden. – Deelmann, T.: Consulting und Digitalisierung: Chancen, Herausforderungen und Digitalisierungsstrategien für die Beratungsbranche.	

	- Ellebracht, H./Lenz, G./Geiseler, L./Osterhold, G.: Systemische Organisations- und Unternehmensberatung: Praxishandbuch für Berater und Führungskräfte. - Lippold, D.: Grundlagen der Unternehmensberatung- Strukturen, Konzepte, Methoden. - Lippold, D.: Die Unternehmensberatung: Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes

Modulgruppe	Kompetenzfeld Consulting und Steuern	
Name des Moduls	WM 10.8.2 Unternehmensbesteuerung	
Studieninhalte	- Unternehmenssteuerrecht - Verfahrensrecht (Abgabenordnung) - Materielles Steuerrecht - digitale Benefit-Plattform - Materielles Steuerrecht - Cloud Computing - digitale Marktplätze - virtuelle Server Betriebsstätten - Kryptowährungen - Buchungsautomaten - Buchungsdetektoren - vertieftes Bilanzverständnis	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden verfügen über vertiefte steuerrechtliche Kenntnisse zum Unternehmenssteuerrecht. Sie sind in der Lage, die steuerlichen Konsequenzen mittelschwerer Sachverhalte, anhand der einschlägigen Steuergesetze, herzuleiten. Ferner erhalten die Studierenden die Möglichkeit, Bilanzanalyse zu vertiefen, um damit ein besonderes Bilanzverständnis für die Praxis aufzubauen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 3.3 Grundlagen Steuern“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Consulting und Steuern	
Name des Moduls	WM 10.8.3 Fallstudie Consulting/Unternehmensbesteuerung	
Studieninhalte	Komplexe Fallstudien zum Consulting, Inhouseconsulting und zur Unternehmensbesteuerung	
Angestrebte Lernergebnisse	Praxisnahe Anwendung und Vertiefung des, in den Modulen Consulting und Management und Consulting/ Unternehmensbesteuerung, erworbenen Wissens. Erwerb von Fähigkeiten zur Bearbeitung betriebswirtschaftlicher Consultingprojekte und Lösung steuerlicher Problemstellungen in Form von Fallstudien.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 3.3 Grundlagen Steuern“ sowie „WM 10.8.1 Consulting und Management“ und „WM 10.8.2 Consulting/ Unternehmensbesteuerung“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Tourismusmanagement	
Name des Moduls	WM 10.9.1 Tourismusmanagement	
Studieninhalte	- Das System Tourismus - Entwicklung des Tourismus - Boomfaktoren des Tourismus - Wirtschaftliche Bedeutung und Effekte des Tourismus - Die touristische Nachfrage - o Einflussfaktoren - o Typologisierung - o Reiseentscheidung - o Struktur der Nachfrage - Das touristische Angebot - o Einflussfaktoren - o Trends - o Struktur des Angebots - Touristische Märkte - o Touristische Destinationen - o Kreuzfahrtmarkt - o Reiseveranstaltermarkt - o Reisemittlermarkt - o Beherbergungsmarkt - o Touristisches Transportwesen - o Luftverkehrsmarkt - Tourismuskritik und nachhaltiger Tourismus - Digitalisierung als Querschnittsthema - Marketing von Tourismusdienstleistungen - o Marktforschung - o Zielgruppenanalyse auf dem Tourismusmarkt - o Vermarktung von Reisen - o Markenbildung - o Marketing-Mix	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten einen Überblick über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus. Sie kennen die wichtigsten touristischen Märkte, Akteure und Strukturen des Tourismus und entwickeln ein Problembewusstsein für Fragen der Nachhaltigkeit in diesem Wirtschaftszweig. Grundlagen des Tourismusmanagements und Tourismusmarketings werden sowohl theoretisch als auch anhand praktischer Problemstellungen vermittelt. Die theoretischen Grundlagen werden regelmäßig in Gruppenübungen vertieft.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium

Leistungspunkte (ECTS)	5
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Literatur	– Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. – Freyer, W.: Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft. – Schulz, A. et al.: Grundlagen des Tourismus: Lehrbuch in 5 Modulen. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann

Modulgruppe	Kompetenzfeld Tourismusmanagement	
Name des Moduls	WM 10.9.2 Destinationsmanagement	
Studieninhalte	– Grundlagen des Destinationsmanagements – Tourismusorganisation – Strategisches Destinationsmanagement – Operatives Destinationsmanagement – Aktuelle Trends und Herausforderungen für Destinationen – Marketingstrategien für Destinationen – Digitalisierung als Querschnittsthema – Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten Einblicke in die Grundlagen des Destinationsmanagements. Sie verstehen den Aufbau und die Abläufe der Tourismusorganisation in Destinationen sowie strategische Entscheidungen des Destinationsmanagements. Sie begreifen aktuelle Trends und Herausforderungen für Destinationen und wie sich Marketingstrategien daraus ableiten lassen. Sie wissen um die wichtigen Handlungsfelder des operativen Destinationsmanagements.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ und „WM 10.9.1 Tourismusmanagement“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Bieger, T./Beritelli, P.: Management von Destinationen. – Eisenstein, B.: Grundlagen des Destinationsmanagements. – Steinecke, A./Herntrei, M.: Destinationsmanagement. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Tourismusmanagement	
Name des Moduls	WM 10.9.3 Fallstudie Tourismusmanagement	
Studieninhalte	– Lernen durch die Bearbeitung von Fallstudien im Themenfeld „Tourismusmanagement“ – Anwendung ausgewählter Strategien zur Lösung von Fallstudien – Vertiefung von Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre bei der Bearbeitung der Fallstudien, u. a. in den Bereichen „Nachhaltigkeit“, „Digitalisierung“, „Strategische Unternehmensplanung“, „Krisenmanagement“, „Marketing/Kommunikation“ und „Vertrieb“	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden lernen durch die Arbeit an einer Fallstudie, effizient zu entscheiden und zu führen. Sie entwickeln Management-Qualitäten für die Tourismusbranche.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „WM 10.9.1 Tourismusmanagement“ und „WM 10.9.2 Destinationsmanagement“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Becker, M. /von Bergner, N. M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 5: CTR-Fallstudien zum Tourismusmanagement. – Ellet, W.: Das Fallstudien-Handbuch der Harvard Business School Press: Business-Cases entwickeln und erfolgreich auswerten. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Module Group	Tourism & Management (Specialization)	
Name of Module	WM 10.9.4 Case Studies in Tourism Management	
Content of Studies	– Learning by working on case studies in the field of tourism management – Using selected strategies to solve case studies – Deepening the basics of general business administration in the handling of case studies, i. a. in the areas of sustainability, digitalization, human resources, strategic corporate planning, crisis management, marketing/communication and sales	
Intended Learning Outcomes	– Learning by solving case studies – Efficient decision-making and leadership – Development of management qualities	
Form of Teaching and Studying	On-site or online teaching (seminar-based tuition) and self-study	
Registration Conditions	Formal: none Content-related: The completion of the modules "WM 10.9.1 Tourism Management" and "WM 10.9.2 Destination Management" is recommended. Sufficient English skills are necessary!	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Workload	Full-Time Program	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	Part-Time Program (online)	150 hours: 26 hours online attendance 22 hours online teaching 102 hours self-study
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Essay and presentation	
Literature	See list of literature in the current study materials	
Tutor	Prof Dr Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Eventmanagement	
Name des Moduls	WM 10.10.1 Eventmanagement	
Studieninhalte	– Grundlagen des Eventmanagement – Systematisierung der Eventarten – Vom Briefing zum Eventkonzept – Sponsoring und Finanzmanagement von Events – Personalmanagement von Events – Eventumsetzung – Risikomanagement – Rahmenbedingungen von Events – Nachbereitung und Evaluierung von Events – Events im Kontext von Verantwortung und Nachhaltigkeit – Digitalisierungsstrategien in der Eventbranche	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erhalten über einen Einblick in die Eventwirtschaft, ihre gesamtwirtschaftliche Bedeutung, deren Entwicklungsbedingungen und Einflussfaktoren. Sie kennen die Struktur und die Organisationsformen dieses Wirtschaftszweiges. Darüber hinaus analysieren sie Risiken bei der Eventorganisation und lernen es, selbstständig ein Eventkonzept zu verfassen. Die theoretischen Grundlagen werden regelmäßig in Gruppenübungen vertieft.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Holzbauer, U. et al.: Eventmanagement: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. – Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement. – Kiel, H.-J./Bäuchi, R. G.: Eventmanagement: Konzeption, Organisation, Erfolgskontrolle. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Eventmanagement	
Name des Moduls	WM 10.10.2 Public Relations	
Studieninhalte	– Grundlagen zu Public Relations – Prozesse und Aufgaben der Public Relations – Aktuelle Entwicklungen und Rahmenbedingungen – Konzeptentwicklung – Bezugsgruppenkontext – Interne Kommunikation – Externe Kommunikation unter Berücksichtigung von Trends, insbesondere der Nachhaltigkeit und der Digitalisierung – Sponsoring – Presse- und Medienarbeit – Wirkung von Massenmedien – Wahrnehmungspsychologie – Bewerbung von Events und Veranstaltungen	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden verfügen über einen Einblick in den Bereich „Public Relations“. Sie wissen um die Wichtigkeit der Kommunikation in internen Organisationsprozessen und die Akquisition und Organisation von Sponsoren. Darüber hinaus kennen sie die Wirkung von Massenmedien und können die gelernten Inhalte auf die Bewerbung und Vermarktung von Events und Veranstaltungen anwenden.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Bruhn, M.: Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz für Kommunikation im Unternehmen. – Hoffjann, O.: Public Relations. – Röttger, U. et al.: Grundlagen der Public Relations: Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung (Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft). Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Eventmanagement	
Name des Moduls	WM 10.10.3 Fallstudie Eventmanagement	
Studieninhalte	– Bearbeitung von Fallstudien im Themenfeld „Eventmanagement“ im Trend-Querschnitt – Anwendung ausgewählter Strategien zur Lösung von Fallstudien – Vertiefung von Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre bei der Bearbeitung der Fallstudien, u. a. in den Bereichen Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Strategische Unternehmensplanung, Krisenmanagement, Marketing/Kommunikation und Vertrieb	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden lernen durch die Arbeit an Fallstudien, effizient zu entscheiden und zu führen. Sie entwickeln Management-Qualitäten für die Eventbranche.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Becker, M./von Bergner, N. M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 6: CTR-Fallstudien zum Eventmanagement. – Ellet, W.: Das Fallstudien-Handbuch der Harvard Business School Press: Business-Cases entwickeln und erfolgreich auswerten. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Module Group	International Management (Specialization)	
Name of Module	WM 10.11.1 International Human Resource and Diversity Management	
Content of Studies	– International HRM ○ Formative fields for the achievement of corporate objectives ○ Planning, deciding, performing and controlling international personnel management activities ○ Management of internationally active employees – Diversity Management ○ Diversity Management as a business management strategy ○ Fields of action in Diversity Management ○ Introduction and optimization of Diversity Management system ○ Intercultural management as an element of Diversity Management	
Intended Learning Outcomes	Students know the formative fields of international personnel management and can select, apply and monitor appropriate measures in order to continuously provide internationally operative enterprises with suitable personnel. Students recognise diversity as an enterprise resource, are aware of the opportunities and risks of heterogeneity within enterprises in any international context and can use this as a basis to develop an enterprise-specific Diversity Management System. They can measure the success of implemented Diversity Management concepts and can optimise existing structures with a view to goal-orientation. In this context, students can take account of the challenges arising from special cultural aspects.	
Form of Teaching and Studying	On-site or online teaching (seminar-based tuition) and self-study	
Registration Conditions	Formal: none Content-related: It is recommended that registrants have already completed the modules "PM 1.4 Fundamentals of business management" and "PM 1.5 Fundamentals of personnel management" Sufficient English skills are necessary!	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Workload	Full-Time Program	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	Part-Time Program (online)	150 hours: 26 hours online attendance 22 hours online teaching 102 hours self-study
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Essay and Presentation	
Literature	– Festing, M. et al.: Internationales Personalmanagement. – Franken, S.: Personal: Diversity Management. See list of literature in the current study materials	
Tutor	Prof Dr Jiayin Li-Gottwald	

Module Group	International Management (Specialization)	
Name of Module	WM 10.11.2 International Finance and Accounting	
Content of Studies	International Financial Management • Challenges for financial managers in a multinational company • Parameters of international financial management in a globalized world • Foreign exchange markets • Financial instruments (spot and futures markets) for international operating companies • Risk Management International financial reporting • IAS International Accounting Standards • IFRS International Financial Reporting Standards • IFSB International Accounting Standards Board • Main differences to the traditional Germany accounting system according to HGB / DRS	
Intended Learning Outcomes	Students are familiar with the special features related to the procurement, management and application of capital in internationally operating companies. They have a sound knowledge of spot and futures markets financial instruments for international financial managers and are able to apply these instruments according to the respective situation and need of the company in question. Students can assess currency risks and political risks and can select and deploy suitable hedging instruments. They know the special features of financial and cash flow management within internationally operating companies and how these are reflected in consolidated financial statements. In addition, students are aware of intercultural differences and keep an eye on sustainability in each financial decision. Students know the material differences between international financial reporting regulations according to IAS/FRS and those given in the German Commercial Code ("HGB") in accordance with DRS. They know about the importance of IASB and are familiar with IAS/IFRS and can apply the standards (e.g. fair value accounting) to practical examples. Students are able to evaluate an international consolidated financial statement, through which they can appropriately assess the net assets, financial position and results of operations of the enterprise, as well as prepare key performance indicators for the balance sheet, the income statement and the statement of cash flow.	
Form of Teaching and Studying	On-site or online teaching (seminar-based tuition) and self-study	
Registration Conditions	Formal: none Content-related: It is recommended that registrants have already completed the modules "PM 2.1 Financing" and "PM 3.1 External financial reporting" as well as the first module of the competency field. Sufficient English skills are necessary!	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Workload	Full-Time Program	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	Part-Time Program (online)	150 hours: 26 hours online attendance

		22 hours online teaching 102 hours self-study
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Written examination (120 minutes)	
Literature	– Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Konzernbilanzen. – Bösch, M.: Internationales Finanzmanagement. – Küting, K./Weber, C.-P.: Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS. – Pellens, B. et al.: Internationale Rechnungslegung. See list of literature in the current study materials	
Tutor	k.A.	

Module Group	International Management (Specialization)	
Name of Module	WM 10.11.3 International Group Controlling	
Content of Studies	– Concept, objectives and remit of international controlling – International comparative controlling – Disruptive factors and how these are handled within international controlling – International tax planning and transfer prices – Fundamentals of value-based management of subsidiaries – International reporting – International financial reporting as a controlling data basis – Organization of international consolidation controlling	
Intended Learning Outcomes	Students understand International Corporate Group Controlling as a resource for the standardized control of an international enterprise. They are familiar with the special challenges such as cultural divergences or exchange-rate volatilities, which can arise from operating within an international context. They can design a controlling system in an internationally active enterprise appropriate to the internal and external enterprise influences on international business management and take value-orientated control concepts while doing so.	
Form of Teaching and Studying	On-site or online teaching (seminar-based tuition) and self-study	
Registration Conditions	Formal: none Content-related: It is recommended that registrants have already completed the modules "PM 3.2 Internal Accounting" and "PM 3.4 Fundamentals of controlling" as well as the first two modules of the competency field. Sufficient English skills are necessary!	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Workload	Full-Time Program	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	Part-Time Program (online)	150 hours: 26 hours online attendance 22 hours online teaching 102 hours self-study
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Written examination (120 minutes), presentation	
Literature	– Hoffjan, A.: Internationales Controlling. See list of literature in the current study materials	
Tutor	Prof Dr Marco Becker	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienmanagement	
Name des Moduls	WM 10.12.1 Einführung in das Immobilienmanagement	
Studieninhalte	– Einordnung und Ziele des Immobilienmanagements – Rahmenbedingungen des Immobilieneigentums und -managements (Eigentumsrechte, Grundbuch, Kataster, Erwerb) – Immobilie als Wertschöpfungsobjekt (Überblick Immobilieninvestition und Immobilienprojektentwicklung) – Grundlagen des Investments und Asset Managements – Grundsätzliche Aufgaben der Immobilienverwaltung – Besonderheiten des Managements bei den verschiedenen Nutzungsarten (Gewerbe, Wohnen und Spezialimmobilien) – Besonderheiten des Immobilienmarktes – Herausforderungen der Digitalisierung (bspw. PropTech, Big Data) – ESG-Anforderungen in der Immobilienwirtschaft	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erkennen die grundlegenden Inhalte des Immobilienmanagements. Sie verstehen die Rahmenbedingungen, die diesem Wirtschaftszweig zugrunde liegen, und können eigenständig Ziele des Immobilienmanagements definieren. Sie kennen dabei die verschiedenen Facetten der Immobilienverwaltung in Bezug auf die unterschiedlichen Immobilienarten und sind mit dem Leistungsportfolio eines Immobilienmaklers vertraut.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Gondring, H.: Immobilienwirtschaft. Handbuch für Studium und Praxis. – Gondring, H./Wagner, T.: Real Estate Asset Management. – Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. – Schulte, K.-W./Bone-Winkel, S./Schäfers, W.: Immobilienökonomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Brauckmann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienmanagement	
Name des Moduls	WM 10.12.2 Immobilienrecht	
Studieninhalte	– Öffentliches Baurecht – Privates Baurecht, Vertrags- und Vergaberecht – Mietrecht, Maklerrecht – WEG-Recht – Grundstücks-/Nachbarschaftsrecht – Green-Leasing	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die verschiedenen für die Immobilienbranche relevanten Rechtsbereiche und können die rechtlichen Rahmenbedingungen in der Praxis anwenden. Grundlegende Rechtsnormen sind bekannt und stellen die Basis betriebswirtschaftlichen Handelns dar. Sie kennen die Bestandteile eines Green-Lease und die damit verbundenen Ziele und Vorteile.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Gondring, H.: Immobilienwirtschaft. Handbuch für Studium und Praxis. – Kippes, S.: Professionelles Immobilienmarketing. – Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. – Schulte, K.-W./Kühling, J./Servatius, W./Stellmann, F.: Immobilienökonomie II: Rechtliche Grundlagen. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mirko Schönfeldt	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienmanagement	
Name des Moduls	WM 10.12.3 Immobilienprojektentwicklung	
Studieninhalte	– Projektentwicklung als Wertschöpfungselement der Immobilienwirtschaft – Phasen der Projektentwicklung (Projektinitiierung, Projektkonzeption, Projektdurchführung) – Grundlegende Analysen (Standort- und Marktanalyse, Zielgruppenanalyse, SWOT-Analyse) – Projektplanung und Baurechtsschaffung als wesentliche Bausteine der Projektentwicklung – Wirtschaftlichkeit von Projekten – Projektbezogene Partner, Verträge und Genehmigungen – Vermarktung von Projekten – Digitale Modellierung von Projekten und Objekten (bspw. BIM, Virtual Reality, digitale Schnittstellen zu CAFM u. ä.) – Nachhaltigkeit in der Projektentwicklung	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden haben einen vertieften Einblick in die Konzeption und die Durchführung von Projektentwicklungen. Sie unterscheiden verschiedene Strategien und Konzepte mit Hilfe typischer Planungs- und Analyseinstrumente und können diese in der Beurteilung und Optimierung von Immobilienprojekten anwenden. Die Studierende erhalten darüber hinaus einen Einblick in nachhaltige Projektentwicklung, insbesondere klimaneutrales Bauen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ und „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Brauckmann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienplanung	
Name des Moduls	WM 10.13.1 Immobilienbewertung und Wirtschaftlichkeitsanalyse	
Studieninhalte	– Normierte Wertermittlung in Deutschland (ImmoWertV) – Internationale Verfahren der Wertermittlung (RICS, TEGoVA) – Investitionsrechnung für Immobilien (Methoden, Parameter) – Sonderthemen der Bewertung und Wirtschaftlichkeitsanalyse (qualitative Bewertung, Nachhaltigkeit, Einfluss der ESG-Standards) – Digitalisierung der Bewertung und Wirtschaftlichkeitsanalyse (Datenbanken, Software, Automatisierung, Blockchain)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Immobilien anhand der erlernten Kriterien im Hinblick auf Ausgangssituation, Bewertungszweck und äußeren Rahmenbedingungen zu bewerten. Dies erfolgt zum einen hinsichtlich des Marktwertes, zum anderen hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit. Das Potenzial der Digitalisierung wird dabei erkannt und auf Immobilienkontexte angewandt.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Franke, H.-H./Rehkugler, H.: Immobilienmärkte und Immobilienbewertung. – Kleiber, W.: Verkehrswertermittlung von Grundstücken. – Mannek, W.: Profi-Handbuch Wertermittlung von Immobilien. – Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. – Schmoll, F. gen. Eisenwerth: Basiswissen Immobilienwirtschaft. – Sommer, G./Kröll, R.: Lehrbuch zur Immobilienbewertung. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Maike Brammer	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienplanung	
Name des Moduls	WM 10.13.2 Immobilieninvestition und -finanzierung	
Studieninhalte	– Immobilie als Investitions- und Kapitalanlageobjekt – Akquisitionsprozess (Due Diligence, Kaufvertrag, Durchführung als Asset Deal oder Share Deal) – Planung und Optimierung der Finanzierungsstruktur (klassischer Realkredit, Beteiligungen, Mezzanine, Crowdfunding) – Wesentliche Parameter des wirtschaftlichen Ergebnisses (Nachhaltigkeit, ESG, Steuern, Währung) – Überblick Immobilien-Anlageprodukte – Potenzial der Digitalisierung (Software, Finanzierungsplattformen)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen grundlegende Investitions- und Finanzierungsmöglichkeiten in der Immobilienwirtschaft und können auf dieser Basis Investitions- und Finanzpläne für Immobilienprojekte konzipieren. Sie erkennen die Auswirkungen verschiedener Investitions- und Finanzierungsalternativen im Kontext zunehmend digitaler Geschäftsprozesse.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 2.1 Finanzierung“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Goldring, H.: Risiko Immobilie: Methoden und Techniken der Risikomessung bei Immobilieninvestitionen. – Goldring, H.: Real Estate Investment Banking: Neue Finanzierungsformen bei Immobilieninvestitionen. – Gondring, H. et. al: Real Estate Investment Banking. – Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. – Rottke, N./Thomas, M.: Immobilienwirtschaftslehre, Band I – Management. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Maike Brammer	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienplanung	
Name des Moduls	WM 10.13.3 Fallstudie Immobilienmanagement	
Studieninhalte	– Fallstudien zum Immobilienmanagement – Anwendungsbereich Projektentwicklung, insb. Projektidentifizierung, Projektplanung und -durchführung – Anwendungsbereich Immobilieninvestition – Management von Immobilienportfolios – Implementierung und Nutzung innovativer Software-Tools	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sind in der Lage, eine Projektentwicklung von der Konzeption über die Finanzkalkulation bis hin zur Vermarktung zu erstellen. Zudem sind die Studenten in der Lage, geeignete Immobilienobjekte zu Investitionszwecken zu identifizieren und einen etwaigen Ankauf zu prüfen. Sie berücksichtigen dabei die rechtlichen Rahmenbedingungen und aktuelle Entwicklungen und Trends in der Immobilienbranche.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Alda, W./Hirschner, J.: Projektentwicklung in der Immobilienwirtschaft: Grundlagen für die Praxis. – Kofner, S.: Investitionsrechnung für Immobilien. – Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Brauckmann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftsprivatrecht	
Name des Moduls	WM 10.14.1 Grundlagen des Rechts	
Studieninhalte	- Arten der Rechtsnormen (insb. Anspruchsgrundlagen) - Regeln der Auslegung von Normen - Grundlagen juristisch-wissenschaftlichen Arbeitens - Juristischer Gutachtenstil in der Formulierung, Vertiefung - Kenntnis und sicherer Umgang mit der juristischen Gutachten-technik anhand ausgewählter Rechtsvorschriften aus dem Bereich des Gesellschaftsrechts - Blockchain-Technologie - Natural Language Processing	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen des Rechts und sind in der Lage, komplexere Vorschriften rechtsrichtig auf entsprechende Sachverhalte unter sachgerechter Recherche in Literatur und Rechtsprechung anzuwenden. Die Studierenden eignen sich strukturiertes Denken in rechtlich spezifischen Zusammenhängen an und können wissenschaftlich fundierte Rechtslösungen entwickeln und diese argumentativ vertreten. Die Behandlung von Meinungsstreitigkeiten wird beherrscht. Die wissenschaftliche Berücksichtigung von Quellen (Literatur und Rechtsprechung) ist bekannt.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftsprivatrecht	
Name des Moduls	WM 10.14.2 Wirtschaftsprivatrecht	
Studieninhalte	- Grundsätze des Werk-, Miet-, Pacht- und Dienstvertragsverhältnisses - Besondere Vertragstypen - Eigentümer-Besitz-Verhältnis - Schadensrecht - Einführung Geschäftsführung ohne Auftrag - Vertiefung Deliktsrecht - Robotics-Anwendungen - IT-Sicherheit - Digitale Produkte - Smart Contracts - Telemedizin - Privacy by default - Privacy by design	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sind befähigt, die Funktion von Verträgen und außer-vertraglichen Ausgleichsmechanismen (Aufwendungs- und Schadensersatz sowie Bereicherungsausgleich) zu verstehen, die rechtlichen Regelungen auf praxisnahe Fälle anzuwenden, einfache Verträge zu analysieren und in ihren wirtschaftlichen Implikationen zu bewerten sowie in Bezug auf die behandelten Rechtsgebiete Kriterien für die interessengerechte Vertragsgestaltung zu entwickeln und juristisch zu argumentieren.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftsprivatrecht	
Name des Moduls	WM 10.14.3 Fallstudien Rechtswissenschaft und Schuldrecht	
Studieninhalte	Einführung in die Techniken und Methoden zum Umgang mit komplexen und unklaren oder umstrittenen Sachverhalten. Die Studierenden üben anhand praxisnaher und komplexer Aktenauszüge.	
Angestrebte Lernergebnisse	Erwerb der Fähigkeit, mit komplexen und unklaren Sachverhalten umgehen zu können.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.15.1 Arbeitsrecht	
Studieninhalte	– Überblick über das Arbeitsrecht – Individualarbeitsrecht mit seinen Bezügen zum kollektiven Arbeitsrecht – Gegenstand sind insbesondere Anbahnung, Inhalt und Beendigung von Arbeitsverhältnissen sowie Grundstrukturen des kollektiven Arbeitsrechts – Internetarbeit 4.0 – Crowdwork – Künstliche Intelligenz und Vertragsgestaltung – Automatisierung und Kündigung – Kündigung durch Digitalisierung	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen des Arbeitsrechts und sind in der Lage, entsprechende Vorschriften rechtsrichtig auf typische Sachverhalte aus dem Bereich des Arbeitslebens anzuwenden. Die Studierenden eignen sich die grundlegenden Strukturen des Arbeitsrechts an und können wissenschaftlich fundierte Rechtslösungen entwickeln und diese argumentativ vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.15.2 Vertragsverhandlung und -gestaltung	
Studieninhalte	– Grundlagen der Gestaltung von wirtschaftsrelevanten Verträgen (Aufbau, Standardklauseln, Vertragssprache und Regeln des Vertragsmanagements) – Gestaltungsübungen für bestimmte Vertragstypen wie gewerbliche Miete, Franchising, Managementverträge, Gesellschaftsverträge etc. – Kündigungen als Folge von Digitalisierung und Automatisierung – Recht auf informationelle Selbstbestimmung – digitale Weiterbildung der Arbeitnehmer – Big Data-Analysen im Personalbereich	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen und verstehen die Technik zur Gestaltung und zum Entwurf von wirtschaftsrelevanten Verträgen. Sie sind in der Lage, logisch korrekte Vertragsentwürfe zu entwickeln, die Einzelfällen gerecht werden und zugleich auf eine unbestimmte Vielzahl ähnlicher Fälle interessengerecht angewendet werden können.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.15.3 Fallstudien Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	
Studieninhalte	Komplexe juristische und betriebswirtschaftliche Aufgaben (z. B. Auswahl einer angemessenen Unternehmensform, Gründung einer GmbH) werden interdisziplinär in Teams bearbeitet. Problemstellungen werden juristisch und betriebswirtschaftlich begutachtet, interdisziplinär diskutiert und in konkrete Handlungsoptionen umgesetzt.	
Angestrebte Lernergebnisse	Erwerb der Fähigkeit, in interdisziplinär arbeitenden Teams rechtliche und betriebswirtschaftliche Themen in einfacher, aber präziser Form zu präsentieren, Begründungen und Handlungsoptionen zu vertreten und Entscheidungsprozesse mitzugestalten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftspsychologie	
Name des Moduls	WM 10.16.1 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	
Studieninhalte	– Thematische Schwerpunkte bilden einerseits die Grundlagen der Allgemeinen Psychologie und Sozialpsychologie. – Zum anderen werden die Grundlagen der Wirtschaftspsychologie inklusive der Interkulturellen Psychologie vermittelt, indem es deren Gegenstand, Geschichte und Methoden thematisiert und einen Überblick über die Hauptgebiete der Wirtschaftspsychologie liefert (Arbeits-, Personal-, Organisations-, Markt-, Produkt-, Preis-, Werbe- und Konsumentenpsychologie).	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden verstehen psychologisch wichtige Zusammenhänge und kennen die verschiedenen Konzepte der Wirtschaftspsychologie. Sie sind in der Lage, die Bedeutung psychologisch begründeter Probleme im Rahmen des Arbeits- und Wirtschaftslebens zu erkennen. Ferner sind sie befähigt, die psychologischen Erklärungszusammenhänge für individuelles Arbeits- und Kaufverhalten zu liefern und relevante Aspekte des Wirtschaftslebens anhand gesicherter Theorie zu erkennen und spezifische Reaktionen zu erklären.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Achim Wortmann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftspsychologie	
Name des Moduls	WM 10.16.2 Innerbetriebliche Wirtschaftspsychologie	
Studieninhalte	– Thematische Schwerpunkte bilden psychologische Komponenten in betrieblichen Prozessen (wie z. B. Arbeitsbelastung, Arbeitsgestaltung, Personalmanagement, Führung und innerbetriebliche Prozesse) sowie aktuelles, kritisch verdichtetes und wissenschaftlich gesichertes Wissen zu den Themenfeldern: ○ Gefühle, Konflikte in Teams ○ Power & Politics ○ Arbeitsrelevante Einstellungen ○ Externes und internes Personalmarketing ○ Unternehmenskultur, die Seele von Management und Unternehmen ○ Der Manager im Spannungsfeld zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit ○ Managing Diversity und andere wirtschaftspsychologische Trends.	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die verschiedenen Konzepte der innerbetrieblichen Wirtschaftspsychologie und sind in der Lage, diese auf die Lösung von Praxisproblemen anzuwenden. Sie können anhand aktuellen und wissenschaftlich gesicherten Wissens Lösungen für ein aktuelles Problem der Personalarbeit in einem Unternehmen unter Heranziehung psychologischer Ansätze erarbeiten, können Konzepte und Instrumente des Leistungsmanagements, der Arbeitsmotivation, von Anreizsystemen und des Selbstmanagements zur Lösung von Praxisproblemen heranziehen und sind befähigt, mittels grund-legender methodischer Kompetenzen die wirtschaftspsychologischen Komponenten in betrieblichen Prozessen zu analysieren.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „WM 10.16.1 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Achim Wortmann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftspsychologie	
Name des Moduls	WM 10.16.3 Fallstudie Werbe- und Verkaufspsychologie	
Studieninhalte	Komplexe Fallstudien zu individuellen Verhalten von Personen im Rahmen der Werbe- und Verkaufspsychologie: – Situationsgerechte Anwendung von Wissen über Kaufentscheidungen von Konsumenten – Situationsgerechte Anwendung von Persuasionsstrategien – Praktische Umsetzung emotionaler Werbung – Praktische Umsetzung in der psychologischen Marktforschung, von der Produktidee über die Produktentwicklung bis hin zur Produkteinführung – Realitätsnahe Anwendung von Markenmanagement – Situationsgerechte Anwendung von Reputations- und Imagemanagement – Fallbearbeitung zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sind in der Lage, das in den vorangegangenen Modulen erarbeitete Grundlagenwissen „Wirtschaftspsychologie“ und deren Dringlichkeit im Unternehmenskontext anhand aktueller und praxisrelevanter wirtschaftspsychologischer Fragestellungen zu identifizieren und in Fallstudien auf reale Situationen erfolgreich anzuwenden. Der Erwerb von Fähigkeiten zur Lösung werbe- und verkaufstechnischer Problemstellungen in Form von Fallstudien steht überdies im Mittelpunkt. Die Studierenden werden befähigt, praktische Problemstellungen auch in Bezug auf Digitale Anwendungsgebiete wie Mikro-Targeting, Social Media Marketing, Influencer-Marketing oder Ambush-Marketing im Bereich der Wirtschaftspsychologie selbständig und teamorientiert erfolgreich zu bewältigen, zu präsentieren und argumentativ zu vertreten. Neben der Entwicklung übergreifenden Denkens und von Problemlösekompetenz stärkt die Fallstudienbearbeitung darüber hinaus also auch die Schlüsselqualifikationen Präsentationssicherheit und Kommunikationsfähigkeit. Im Rahmen der Kleingruppenarbeit wird zudem die Teamfähigkeit der Teilnehmer geschult und weiter ausgebildet.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „WM 10.17.1 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Achim Wortmann
---------------------	--------------------------

Modulgruppe	Kompetenzfeld Gesundheitsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.17.1 Grundlagen des Gesundheitsmanagements	
Studieninhalte	– Einordnung: Was ist Gesundheit? – Ökonomie in der Medizin – Das deutsche Gesundheitswesen (Gesundheitliche Versorgung, Trägerschaften, Kostenentwicklung und Finanzierung, Prognosen der GKV-Einnahmen und -Ausgaben, rechtlicher Rahmen) – Das System der Kranken- und Pflegeversicherung in Deutschland (Gesetzliche Krankenversicherung, Private Krankenversicherung, Reformansätze im Krankenkassensystem) – Die ambulante Versorgung in Deutschland (Grundprinzipien, Versorgungsformen, Versorgungsmanagement) – Die stationäre Versorgung (Struktur der stationären Versorgung in Deutschland, Fallpauschalenabrechnung nach DRG, Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung) – Zulassung, Verordnung, Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln und apothekenpflichtigen Medizinprodukten	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden verstehen die Bedeutung des Gesundheitsmanagements in der modernen Gesellschaft. Sie kennen Finanzierungsprobleme und rechtliche Rahmenbedingungen im Gesundheitswesen, verstehen das System der verschiedenen Krankenversicherungsarten und haben einen fundierten Überblick über die verschiedenen Versorgungsmodelle in Deutschland.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Gesundheitsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.17.2 Krankenhausmanagement	
Studieninhalte	– Grundprinzipien und Merkmale der Krankenhausversorgung (wirtschaftliches Handeln und verstärkter Wettbewerb, Erwartungen, Prognosen und Entwicklungen im Krankenhaus) – Betreiberkategorisierung (Träger und Unternehmensformen, Rechtsformen von Krankenhäusern) – Finanzierungskategorisierung (Finanzierungskategorien, Betriebskostenfinanzierung, Investitionsfinanzierung) – Patientenbedürfnisse (Auswirkungen der demografischen Entwicklung, Selbstbestimmung, Einbindung in Entscheidungsprozesse, Patientensicherheit, Patientenrechte, Bedeutung von Angehörigen, Interkulturalität). – Medizintourismus – Herausforderungen des Personalmanagements (Personalgewinnung, Personalbindung, Personalcontrolling, Diversität) – Controlling & Business Development (Vergütung von Krankenhausleistungen, strategisches Krankenhausmanagement)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Merkmale und Besonderheiten des deutschen Krankenhausmarktes. Sie haben Kenntnis über Unterscheidungen von Krankenhauseinrichtungen und den verschiedenen Formen der Träger- und Finanzierungsmodelle. Sie sind darüber hinaus in der Lage, Wissen über Kerngeschäfte, Versorgungsaufträge, Risiken und Herausforderungen unterschiedlicher Formen anzuwenden. Die Studierenden haben lösungsorientiertes Handeln im Krankenhausalltag verinnerlicht und haben ein Gespür für Managemententscheidungen und deren Konsequenzen entwickelt.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Gesundheitsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.17.3 Management von Medizinischen Versorgungszentren	
Studieninhalte	– Facetten des ärztlichen Leistungsprogramms (GKV- & PKV-Leistungen, Spezialfälle) – Ambulante Vergütungsstrukturen (Finanzmanagement in Arztpraxen, Einnahmen aus GKV und PKV, sonstige Einnahmequellen) – Management und Optimierung des Leistungsprozesses (Unternehmensziele, Planung des Leistungsprozesses, Erstellung der Leistung, Kontrolle des Prozesses) – Organisation der Leistungserbringung (Organisationsformen und Organisation in der Arztpraxis, Delegation von ärztlichen Leistungen) – Organisation und Management von medizinischen Versorgungszentren (organisatorische Ausgestaltung, Prozess- und Veränderungsmanagement, Personalbedarfsermittlung und Personalkostenkalkulation, Mitarbeiterführung)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Definitionen bezüglich ärztlicher Leistungen und das strukturelle Umfeld, die verschiedenen Facetten und das konkrete Management der Leistungserstellung und der Organisation einer Arztpraxis. Sie haben ein profundes Wissen über die Bausteine der ambulanten Vergütung und wie die Ebenen der Vorgaben von Abrechnungsmodellen bei der vertragsärztlichen Vergütung aufeinander aufbauen. Die Studierenden haben verinnerlicht, wodurch das Finanzmanagement einer Arztpraxis auf der Ausgaben- und der Einnahmenseite beeinflusst wird. Sie sind in der Lage, eine Liquiditätsplanung zu erstellen. Die Studierenden sind mit leitungs-, aufbau- und ablauforganisatorischen Fragestellungen eines medizinischen Versorgungszentrums vertraut und können den Personalbedarf und die entsprechenden Kosten ermitteln.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht)/ Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Präsentation	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Pflegemanagement	
Name des Moduls	WM 10.18.1 Grundlagen des Pflegemanagements	
Studieninhalte	– Was ist Pflege? Wer ist pflegebedürftig? Worauf zielt Pflege ab? – Kennzeichnung des Pflegesektors (ambulante Pflege, stationäre Versorgung in Krankenhäusern, Reha-Kliniken und Pflegeeinrichtungen, Behinderteneinrichtungen, Kurbetriebe, Patientenhotels, medizinische Versorgungszentren) – Betreiberkategorisierung (Bund, Länder, Kommunen, Einrichtungen der freien Wohlfahrtspflege, private Betreiber) – Finanzierungskategorisierung (Sozialversicherung, staatliche Finanzierung, freie Träger und Verbände, private Finanzierungsträger) – Rechtlicher Rahmen und Aufsichtsorgane (rechtliche Rahmenbedingungen, gesellschaftliches Umfeld, Rechtsformen, Aufsicht und Aufsichtsbehörden) – Folgen des demografischen Wandels für die Pflege (Zunahme von Pflegebedürftigen, ggf. mit Multimorbidität, Abnahme des Pflegepersonenpotenzials, kultursensible Pflege) – Instrumente und Maßnahmen der Qualitätsentwicklung und des Qualitätsmanagements (z. B. Gewaltprävention)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Merkmale und Besonderheiten des deutschen Pflegemarktes und die heutige Ist-Situation im ambulanten und stationären Sektor. Sie haben Kenntnis über Überschneidungen von Pflegeeinrichtungen und ambulanten Diensten und sind in der Lage, die verschiedenen Formen von Träger- und Finanzierungsmodellen zuzuordnen. Sie können Pflegedienstleistungen und Standards aus Sicht von Pflegebedürftigen, Pflegepersonal, Hilfskräften, pflegenden Angehörigen und der Versicherungsbranche betrachten und haben Wissen über Kerngeschäfte/Versorgungsaufträge sowie deren Risiken und Herausforderungen erlangt.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Pflegemanagement	
Name des Moduls	WM 10.18.2 Finanzierung & Abrechnung von Pflege	
Studieninhalte	– Pflegefinanzierung (Überblick und Unterschiede zwischen ambulanter und stationärer Kranken-, Alten- und Heilerziehpflege) – Finanzierungsarten und -ziele (Pflegeleistungen, Sozialversicherungen, private Versicherungen, Steuermittel, Anleihen und Kapitalmarkt) – Langfristige Finanzplanung – Abrechnungssysteme (Einzelabrechnung, Pflegesatz, Fallpauschale/DRG, Sonderentgelte, Zuzahlungen, Falleinstufung) – Kritik und gesellschaftspolitischer Ausblick	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden verstehen sowohl den öffentlichen Finanzierungsauftrag über Sozialversicherungs- und staatliche Mittel als auch die Rolle der privaten Versicherungen und von „Out-of-Pocket“-Zahlungen der Leistungsnehmer. Sie sind in der Lage, Unternehmensdaten zu analysieren, und können unter Anwendung der Techniken der Finanzanalyse verschiedene Aspekte der Unternehmensfinanzierung, wie z. B. der Liquidität, der Profitabilität und der Finanzierungsstruktur eines Unternehmens selbstständig beurteilen. Sie beherrschen die Methoden der langfristigen Finanzplanung zur Generierung eines Geschäftsplanes und sind in der Lage, auf Basis der erlernten Zusammenhänge die Verknüpfung zwischen Wachstum und Finanzierungserfordernissen von Unternehmen und Einrichtungen auf dem Pflegesektor abzuleiten. Die Studierenden haben themenspezifische Kenntnisse über die Gründe der Einführung von Abrechnungsstandards, -systemen und -methoden und kennen Details, Stärken und Schwächen der verschiedenen Abrechnungssysteme. Sie sind in der Lage, grundsätzliche ökonomische Bewertungen der Abrechnungssysteme vor dem Hintergrund finanzieller und personeller Ressourcenverknappung und des sozio-demografischen Wandels durchführen zu können.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Pflegemanagement	
Name des Moduls	WM 10.18.3 Fallstudie Pflegemanagement	
Studieninhalte	– Bearbeitung ausgewählter Management-Fragestellungen in Pflegebetrieben (Personalmanagement, Marketing, Controlling, Business Development, Umweltmanagement, Implementierung eines Fehlermanagementsystems und Umgang mit daraus verbundenen Herausforderungen) – Kritische Auseinandersetzung mit Zielsetzung, Konzept und Organisationsstruktur von Pflegeeinrichtungen – Ethische Maßstäbe von Pflege, kritische Reflexion zu aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen in der Pflege, Organisation der pflegerischen Versorgung nach Marktprinzipien, praktische Sicherstellung von Rechten Pflegebedürftiger, Herausforderung des Prinzips des Generationenvertrags)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sind in der Lage, selbständig Managementaufgaben in Pflegeeinrichtungen zu übernehmen. Sie kennen die Erfordernisse und die gegenseitige Beeinflussung verschiedener Aufgabenbereiche auf das ganzheitliche Management einer Pflegeeinrichtung. Sie erkennen die unterschiedlichen Handlungsansprüche und haben lösungsorientiertes Handeln im Pflege- und Managementalltag verinnerlicht.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht)/Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Präsentation	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Digitalisierung und Innovation	
Name des Moduls	WM 10.19.1 Digitalisierung	
Studieninhalte	- Definition der Digitalisierung - Digitaler Wandel, Industrie 4.0, Smart Factory, Robotics, IoT - Auswirkungen der Digitalisierung auf Arbeitswelt, Gesellschaft und Nachhaltigkeit - Digitalisierungsstrategie und Geschäftsmodelle - o analoge Fortsetzung des heutigen Geschäftsmodells - o digitale Optimierung innerhalb des aktuellen Geschäftsmodells - o digitale Weiterentwicklung des heutigen Geschäftsmodells - o Disruption durch neues digitales Geschäftsmodell - Die Rolle von Business Analytics und Business Research als einem Bestandteil der Digitalisierung - Wissensmanagement und Wissensvernetzung - Collaboration Tools - Business Intelligence (BI) - Künstliche Intelligenz (KI, AI) - Einsatz aktueller Softwaretools wie z.B. Microsoft PowerBI, Qlik, u.a.	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Definition, die verschiedenen Sichtweisen und die sehr vielfältigen Ansatzpunkte der Digitalisierung sowie den damit verbundenen Zusammenhang mit Geschäftsmodellen. Sie sind vertraut mit dem Transformationsprozess. Sie sind in der Lage die Rolle von Business Analytics und Business Research mit ihren wesentlichen Tools im Umfeld der Digitalisierung einzuordnen. Die Studierenden können BI Software-Tools wie Microsoft Power BI alternativ Qlikview o.ä. im Rahmen von Fallbeispielen einsetzen. Sie sind vertraut mit grundsätzlichen Möglichkeiten und Funktionsweisen der künstlichen Intelligenz und können mit Hilfe der Software Google Colab wesentliche Funktionen zeigen. Sie kennen die Bedeutung von Wissensmanagement, Wissensvernetzung und Collaboration Tools.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 6.1 Wirtschaftsinformatik“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	- Frochte, J.: Maschinelles Lernen: Grundlagen und Algorithmen in Python. - Gassmann, O./Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten. - Microsoft Learn Plattform https://docs.microsoft.com/de-de/learn/	

	- Qlik Plattform für Studierende https://www.qlik.com/de-de/company/academic-program - Russell, S./Norvig, P.: Künstliche Intelligenz: Ein moderner Ansatz. - Stöger, R.: Digitalisierung umsetzen. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ernst Reinking

Modulgruppe	Kompetenzfeld Digitalisierung und Innovation	
Name des Moduls	WM 10.19.2 Innovation	
Studieninhalte	- Arten, Bedeutung und Bewertung von Innovationen - Innovationen und Geschäftsmodelle der digitalen Zukunft - Umsetzung von Innovationen - Von der Idee bis zur Realisierung für nachhaltigen Erfolg - Innovationsmanagement - o Handlungsfelder - o Priorisierungen - o Roadmap - o Marketing - Etablieren einer Innovationskultur - Projektmanagementmethoden konventionell vs. agil - Agile Methoden und deren Einsatz - o praktische Fallbeispiele und Übungen - Agiles Mindset und Wertesystem Anpassungsnotwendigkeiten in Unternehmen	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen Innovationsprozesse, Arten und Bedeutung von Innovationen, Evaluierung und Bewertung von Innovationen und sind vertraut mit Innovationsmanagement und Umsetzung von Innovationen. Sie kennen agiles Wertesystem und Mindset und sind grundlegend vertraut mit agilen Methoden wie Design Thinking, Scrum, Kanban, Scribble und Mindmapping. Die Studierenden können anhand von Kriterien (beispielsweise mit Hilfe des CYNEFIN-Frameworks) geeignete Projektmanagementverfahren für jeweilige Innovationsprojekte auswählen und anwenden. Sie erkennen, dass Anpassungen in Organisation und Arbeitsweise für erfolgreiches Innovationsmanagement erforderlich werden; vor diesem Hintergrund sind Ambidextrie in der Führung, interdisziplinäres Arbeiten und Selbstorganisation zu diskutieren.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 6.1 Wirtschaftsinformatik“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	- Gassmann, O./Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten. - Leopold, K.: Kanban in der Praxis. - Maximini, D.: Scrum – Einführung in der Unternehmenspraxis. - Schallmo, D./Lang, K.: Design Thinking erfolgreich anwenden. - Stöger, R.: Digitalisierung umsetzen.	

	- Vahs, D./Brem, A.: Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ernst Reinking

Modulgruppe	Kompetenzfeld Digitalisierung und Innovation	
Name des Moduls	WM 10.19.3 Fallstudie Digitalisierung und Innovation	
Studieninhalte	– Innovations- und Projektmanagement – Praktischer Einsatz von agilen Methoden – Einsatz von BI und KI	
Angestrebte Lernergebnisse	Ausgehend von einer gegebenen Ausgangssituation sind die Studierenden in der Lage sich in einem Projektteam zu organisieren. Sie finden zu einer Lösung welche agile Methode zur Bearbeitung der Aufgabenstellung eingesetzt werden soll und können diese in der Praxis einsetzen. Sie erarbeiten Lösungen und interagieren mit dem Dozenten als Inhaber der Rolle des Investors / Sponsors. Die Studenten realisieren schließlich eine Lösung mit den BI Tools Power Bi oder Qlikview o. ä. ggf. auch mit dem KI Tool Azure KI.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 6.1 Wirtschaftsinformatik“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Frochte, J.: Maschinelles Lernen: Grundlagen und Algorithmen in Python. – Gassmann, O./Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten. – Microsoft Learn Plattform https://docs.microsoft.com/de-de/learn/ – Qlik Plattform für Studierende https://www.qlik.com/de-de/company/academic-program – Russell, S./Norvig, P.: Künstliche Intelligenz: Ein moderner Ansatz. – Stöger, R.: Digitalisierung umsetzen. Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ernst Reinking	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Nachhaltigkeit und zirkuläre Wertschöpfung	
Name des Moduls	WM 10.20.1 Nachhaltigkeit	
Studieninhalte	– Entwicklung und Begriffe der Nachhaltigkeit – Einführung nachhaltiges Management – Ressourcenmanagement, Klima- und Postwachstumsökonomie – Social/Sustainable Entrepreneurship – Sustainable Development Goals (SDGs) – Gesetzliche Rahmenbedingungen: CSR-RUG/NFRD und CSRD als deutsche und europäische Grundlagen – Digitale und gesellschaftliche Transformationstreiber – Betrieblicher Umweltschutz anhand des CO₂-Fußabdrucks, Tracking und Kompensation – CSR-Planung, -Umsetzung und -Reporting (Kriterien zur Bewertung der Geschäftsrelevanz und der Auswirkungen) – Leadership, Mitarbeiter und nachhaltige Unternehmensentwicklung – Nachhaltigkeitskommunikation und Kulturveränderung	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Entwicklung, die wesentlichen Definitionen und zentralen Managementprinzipien nachhaltiger Wirtschaft. Sie sind vertraut mit den Grundlagen der Postwachstumsökonomie und wissen um Beispiele und Möglichkeiten nachhaltiger Geschäftsmodelle und Unternehmensgründungen. Sie sind in der Lage Zielzielsysteme wie die SDGs der UN als auch politische Rahmenbedingungen im internationalen und nationalen Kontext im Hinblick auf ihre Wirksamkeit für Unternehmen und deren nachhaltigen Veränderungsprozess zu bewerten. Die Studierenden haben vertiefende Kenntnisse über die digitalen und gesellschaftlichen Transformationsprozesse und kennen Themen des betrieblichen Umweltschutzes, wie Energieverbrauch sowie unterschiedliche Ansätze des CO₂ Trackings und der CO₂ Kompensation. Sie wissen zudem um die Grundlagen der CSR-Planung, -Umsetzung und -Berichterstattung und die Bedeutung von Führung, angrenzende Themen, wie Vielfalt, Qualifikation etc. sowie Kommunikation i.S.e. nachhaltigen Change Managements. Das Modul soll Studierende dazu befähigen in Unternehmen Transformationsprozesse in Richtung Nachhaltigkeit anzustoßen und zu fördern.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Keine	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	

Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)
Literatur	– Hinrichs, B.: Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie: Roadmap für nachhaltiges Wirtschaften und Innovation. – Ahrend, K.-M.: Geschäftsmodell Nachhaltigkeit: Ökologische und soziale Innovationen als unternehmerische Chance. – Dienstenreiter, C.: Nachhaltig gibt's nicht! – Weetman, C.: A Circular Economy Handbook. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jana-Michaela Timm

Modulgruppe	Kompetenzfeld Nachhaltigkeit und zirkuläre Wertschöpfung	
Name des Moduls	WM 10.20.2 Zirkuläre Transformation und Wertschöpfung	
Studieninhalte	– Entwicklung und Grundlagen der Circular Economy/Kreislaufwirtschaft – Treiber (Gesellschaftlicher Wandel, Technologien, Materialien) – Herausforderungen der Transformation – Zirkuläre Geschäftsmodelle/Geschäftsmodellmuster – Circular Supply Chain Management – Branchenspezifische Besonderheiten auf dem Weg zur zirkulären Wertschöpfung – Veränderung von Geschäftsmodellen/Umsetzung zirkulärer Prinzipien – Gründung zirkulärer Geschäftsmodelle	
Angestrebte Lernergebnisse	Der Wandel von einer linearen zu einer zirkulären Wirtschaft und betrieblichen Handlungsweise, die auf den gesamten Wertschöpfungsprozess ausgerichtet ist und möglichst geschlossene Ressourcenkreisläufe zum Ziel hat, ist für die Erreichung verschiedener Nachhaltigkeitsziele von maßgeblicher Bedeutung. Die Studierenden kennen die Treiber, Chancen und Herausforderungen der zirkulären Transformation, die Grundlagen der Kreislaufwirtschaft (zirkuläres Wirtschaften) und sind vertraut mit den Anforderungen an die unternehmerische Nachhaltigkeitsberichterstattung. Sie kennen Ansätze zur Gestaltung zirkulärer Wertschöpfungsketten und die Grundlagen zur Entwicklung tragfähiger zirkulärer Geschäftsmodelle. Die Studierenden können die notwendigen Änderungsbereiche linearer Wertschöpfungsketten im Hinblick auf eine zirkuläre Umgestaltung insbesondere für Produktentwicklung, Beschaffung, Produktion und Distribution und die zugrundeliegende Logistik beschreiben und anhand konkreter Unternehmensbeispiele bewerten. Sie erkennen die Hebelwirkung zirkulärer Wirtschaft für eine nachhaltige Transformation und wissen ebenso um die großen gesellschaftlichen und sozialen Herausforderungen sowie die notwendigen Strukturwandelprozesse auf dem Weg zum zirkulären Wirtschaften.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „WM 10.20.1 Nachhaltigkeit“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Literatur	– Kranert, M., Baron, M., et al.: Einführung in die Kreislaufwirtschaft. – Münger, A.: Kreislaufwirtschaft als Strategie der Zukunft.	

	- Oberhuber, S., Rau, T.: Material Matters - Wie eine neu gedachte Circular Economy uns zukunftsfähig macht. - Osann, I., Mattheis, H.: Workbook Kreislaufwirtschaft. - Weetman, C.: A Circular Economy Handbook. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann

Modulgruppe	Kompetenzfeld Nachhaltigkeit und zirkuläre Wertschöpfung	
Name des Moduls	WM 10.20.3 Fallstudie zirkuläre Transformation und Wertschöpfung	
Studieninhalte	– Transformationsprozess hin zu einem kreislaforientierten Unternehmen – Entwicklung neuer zirkulärer Geschäftsmodelle – Methoden des Veränderungs- und Innovationsmanagements	
Angestrebte Lernergebnisse	Ausgehend von exemplarisch veranschaulichten zirkulären Geschäftsmodellmustern und einer konkreten branchenspezifischen Wertschöpfungskette, erlernen die Studierenden zirkuläre Geschäftsmodelle für die jeweilige Branche anhand eines beispielhaften Unternehmens zu identifizieren und weiterzuentwickeln. Sie erarbeiten Lösungen und interagieren mit dem Dozenten als Inhaber der Rolle Entrepreneurs. Dabei stehen insbesondere auch Methoden des Veränderungs- und Innovationsmanagements im Fokus der Lösungsentwicklung.	
Lehr- & Lernform	Präsenzlehre vor Ort oder online (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „WM 10.20.1 Nachhaltigkeit“ und „WM 10.20.2 Zirkuläre Transformation und Wertschöpfung“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Literatur	– Münger, A.: Kreislaufwirtschaft als Strategie der Zukunft. – Oberhuber, S., Rau, T.: Material Matters - Wie eine neu gedachte Circular Economy uns zukunftsfähig macht. – Osann, I., Mattheis, H.: Workbook Kreislaufwirtschaft. – Weetman, C.: A Circular Economy Handbook. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Sportmanagement	
Name des Moduls	WM 10.21.1 Grundlagen des Sportmanagements	
Studieninhalte	– Die Rolle & Besonderheiten des Sports in der Ökonomie – Sportbetriebswirtschafts- & -managementlehre – Organisatorische Strukturen des Sports in Deutschland – Internationales Sportmanagement (Sportförderung, Sportsysteme im Vergleich, Sport-Governance) – Besonderheiten des Sportvereins (Ziele & Produkte, Personalmanagement, Rolle des Ehrenamtes, Nachhaltigkeit) – Kommerzialisierung (Entwicklung, Bedeutung, Probleme, Trends) – Spannungsfeld Profisport/Breitensport – Digitalisierung im Sport (Big Data, VR/AR) – Bedeutung des eSports	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden erwerben in diesem Modul Grundlagenwissen der Sportökonomie und der Sportbetriebswirtschaft. Sie verstehen die grundlegenden Zusammenhänge des Sportmanagements und sind in der Lage die wichtigsten Themen zu erläutern und anzuwenden. Sie können dabei die Besonderheiten von Sportgütern, Sportangebot, Sportnachfrage, Sportmärkten, Sportinstitutionen, sowie -organisationen erkennen und letztlich die Vielfalt des Sports und der relevanten Managementthemen in einen Gesamtkontext einzubetten und erfolgreiche Strategien daraus abzuleiten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium oder Onlineunterricht und Selbststudium.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 1.1“, „PM 4.1“ und „PM 4.2“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur 120 Minuten	
Literatur	– Daumann, Frank: Grundlagen der Sportökonomie, 4. überarbeitete und erweiterte Auflage, München 2023. – Hassan, David: Managing sport business: an introduction, London 2018. – Schütte, Norbert: Grundwissen Sportmanagement, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, München 2021. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Sportmanagement	
Name des Moduls	WM 10.21.2 Vereins- & Verbandsmanagement	
Studieninhalte	– Organisation von Sportvereinen & -verbänden (Wesen von Vereinen & Verbänden, Organisationsstrukturen & -prozesse in Sportvereinen, -verbänden, Profisportorganisationen, Vereine & Verbände im internationalen Kontext) – Sportinstitutionelle Entscheidungsstrukturen – Mediation im Sport – Finanzierung & Erlösquellen des Sports (Staatliche Finanzierung, Sponsoring, Strategische Partner, Rechtevermarktung, Merchandising, Fans, Mitglieder, Transfers)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Organisationsstrukturen von Sportvereinen & -verbänden und sind in der Lage Handlungsempfehlungen für eine mögliche Optimierung zu geben. Sie können sportinstitutionelle Entscheidungsstrukturen einschätzen, situationsabhängig bewerten und entscheiden, ob und ggf. welche Möglichkeiten einer Mediation angezeigt sind. Hinsichtlich der Finanzierung kennen sie die Charakteristika und Relevanz der unterschiedlichen Finanzierungsinstrumente, der besonderen Finanzierungsbedürfnisse von Sportvereinen, sowie der Bedeutung staatlicher Sportförderung in Deutschland. Sie verstehen die Struktur der Vermarktungsrechte im professionellen Ligasport, sowie die Rahmenbedingungen von Lizenzierungsregularien und sind in der Lage diese praxisbezogen anzuwenden.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium oder Onlineunterricht und Selbststudium.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 1.4“, „PM 2.1“ und „PM 2.2“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur 120 Minuten	
Literatur	– Bagusat, Ariane/Büteröwe, Anne-Christine: Customer Relationship Management in Sportvereinen: Gestaltung erfolgreicher Kundenbeziehungen, Berlin 2018. – Bölz, Marcus: Sport- und Vereinsmanagement: Sport organisieren und vermarkten, Stuttgart 2015. – Büch, Martin-Peter: Sportfinanzierung: Spannungen zwischen Markt und Staat, Hamburg 2009. – Fahrner: Sportverbände und Veränderungsdruck, Schorndorf 2008. – Jacobs, Felix: Staatliche Förderung von Profifußballvereinen: kommunal- und europarechtliche Möglichkeiten und Grenzen, Bielefeld 2022.	

	– Thiel, Ansgar/Meier, Heiko/Cachay, Klaus: Hauptberuflichkeit im Sportverein: Voraussetzungen und Hindernisse, Schorndorf 2006. – Thieme, Lutz/Wojciechowski, Torsten: Sportverbände: Stand und Perspektiven der Forschung, Schorndorf 2021. – Wadsack, Ronald: Vereinsorganisation: den Verein erfolgreich führen und managen, Freiburg/München/Stuttgart 2021. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann

Modulgruppe	Kompetenzfeld Sportmanagement	
Name des Moduls	WM 10.21.3 Interkulturelles Management	
Studieninhalte	– Grundlagen & Theorien des Interkulturellen Managements – Werte, Motivation & Verhalten im interkulturellen Kontext – Sport als Integrationsfaktor – Soziale Funktionen von Sportvereinen – Interkulturelle Kommunikation – Führung von internationalen Teams – Sport im Kontext internationaler Zusammenarbeit	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Theorien des interkulturellen Managements und verstehen die entsprechenden Themenkomplexe und Diskussionen. Sie sind befähigt, die wesentlichen kulturell-gesellschaftlichen Entwicklungen auf Basis wissenschaftlicher Methoden aufzuarbeiten und zu dokumentieren. Sie können ferner die kulturelle Einbettung der menschlichen Kommunikation in Sportvereinen und -verbänden einschätzen und auf die Schwierigkeiten interkultureller Kommunikation angemessen reagieren. Sie sind sich der Bedeutung von Sport als Integrationsfaktor mit seinen sozialen Funktionen bewusst und in der Lage grundlegende Integrationskonzepte für Sportvereine zu entwickeln.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium oder Onlineunterricht und Selbststudium.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 1.5“, „PM 1.6“ und „PM 8.2“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Präsentation	
Literatur	– Borggrefe, Carmen/Cachay, Klaus: Migration und organisationaler Wandel in Sportvereinen: theoretische Überlegungen und empirische Analysen zur interkulturellen Öffnung im organisierten Sport, Schorndorf 2022. – Faßhauer, Isabell/Marunde, Andrea/Krawinkel, Kristjana: Integration erleben – Hamburger Sportbund, Hamburg 2016. – Gerber, Markus/Pühse, Uwe: Sport, Migration und soziale Integration: eine empirische Studie zur Bedeutung des Sports bei Jugendlichen, Zürich 2017. – Jaitner, David: Sportvereine als „Schulen der Demokratie“, Berlin 2017. – Jaitner, David/Körner, Swen: Soziale Funktionen von Sportvereinen: revisited, Berlin 2018. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Howard Loewen	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Sportmarketing	
Name des Moduls	WM 10.22.1 Sportmarketing & Sport Media Management	
Studieninhalte	– Grundlagen Sportmarketing (Sport und Markt, Sportkonjunktur & gesellschaftliche Entwicklung, Professionalisierung des Sportmarketings, Digitalisierung) – Marketingmanagement im Sportler- & Zuschauermarkt – Analyse, Planung & Durchführung – Markenmanagement im Sport – Medienmanagement im Sportkontext – Kommunikationskanäle im Sport – New Media, Mobile Media & Social Media im Sport – ESport-Marketing (Grundlagen, Potenziale, Strategie, Sponsoring)	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Grundlagen des Sportmarketings und können das Marketinginstrumentarium auf die verschiedenen Sportmärkte anwenden. Sie verstehen die Bedeutung des Medienmanagements für den Sportkontext und sind in der Lage die Adressaten des Kommunikationsprozesses zu identifizieren, Strategien zu entwickeln und die entsprechenden Kanäle in der Innen- und Außenkombination situationsgerecht einzusetzen. Die Studierenden sind sich der zunehmenden Bedeutung und der Besonderheiten des ESport-Markts bewusst und können (Kommunikations-) Strategien für Markteinführungen, Brand Fits und zielgruppenorientiertes Sponsoring – auch im internationalen Kontext – entwickeln.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium oder Onlineunterricht und Selbststudium.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur 120 Minuten	
Literatur	– Byon, Kevin/Yim, Brian/Zhang, James: Marketing analysis in sport business: global perspectives, London 2023. – Ennis, Sean: Sports marketing: a global approach to theory and practice, Cham 2020. – Informations Resources Management Association: Sports media, marketing and management: breakthroughs in research and practice, Hershey 2018. – Scholz, Tobias: e-Sports in media management, St. Gallen 2020. – Torres-Toukourmidis, Angel: Esports and the media: challenges and expectations in a multi, London 2022. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann
---------------------	---------------------------

Modulgruppe	Kompetenzfeld Sportmarketing	
Name des Moduls	WM 10.22.2 Sporteventmarketing	
Studieninhalte	– Sportevents im nationalen und internationalen Kontext – Planung von Sportevents (Situationsanalyse, Ziele, Zielgruppen, Strategien, Maßnahmen, Budget, Nachhaltigkeit) – Sponsoring – Kommunikation (Klassische Medien, Digitale Medien) – Eventmarketing – Eventinszenierung & -realisierung (Briefing, kreative Idee, Konzeption, Organisation, Technik) – Risikoanalyse & Krisenmanagement – Eventcontrolling (Wirkungs-, Ablaufs- & Erfolgskontrolle) – Besonderheiten und Herausforderungen von ESport-Events	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können die Bedeutung von Sportevents in der Gesellschaft beurteilen und die Herausforderungen, die künftig an (internationale) Sportevents – auch vom Nachhaltigkeitsstandpunkt – gestellt werden, darstellen. Sie sind in der Lage, ein Sportevent als inszeniertes, erlebnisorientiertes, botschafttragendes Ereignis zu verstehen und die kommunikativen Möglichkeiten und Grenzen des Events einschätzen. Sie sollen den Eventmanagementprozess mit der Planung/Konzeption des Events, der konkreten Inszenierung und Realisierung, sowie die Grundlagen von Risikoanalyse und Krisenmanagement sowie des Eventcontrollings – auch mit Unterstützung neuer digitaler Hilfsmittel – beherrschen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium oder Onlineunterricht und Selbststudium.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Portfolio-Prüfung	
Literatur	– Jäger, Dieter: Grundwissen Eventmanagement, 4. überarbeitete und erweiterte Auflage, München 2021. – Nowak, Gerhard: Erlebnisorientiertes Marketing durch Sportevents – Angewandte Sportökonomie des 21. Jahrhunderts. Wiesbaden 2019. – Nufer, Gerd/Bühler, André: Event-Marketing in Sport und Kultur: Konzepte – Fallbeispiele – Trends, Berlin 2015. – Ronft, Steffen: Eventpsychologie: Veranstaltungen wirksam optimieren: Grundlagen, Konzepte, Praxisbeispiele, Wiesbaden 2021. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Sportmarketing	
Name des Moduls	WM 10.22.3 Fallstudie Sportmarketing	
Studieninhalte	– Durchführung von praxisbezogenen Fallstudien mit übergreifendem Charakter – Aufgreifen von Problemstellungen aus dem Bereich des Sportmarketings und des Sporteventmarketings – Anwendung von (digitalen) Instrumenten des Sportmarketings	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können ihr in den vorherigen Semestern erworbenes Wissen und ihre darüberhinausgehenden Kenntnisse in Arbeitsgruppen/Teams auf ausgewählte praktische bzw. praxisbezogene Aufgabenstellungen anwenden. Sie kennen wissenschaftlich fundierte Lösungen für praktische schnittstellenübergreifende Aufgabenstellungen, wählen diese passend zur Problemstellung aus und entwickeln konkrete Lösungsvorschläge bei auftretenden Zielkonflikten zwischen verschiedenen betroffenen Bereichen. Sie können die Leistungsfähigkeit des von ihnen entwickelten Lösungsansatzes selbstständig vor dem Hintergrund der vom Unternehmen verfolgten Zielsetzungen und Rahmenbedingungen bewerten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium oder Onlineunterricht und Selbststudium.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	150 Stunden: 26 Stunden Online-Präsenz, 22 Stunden Online-Lehre, 102 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Präsentation	
Literatur	– Byon, Kevin/Yim, Brian/Zhang, James: Marketing analysis in sport business: global perspectives, London 2023. – Ennis, Sean: Sports marketing: a global approach to theory and practice, Cham 2020. – Informations Resources Management Association: Sports media, marketing and management: breakthroughs in research and practice, Hershey 2018. Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Praxissemester	
Name des Moduls	PM 11.1 Praktikum	
Studieninhalte	– Anwendung von betriebswirtschaftlichen Methoden in der Praxis – Mitwirkung bei der praktischen Umsetzung von entwickelten Konzeptionen	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden arbeiten im Rahmen ihrer Berufstätigkeit bzw. im Rahmen einer Praktikumsstätigkeit selbständig oder in Zusammenarbeit mit Praktikern an betriebswirtschaftlichen Problemstellungen.	
Lehr- & Lernform	Praktikum	
Voraussetzung für die Teilnahme	Berufstätigkeit oder Praktikumsstätigkeit	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	600 Stunden
	Teilzeitstudium (online)	Im Teilzeit-Studienmodell ist kein Praktikum vorgesehen.
Leistungspunkte (ECTS)	20	
Prüfungsleistung	Praktikumszeugnis	
Literatur	Literaturempfehlungen werden bei Bedarf bekanntgegeben.	
Modulverantwortlich	Möglichkeit zur Wahl eines professoralen Praktikumsbetreuers	

Modulgruppe	Praxissemester	
Name des Moduls	PM 11.2 Praktikumsarbeit	
Studieninhalte	– Reflektion der praktischen Ausübung beruflicher Tätigkeitsfelder aus dem Praktikum auf eine theoretische Fragestellung aus der Betriebswirtschaftslehre	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden haben ihre Kenntnisse der Methoden und Instrumente wissenschaftlichen Arbeitens vertieft und sind in der Lage, diese Kenntnisse systematisch anzuwenden und auf zunehmend komplexere Problemstellungen aus der Betriebswirtschaftslehre zu übertragen. Sie erschließen sich Wissen eigenständig und sind fähig, problemlösungsrelevante Informationen zu gewinnen, zu selektieren und zu verdichten. Aufgrund dieser Informationen sind sie in der Lage, wissenschaftlich angemessen Struktur und Sprache darzustellen.	
Lehr- & Lernform	Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Ableistung aller bis dahin vorgesehener Module ist dringend zu empfehlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	300 Stunden
	Teilzeitstudium (online)	Im Teilzeitmodell ist kein Praktikum vorgesehen.
Leistungspunkte (ECTS)	10	
Prüfungsleistung	Hausarbeit	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Möglichkeit zur Wahl eines professoralen Praktikumsbetreuers	

Modulgruppe	Abschlussarbeit	
Name des Moduls	PM 12.1 Bachelor-Thesis	
Studieninhalte	Es handelt sich um eine praxisbezogene theoretische Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen aus einem Teilgebiet des Bachelors Betriebswirtschaft. Die Bachelor-Thesis sollte inhaltlich anspruchsvoll, wissenschaftlich theoretisch fundiert und zugleich praxisbezogen ausgerichtet sein. Mit Hilfe der Analyse und Auswertung aktueller Erkenntnisse des Fachgebietes sollen die Studierenden auf der Basis ihres Wissens eigene Standpunkte aufstellen, Lösungsansätze entwickeln und diese in geeigneter Weise darstellen.	
Angestrebte Lernergebnisse	Der Anspruch eines Bachelorstudiums ist es, neben der fachspezifischen Vermittlung von berufspraktischen Inhalten Studierende zur selbständigen wissenschaftlichen und interdisziplinären Recherche und Problemanalyse zu befähigen. Im Rahmen einer Bachelor-Thesis soll dokumentiert werden, dass die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein fachspezifisches Problem selbständig mit dem im Studium erlernten Fach- und Methodenwissen nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten sowie einen Themenbereich vertieft analysieren und weiterentwickeln zu können und gewonnene Ergebnisse in die wissenschaftliche und fachpraktische Diskussion einzuordnen.	
Lehr- & Lernform	Bei der Bachelor-Thesis handelt es sich um die eigenständige, durch Beratung unterstützte, individuelle Verfassung einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Nachweis von 180 ECTS-Punkten	
Dauer	Bearbeitungszeit: 12 Wochen	
Angebotsturnus	Die Anmeldung zur Bachelor-Thesis erfolgt innerhalb von 4 Wochen nach erfolgreichem Bestehen der letzten Modulprüfung.	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	360 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	360 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	12	
Literatur	Die zur Anfertigung einer Bachelor-Thesis benötigte Literatur ist von den Studierenden selbständig zu recherchieren und zu besorgen. Dabei sollte auf Angemessenheit, Relevanz und Aktualität sowie auf eine ausreichende Bandbreite geachtet werden, um Vergleichbarkeit und Repräsentativität zu gewährleisten.	

Modulgruppe	Abschlussarbeit	
Name des Moduls	PM 12.2 Kolloquium	
Studieninhalte	Wesentlicher Inhalt des Kolloquiums ist die mündliche Präsentation der Inhalte und Ergebnisse der vorangegangenen Bachelor-Thesis der Studierenden. Im Anschluss an die mündliche Präsentation erfolgt eine Diskussion über eventuelle Unklarheiten oder Schwachstellen der Thesis sowie über themenübergreifende, das Studium betreffende Inhalte.	
Angestrebte Lernergebnisse	Die Bachelor-Thesis wird durch das Kolloquium ergänzt. Im Rahmen des Kolloquiums soll festgestellt werden, ob die Studierenden in der Lage sind, die Ergebnisse ihrer Bachelor-Thesis in überzeugender Weise und unter Berücksichtigung der fachlichen Grundlagen und interdisziplinären Zusammenhänge mündlich zu präsentieren und selbständig zu begründen sowie ggf. die Bedeutung für die Praxis mit einzubeziehen. Ebenso erhalten die Studierenden die Möglichkeit, auf eventuelle Unklarheiten und Schwachstellen ihrer Thesis einzugehen und diese richtigzustellen.	
Lehr- & Lernform	Das Kolloquium findet in Form einer hochschulöffentlichen Veranstaltung statt, sofern der/die Studierende nicht widerspricht bzw. das jeweilige Thema unter Ausschluss der Öffentlichkeit behandelt werden muss.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Erfolgreiche Bachelor-Thesis und Ableistung aller Modulprüfungen	
Dauer	30–45 Minuten	
Angebotsturnus	Die Bachelor-Thesis ist innerhalb von 4 Wochen zu bewerten; im Anschluss an die Bewertung wird der Studierende über den Termin für das Kolloquium in Kenntnis gesetzt	
Arbeitsaufwand	Vollzeitstudium	90 Stunden Selbststudium
	Teilzeitstudium (online)	90 Stunden Selbststudium
Leistungspunkte (ECTS)	3	
Prüfungsleistung	Kolloquium: mündliche Präsentation und Verteidigung der Inhalte der Bachelor-Thesis	