



MODULHANDBUCH

ZUM STUDIENGANG

BACHELOR

INTERNATIONAL

MANAGEMENT (IM+)

ENTREPRENEURSHIP

FPO 2019

Stand: 05/2019, Reakkreditierung

Fachhochschule Südwestfalen
Fachbereich Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaften am Standort Meschede

Bachelor-Studiengang International Management

Studienplan für Studienbeginn ab WS 19/20

	S Fach			1. Sem.			2. Sem.			3. Sem.			4. Sem.			5. Sem.			6. Sem.			
	SWS	C	P	SWS	C	P	SWS	C	P	SWS	C	P	SWS	C	P	SWS	C	P	SWS	C	P	
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	4	6	1	4	6	1																
Business English	4	6	1	4	6	1																
Business Law	4	6	1	4	6	1																
Wirtschaftsmathematik	6	6	1	6	6	1																
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	4	6	1				4	6	1													
Management Accounting	4	6	1				4	6	1													
Marketing: Strategien und Instrumente in der Unternehmenspraxis	4	6	1				4	6	1													
Statistik	4	6	1				4	6	1													
Financial Accounting	4	6	1							4	6	1										
Investment & Finance	4	6	1							4	6	1										
Unternehmensorganisation	4	6	1							4	6	1										
Wirtschaftsinformatik	5	6	1							5	6	1										
Cross Cultural Communication in International Management	4	6	1										4	6	1							
Integrated Business Information Systems	4	6	1										4	6	1							
Human Resources & Führung	4	6	1												4	6	1					
International Management	4	6	1												4	6	1					
Pflichtblock Vertiefung [4 Fächer]	16	24	4	4	6	1																
Wahlpflichtmodule Vertiefung [3-5 Fächer]	12	18	3										4	6	1	8	12	2				
Wirtschaftswiss. Wahlpflichtmodule [bis 2 Fächer]	8	12	2										4	6	1	4	6	1				
Internationale Studienarbeit	0	6	0												0	6	0					
Auslandspraxisphase	0	12	0																	0	12	0
Bachelorarbeit	0	10	0																	0	10	0
Kolloquium	0	2	0																	0	2	0
Summe Studium	103	###	25	22	30	5	20	30	5	21	30	5	20	30	5	20	36	5	0	24	0	0

SWS = Semesterwochenstunden, C = Credits (Anrechnungspunkte), P = Modulprüfungen

Stand: 13.03.2018

PFLICHTMODULE

Modulbezeichnung

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (Principles of Management) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
656	180	6	1	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung	4	52	128	VL: 90; Ü:30

Lernergebnisse

Die Studierenden

- beschreiben und analysieren Managementaufgaben und identifizieren darin Paradigmen und Grundprinzipien der Betriebswirtschaftslehre sowie ihre Grenzen,
- richten eine grundlegende Finanzbuchhaltung für ein Unternehmen ein, verarbeiten Geschäftsvorfälle und stellen unter Berücksichtigung gegebener gesetzlicher Gestaltungsmöglichkeiten einen Jahresabschluss auf
- schildern eine Geschäftsidee, entwickeln und präsentieren ein Geschäftsmodell und erstellen einen Business Plan,
- bestimmen erfolgsrelevante unternehmerische Fertigkeiten und setzen sie ein, um persönliche Ziele zu erreichen,
- formulieren einen wissenschaftlichen Artikel mit Bezug zur Betriebswirtschaftslehre unter Verwendung wissenschaftlicher Arbeitsweisen und beurteilen andere Artikel kritisch,
- erkennen betriebliche Dilemma-Situationen, entwickeln und prüfen Lösungsansätze unter Berücksichtigung wirtschaftsethischer Aspekte

Inhalte

- Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens
- Grundannahmen und Prinzipien der Betriebswirtschaftslehre und ihre Grenzen
- Grundzüge des Rechnungswesens, insbesondere der Finanzbuchhaltung
- Management (Kreislauf, Führung, Leitung) und betriebliche Grundfunktionen
- Management-Instrumente (z.B. Break-Even-Rechnung, Produkt-Portfolio-Analyse)

Lehrformen

Vorlesung

Hinweis: Die Lehrveranstaltung kann gegebenenfalls auch in englischer oder spanischer Sprache durchgeführt werden!

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ewald Mittelstädt

Sonstige Informationen

Die jeweils aktuellen Auflagen der unten aufgeführten Literatur:

- Studienbrief
- Eisele, W.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München
- Krafft, Dietmar/ Mittelstädt, Ewald/ Wiepcke, Claudia: Markt Lexikon Wirtschaft, wbv: Bielefeld.
- Oehrich, Marcus: Betriebswirtschaftslehre - Eine Einführung am Businessplan-Prozess, Vahlen: München.
- Osterwalder, Alexander: Business Model Generation, Campus: Frankfurt/Main.
- Schmolke, M./Deitermann, S.: Industrielles Rechnungswesen, Darmstadt
- Straub, Thomas: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre sowie Übungsbuch, Pearson: München.

Modulbezeichnung

Business English (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
663	180	6	1/4/W	SoSe; WiSe	2

Lehrveranstaltungen

	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	25

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls verfügen die Studierenden über einen Sprachwortschatz, der grundlegende geschäftliche und technische Sachverhalte abdeckt. Sie sind in Lage, geschäftliche Korrespondenz in Englisch zu führen. Sie können wirtschaftliche Gegebenheiten schriftlich und mündlich in Englisch darstellen und sich hierüber mit Fachkollegen austauschen. Sie sind in der Lage, mit typischen Kommunikationssituationen im Geschäftsleben umzugehen (z.B. sich und andere vorstellen, telefonieren, Small Talk, E-Mails und andere Korrespondenz, Bewerbungen).

Inhalte

Anhand fachspezifischer Texte sowie anderer Materialien aus dem Bereich Business English befassen sich die Studierenden mit verschiedenen Themen aus diesem Bereich, wobei aktuelle wirtschaftliche Themen, sowie auch allgemeine Themen aus dem beruflichen Alltag behandelt werden. Hierbei werden die vier Fertigkeiten Lesen, Schreiben, Hören und Sprechen in der Fremdsprache trainiert. Mit Hilfe von Partnerinterviews, Paar- und Gruppendiskussionen werden vor allem die kommunikativen Fähigkeiten weiterentwickelt. Sprache der Veranstaltung ist Englisch.

Lehrformen

Seminar; das Modul findet über zwei Semester statt

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: Schulenglisch auf dem Niveau der Fachhochschulreife

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Neil Davie M.Sc.

Sonstige Informationen

Lehrbuch:

Studienbuch Business English (2. Auflage) – Laura Busst & Maria Tillmann.

English Grammar in Use – Raymond Murphy.

Modulbezeichnung

Business Law (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
639	180	6	1/5/W	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss kennen die Studierenden die für ein Studium der Betriebswirtschaftslehre notwendigen Rechtsgrundlagen des allgemeinen Wirtschaftsprivatrechts sowie auch dessen Bezüge zum Europarecht. Sie sind insbesondere in der Lage, die erworbenen Kenntnisse im Beruf auf konkrete juristische Fragestellungen sicher anzuwenden und zugehörige Problemlösungen zu erarbeiten sowie substantiiert zu begründen. Die Studierenden können ihre Rechtsposition mit Fachvertretern – insbesondere Rechtsanwälten, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern – qualifiziert diskutieren und im Verfahren weiterentwickeln.

Inhalte

Nationale Rechtsordnung und Europarecht, Personen des Rechtsverkehrs und Gegenstände des Rechts, allgemeines Schuldrecht (insbesondere Vertrags- und Leistungsstörungsrecht, Schadensersatzrecht, Stellvertretungsrecht, Allgemeine Geschäftsbedingungen), besondere vertragliche Schuldverhältnisse (insbesondere Kaufvertrag, Gebrauchsüberlassungsverträge und Tätigkeitsverträge), besondere gesetzliche Schuldverhältnisse (insbesondere ungerechtfertigte Bereicherung und unerlaubte Handlungen), Sachenrecht, Handels- und Gesellschaftsrecht (Überblick)

Lehrformen

Die Lehrveranstaltung findet als seminaristische Vorlesung (65%) und Übung (35%) statt. In den Übungen werden kleine Fallstudien ausgearbeitet (Gruppenarbeit) und vertiefend diskutiert. Sofern möglich, wird ein externer Referent eingeladen, um den besonderen Praxisbezug dieser Lehrveranstaltung zu gewährleisten.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, in der Regel Klausur (90 Minuten)

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Thomas Knobloch / RA Martin Pohlmann

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen:

Für das Lehrmodul wird neben den Gesetzestexten (BGB, HGB, AktG, GmbHG) insbesondere auf die jeweils aktuellen Auflagen der nachfolgend zusammengestellten Fachliteratur hingewiesen:

Brox, Hans/ Walker, Wolf-Dietrich: Allgemeines Schuldrecht, Beck-Verlag. Brox, Hans/Walker, Wolf-Dietrich:

Besonderes Schuldrecht, Beck-Verlag. Eisenhardt, Ulrich: Einführung in das Bürgerliche Recht, UTB-Verlag.

Hohmeister, Frank: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, Schäffer-Poeschel-Verlag. Jaschinski, Christian / Hey,

Andreas / Kaesler, Clemens: Wirtschaftsrecht, Merkur-Verlag. Kaiser, Gisbert A.: Bürgerliches Recht, UTB-Verlag.

Kallwass, Wolfgang: Privatrecht, Thiemoths-Verlag.

Klunzinger, Eugen: Einführung in das Bürgerliche Recht, Vahlen-Verlag.

Larenz, Karl / Wolf, Manfred: Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Rechts, Beck-Verlag. Medicus, Dieter: Bürgerliches

Recht, Heymanns-Verlag.

Medicus, Dieter: Grundwissen zum Bürgerlichen Recht, Heymanns-Verlag. Müssing, Peter: Wirtschaftsprivatrecht, UTB-Verlag.

Pottschmidt, Günter / Rohr, Ulrich: Wirtschaftsprivatrecht für den Unternehmer, Vahlen-Verlag. Römer, Hans: Privatrecht, Oldenbourg-Verlag.

Schünemann, Wolfgang B.: Wirtschaftsprivatrecht, UTB-Verlag. Steckler, Brunhilde: Wirtschaftsrecht, Kiehl-Verlag.

Zippelius, Reinhold: Einführung in das Recht, UTB-Verlag.

Weitere Literaturempfehlungen und Hintergrundmaterialien werden in der Veranstaltung bekannt gegeben sowie bei Bedarf im Semesterapparat der Bibliothek und/oder im Download-Bereich zur Verfügung gestellt.

Modulbezeichnung

Wirtschaftsmathematik (Business Mathematics) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
768	180	6	1	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	6	78	102	offen

Lernergebnisse

Die Studierenden kennen die grundlegenden Rechenmethoden aus dem „Werkzeugkasten Wirtschaftsmathematik“, die für weiterführende Vorlesungen benötigt werden, beherrschen die Anwendung der Methoden sicher und können im Anwendungskontext die jeweils passenden Lösungsmethoden auswählen und anwenden.

Inhalte

Vermittelt werden, inhaltlich und zeitlich abgestimmt auf die Lehre in den anderen Fächern, die mathematischen Grundlagen, die in den betriebswirtschaftlichen Fächern benötigt werden. Der Schwerpunkt liegt auf dem Verständnis der mathematischen Konzepte und dem Erlernen der Rechenmethoden:

- Folgen & Reihen und deren finanzmathematische Anwendungen
- Funktionen
- Differentialrechnung einer Veränderlichen
- Differentialrechnung mehrerer Veränderlichen
- Extremwertaufgaben mit und ohne Nebenbedingungen
- Integralrechnung
- Matrizenrechnung
- Lösen linearer Gleichungssysteme

Betriebswirtschaftliche Anwendungen zu den mathematischen Themenbereichen wie mathematische Interpretation von Grenzkosten, Elastizitäten, Isoquanten, Berechnung von Konsumenten- und Produzentenrente, Teilebedarfsmatrizen usw.

Lehrformen

Vorlesung mit Einzel- und Gruppenarbeitsphasen sowie der Erarbeitung von Beispielen im Plenum Übung mit Vorbereitung in Lerngruppen, Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion und Präsentation von Lösungsansätzen im Plenum Hinweis: Die Lehrveranstaltung kann gegebenenfalls auch in englischer Sprache durchgeführt werden!

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: Schulmathematik (Mittelstufe) bzw. Vorkurs Mathematik

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

Studienleistung: Die Studienleistung kann in Papierform oder auch in elektronischer Form (z.B. in Moodle) erfolgen.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Monika Reimpell

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen: Aktuelle Ausgaben der folgenden Lehrbücher:

- Bronstein, N.: Taschenbuch der Mathematik
- Küstenmacher, W.: Mathe macchiato
- Papula, L.: Mathematische Formelsammlung für Ingenieure und Naturwissenschaftler
- Reimpell, M.: Wirtschaftsmathematik (Studienbuch)
- Sydsaeter, K.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler
- Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik

Modulbezeichnung

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre (Fundamentals of Economics) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
676	180	6	2	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	30

Lernergebnisse

Nach dem erfolgreichen Absolvieren der Veranstaltung kennen die Studierenden grundlegende ökonomische Modelle. Sie kennen notwendige Voraussetzungen für effiziente Marktallokation und erkennen, wann diese nicht gegeben sind. Sie verstehen, in welchen Fällen staatliche Eingriffe in das Wirtschaftsgeschehen sinnvoll und wann diese kritisch zu bewerten sind. Sie sind in der Lage mikroökonomische und makroökonomische Fragestellungen voneinander zu unterscheiden und diese entsprechend ihrer Besonderheiten zu bewerten und zu beantworten. Die Studierenden können Fragestellungen der volkswirtschaftlichen Praxis selbstständig anhand der vermittelten Kenntnisse beantworten.

Inhalte

Die Veranstaltung beinhaltet Grundlagen der Mikro- wie auch der Makroökonomik. Entsprechend wird in Teil I das Modell des homogenen Polypols als Arbeitspferd der Mikroökonomik dargestellt und die Anwendung des Modells geübt. Anschließend erfolgt die genaue Herleitung von Angebots- und Nachfragefunktion über tiefergehende Einblicke in die Haushaltstheorie und die Theorie der Unternehmung. Im Anschluss wird kontrastierend zum vollkommenen Wettbewerbsmodell das Modell des Monopols dargestellt, wobei auch Einblicke in einzelne Preisdifferenzierungsstrategien gegeben werden.

In Teil II wird der Bereich der Makroökonomik behandelt. Den Schwerpunkt bildet an dieser Stelle die quantitative Erfassung makroökonomischen Geschehens, sprich die Unterscheidung nominaler und realer Größen, die Ermittlung des Bruttoinlandsprodukts und des Preisindex der Lebenshaltung. Des Weiteren wird anhand des Einkommen-Ausgaben-Modells und des Keynesianischen Multiplikators der Gütermarkt aus gesamtwirtschaftlicher Sicht betrachtet. Abschließend erfolgt die Unterscheidung nachfrageorientierter und angebotsorientierter Theorie mit Blick auf den Arbeitsmarkt.

Lehrformen

Vorlesung und Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Falk Strotebeck

Sonstige Informationen

Literatur:

Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Pearson Education, München

Krugman, Paul / Wells, Robin: Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel, Stuttgart

Goosbee, Austan / Levitt, Steven / Syverson, Chad: Mikroökonomik, Schäffer Poeschel, Stuttgart

Modulbezeichnung

Management Accounting (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
810	180	6	2	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen

	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	200

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss können die Studierenden die grundlegenden Konzepte der Kostenrechnung erklären und die wesentlichen Instrumente der Kostenrechnung anwenden. Auf Basis der gegebenen, konkreten Anwendungsbedingungen können die Studierende das jeweils geeignete Verfahren auswählen und anwenden. Sie können die Kosten, den Gewinn und den Deckungsbeitrag angebotener Produkte oder Dienstleistungen bestimmen. Sie können die Wahl und das Ergebnis ihrer Berechnung gegenüber den Adressaten begründen.

Inhalte

Das Modul behandelt die drei Säulen der Kostenrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung. Darüber hinaus wird die Kostenplanung und –kontrolle im System der Plankostenrechnung sowie die Deckungsbeitragsrechnung behandelt.

Lehrformen

Vorlesung 50%; Übungen 50 %; die Übungen werden durch kleine Fallstudien und Gruppenarbeit begleitet. Hinweis: Die Lehrveranstaltung kann gegebenenfalls auch in spanischer Sprache durchgeführt werden!

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Rüdiger Waldkirch

Sonstige Informationen

Burgfeld-Schächer, B.: Studienbuch Kostenrechnung

Weitere Literaturempfehlung: Aktuelle Ausgaben folgender Lehrbücher:

-Coenenberg, A. G./Fischer, T.M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart

-Ewert, R., Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, Berlin

-Friedl, G./Hofmann, C./Peddel, B: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung, München

-Fischbach, S.: Grundlagen der Kostenrechnung, München

Modulbezeichnung

Marketing: Strategien und Instrumente in der Unternehmenspraxis (Marketing: Strategies and Instruments of Corporat

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
705	180	6	2/4/W	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	VL: 60; Ü: 20

Lernergebnisse

Die Lehrveranstaltung hat das Ziel, den Studierenden die grundlegenden Kompetenzen des Marketings zu vermitteln, die in ihren zukünftigen Tätigkeitsbereichen relevant sind. Dabei steht die Prämisse im Vordergrund, die Inhalte des Marketings und die dazugehörigen Anwendungsmethoden praxisorientiert zu vermitteln. Die Teilnehmer des Moduls sollen die Bedeutung des Marketings als Managementfunktion und somit als unternehmensweite Orientierungslinie - nicht nur für die Unternehmensführung, sondern insbesondere für die Entwicklung und Produktion - verstehen. Zudem werden die Unterschiede zwischen Güter- und Dienstleistungsmarketing aufgezeigt. Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden befähigt, die grundlegenden Mechanismen und Einsatzgebiete von Marketingstrategien und Marketinginstrumenten zu benennen, im Kontext ihres Tätigkeitsfeldes zielorientiert zu diskutieren und deren Anwendung theoretisch vorzubereiten.

Inhalte

1. Marketing als unternehmerische und gesamtwirtschaftliche Aufgabe
Zunächst wird die unternehmerische Dimension des Marketings erklärt. Marketing gilt als Managementfunktion, deren Überlegungen und Maßnahmen sich auf die klassischen vier Bereiche Produkt, Preis, Distribution und Kommunikation (4 Ps) beziehen. Aus dieser Betrachtung heraus wird den Studierenden ein Verständnis für die Ganzheitlichkeit der Unternehmens- und Wirtschaftsbetrachtungen vermittelt.
2. Märkte und Marktforschung
Bezogen auf die Gesamtwirtschaft werden die Märkte und deren Erforschung betrachtet. Aus der Marktforschung – die neben der Unternehmens- und Wettbewerbsbetrachtung auch die Kundenbetrachtung umfasst – werden die Handlungsoptionen für ein erfolgreiches Agieren am Markt abgeleitet. Je höher die Marktkennntnisse eines Unternehmens, desto effizienter und wettbewerbsfähiger kann das Unternehmen agieren.
3. Strategische Dimensionen und Optionen des Marketings
Die strategischen und damit langfristig orientierten Überlegungen und Modelle des Marketings werden dargestellt. Mit der Heraushebung der Bedeutung strategischer Entscheidungen im Vergleich zu taktischen Entscheidungen werden die Studierenden für die notwendigen Sichtweisen des unternehmerischen Handelns und Entscheidens sensibilisiert. Anhand von Marktuntersuchungs- und Marktbearbeitungsmodellen werden die analytischen Schritte im direkten Zusammenhang mit möglichen Umsetzungsmethoden betrachtet und diskutiert.
4. Instrumente und Umsetzungsbereiche im Marketing
Abschließend erfolgt die Betrachtung der vier Marketingbereiche Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik. Die wichtigsten Entscheidungsgrundlagen und Umsetzungsinstrumente werden vorgestellt und anhand von praktischen Unternehmenssituationen untersucht und diskutiert. Das Verständnis für die Steuerungsmöglichkeiten, die konkrete Marketingmaßnahmen in einzelnen Unternehmensbereichen bieten, wird geschärft und die konkreten Umsetzungsoptionen werden gemäß den möglichen Zielsetzungen eines Unternehmens erörtert. Aufbauend auf den strategischen und marktpolitischen Grundüberlegungen wird die Marketingkompetenz mit entsprechenden praxisorientierten Übungen zum Instrumenteneinsatz vervollständigt.

Lehrformen

Vorlesung, Übungen (ggf. mit Gruppenarbeiten, Präsentationen)

Hinweis: Die Lehrveranstaltung kann gegebenenfalls auch in spanischer Sprache durchgeführt werden!

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Susanne Leder

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (jeweils aktuelle Auflage)

- Becker, J.: Marketing-Konzeption. Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, München
- Bernecker, M.: Marketing. Grundlagen – Strategien – Instrumente, Köln
- Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden
- Kotler, P. et al.: Grundlagen des Marketing, München
- Meffert, H. et al.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden
- Sander, M.: Marketing-Management. Märkte, Marktinformationen und Marktbearbeitung, Stuttgart

Modulbezeichnung

Statistik (Statistics) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
454	180	6	2/4/W	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	V: offen, Ü: 20

Lernergebnisse

Die Studierenden können wirtschaftswissenschaftliche Situationen in Mathematik übersetzen, die geeigneten statistischen Methoden auswählen und anwenden sowie die mathematischen Ergebnisse wieder in den wirtschaftswissenschaftlichen Zusammenhang übersetzen und dort interpretieren.

Inhalte

- Deskriptive Statistik (arithmetisches Mittel, Median, Standardabweichung, Darstellung statistischer Daten)
- Korrelation, Lineare Regression
- Kombinatorik
- Wahrscheinlichkeiten, bedingte Wahrscheinlichkeiten, Entscheidungsbäume
- Wahrscheinlichkeits- und Verteilungsfunktionen
- Normalverteilung und andere spezielle Verteilungen
- Schätzen von Parametern, Konfidenzintervalle
- Testen von Hypothesen
- Chi-Quadrat-Test
- Multiple Regression, Zeitreihenanalyse

Lehrformen

Vorlesung mit Einzel- und Gruppenarbeitsphasen sowie der Erarbeitung von Beispielen im Plenum
Übung: Lösung von Übungsaufgaben in Lerngruppen, Präsentation, Diskussion und Vertiefung in der Übung
Gruppenarbeit: Die Studierenden untersuchen in kleinen Projektteams eine wirtschaftswissenschaftliche Fragestellung mit statistischen Methoden und legen ihre Untersuchungsergebnisse im Rahmen einer Gruppenhausarbeit dar.
Hinweis: Die Lehrveranstaltung kann gegebenenfalls auch in englischer durchgeführt werden!

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: Modul „Wirtschaftsmathematik“ sollte absolviert sein

Prüfungsformen

Portfolioprüfung mit Hausarbeit und Klausur

Prüfungsvorleistungen

SL – die genauen Modalitäten werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. M. Reimpell

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen: Aktuelle Ausgaben der folgenden Lehrbücher:

- Bowerman, B.: Business Statistics in Practice
- Lawrence, J., Pasternack, B.: Applied Management Science
- Reimpell, M., Sommer, A.: Statistik (Studienbuch)
- Schira, J.: Statistische Methoden der BWL und VWL

Modulbezeichnung

Financial Accounting (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
653	180	6	1/3/W	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	offen

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss kennen die Studierenden die betriebswirtschaftlichen und handelsrechtlichen Grundlagen der externen Rechnungslegung (Financial Accounting). Sie sind insbesondere in der Lage, die erworbenen Fachkenntnisse im Beruf auf konkrete Fragestellungen zum Einzel- und Konzernabschluss sicher anzuwenden sowie zugehörige Problemlösungen zu erarbeiten und substantiiert zu begründen. Die Studierenden können ihre betriebswirtschaftliche und bilanzrechtliche Argumentation mit Vorgesetzten und Kollegen sowie Fachvertretern – insbesondere Wirtschaftsprüfern und Steuerberatern – qualifiziert diskutieren und sachkundig weiterentwickeln.

Inhalte

Betriebswirtschaftliche Grundlagen und europäische Harmonisierung des Bilanzrechts, Einzelabschluss: Bilanzierung dem Grunde nach; Bilanzierung der Höher nach; Bilanzierung dem Ausweis nach, rechtsformspezifische Besonderheiten der handelsrechtlichen Rechnungslegung; Konzernabschluss: Zielsetzung, Aufstellungspflicht und Konsolidierungskreis, Vollkonsolidierung, Quotenkonsolidierung sowie Equity-Bewertung; Prüfung und Offenlegung der Abschlüsse; Grundlagen der IFRS-Rechnungslegung

Lehrformen

Die Lehrveranstaltung findet als seminaristische Vorlesung (65%) und Übung (35%) statt. In den Übungen werden kleine Fallstudien ausgearbeitet (Gruppenarbeit) und weitergehend diskutiert. Sofern möglich, werden im Rahmen bestehender Kooperationen externe Referenten (Wirtschaftsprüfer und/oder Steuerberater) eingeladen, um Einzelaspekte zu vertiefen und den Praxisbezug dieser Lehrveranstaltung in besonderem Maße zu gewährleisten. Hinweis: Die Lehrveranstaltung kann gegebenenfalls auch in englischer oder spanischer Sprache durchgeführt werden!

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: Die Module „Grundlagen des Rechnungswesens“ und „Kostenrechnung“ sollten erfolgreich absolviert sein.

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Thomas Knobloch

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen:

Für das Lehrmodul wird neben den Gesetzestexten (BGB, HGB, AktG, GmbHG, PubLG, IAS/IFRS sowie zugehörigen BT/BR-Drucksachen) insbesondere auf die jeweils aktuellen Auflagen der nachfolgend zusammengestellten Fachliteratur hingewiesen:

Baetge, Jörg / Kirsch, Hans-Jürgen / Thiele, Stefan: Bilanzen, IDW-Verlag.

Baetge, Jörg / Kirsch, Hans-Jürgen / Thiele, Stefan: Konzernbilanzen, IDW-Verlag. Ballwieser, Wolfgang: IFRS-Rechnungslegung, Vahlen-Verlag.

Bauch, Jörg / Oesterreicher, Andreas: Handels- und Steuerbilanzen, Deutscher Fachverlag Beck'scher Bilanzkommentar: Der Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht, Beck-Verlag.

Brönnner, Herbert / Bareis, Peter: Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht, Schäffer-Poeschel Verlag. Buchner, Robert: Rechnungslegung und Prüfung der Kapitalgesellschaft, UTB-Verlag.

Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel-Verlag.
Federmann, Rudolf: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, Erich Schmidt-Verlag.
Gräfer, Horst / Scheld, Guido: Grundzüge der Konzernrechnungslegung, Erich Schmidt-Verlag.
Heinhold, Michael: Der Jahresabschluss, Oldenbourg-Verlag.
Kloock, Josef: Bilanz- und Erfolgsrechnung, Werner-Verlag.
KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft (Hrsg.): IFRS visuell, Schäffer-Poeschel-Verlag.
Küting, Karlheinz / Weber, Claus-Peter (Hrsg.): Handbuch der Rechnungslegung – Einzelabschluss, Schaeffer-Poeschel-Verlag.
Meyer, Claus: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, NWB-Verlag.
Moxter, Adolf: Bilanzlehre, Band I: Einführung in die Bilanztheorie, Gabler-Verlag.
Moxter, Adolf: Bilanzlehre, Band II: Einführung in das Bilanzrecht, Gabler-Verlag.
Scherrer, Gerhard: Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, Vahlen-Verlag.
Schildbach, Thomas: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, NWB-Verlag.
Tanski, Joachim: Internationale Rechnungslegungsstandards, dtv-Verlag.
Weber, Helmut Kurt: Betriebswirtschaftliches Rechnungswesen, Band I: Bilanz und Erfolgsrechnung, Vahlen-Verlag.
Winnefeld, Robert: Bilanz-Handbuch, Beck-Verlag.

Weitere Literaturempfehlungen und Hintergrundmaterialien werden in der Veranstaltung bekannt gegeben sowie bei Bedarf im Semesterapparat der Bibliothek und/oder im Download-Bereich zur Verfügung gestellt.

Modulbezeichnung

Investment & Finance (Investition & Finanzierung) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
696	180	6	3	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	150

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Absolvieren verstehen die Studierenden grundsätzliche Problemstellungen und Lösungsansätze im Bereich der Investition unter Sicherheit und Unsicherheit sowie der Finanzierung. Sie analysieren und bewerten renditeorientierte Entscheidungskalküle. Hierzu setzen sie sich mit den grundsätzlichen Voraussetzungen für den Einsatz statischer und dynamischer Investitionsrechenverfahren auseinander. Anhand kleinerer Fallstudien lernen sie die quantitative Bewertung von Investitions- und Finanzierungsproblemen in unterschiedlichen un-ternehmerischen Entscheidungssituationen kennen und mit den Werkzeugen umzugehen.

Darüber hinaus setzen sie sich mit den Inhalten und Voraussetzungen gängiger Finanzierungs-instrumente auseinander und erwerben die Fähigkeit, die zahlreichen Finanzierungsinstrumente nach betriebswirtschaftlichen Bewertungskriterien zu beurteilen und somit Empfehlungen auszusprechen.

Inhalte

Analyse von Entscheidungsproblemtypen, statische Investitionsrechenverfahren, dynamische Investitionsrechenverfahren, Investitionsdauerentscheidungen, simultane Investitions- und Fi-nanzplanung, Korrekturverfahren, Sensitivitätsanalysen, Entscheidungsprinzipien bei Risiko, Entscheidungsregeln bei Ungewissheit,

Ziele und Aufgaben der Finanzwirtschaft, Finanzierungsformen (Eigen- und Fremdfinanzierungs-formen, Mezzanine Finanzierung und Surrogate, internationale Finanzierungsformen), Internati-onalität von Finanzmärkten, Finanzplanung, Kapitalstruktur und Finanzierungsregeln

Lehrformen

Vorlesung 50%; Übungen 50 %; die Übungen werden durch kleine Fallstudien und Gruppenarbeit (Tutorien) begleitet.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Klausur, Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Burgfeld-Schächer

Sonstige Informationen

-Burgfeld-Schächer, B.: Studienbuch Investition und Finanzierung, , Wissenschaftliche Genossenschaft Südwestfalen , sowie die dort aufgeführte Literatur u.a.:

-Hufnagel, Burgfeld-Schächer: Übungsbuch Investition und Finanzierung, nwb-Verlag, Herne, 2016

-Becker, H.P.: Investition und Finanzierung , Wiesbaden

-Bieg, H., Kußmaul, H.: Investitions- und Finanzierungsmanagement, Band I und Band II, München

-Bleis, C.: Grundlagen der Investition und Finanzierung , München

-Baetge, P.: Investitionsplanung, München

-Däumler, K.-D.: Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne/Berlin

-Däumler, K.-D.: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, Herne/Berlin

-Eilenberger, G.: Betriebliche Finanzwirtschaft, München/Wien

-Franke, G., Hax, H.: Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt Berlin, Heidelberg
-Geyer, A., Hanke, M., Littich, E., Nettekoven, M.: Grundlagen der Finanzierung, Wien
-Hildmann, G., Fischer, J.: Finanzierung Intensivtraining, Wiesbaden
-Jacob, A.-F., Klein, S., Nick, A.: Basiswissen Investition und Finanzierung, Wiesbaden
-Kistner, K.-P., Steven, M.: Betriebswirtschaft im Grundstudium, Bd.1, Heidelberg
-Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, München/Wien
-Kruschwitz, L., Decker, R., Röhrs, M.: Übungsbuch zur Betrieblichen Finanzwirtschaft, München
-Olfert, K., Reichel, C.: Kompakt-Training Investition, Ludwigshafen
-Olfert, K., Reichel, C.: Kompakt-Training Finanzierung, Ludwigshafen
-Perridon, L., Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München- Schneider, D.: Investition, Finanzierung und Besteuerung, Köln
-Schäfer, D., Kruschwitz, L., Schwake, M.: Studienbuch Finanzierung und Investition, München,
-Seicht, G.: Investition und Finanzierung, Wien
-Spremann, K.: Wirtschaft, Investition und Finanzierung, München/Wien
-Süchting, J.: Finanzmanagement, Theorie und Politik der Unternehmensfinanzierung, Wiesbaden- - Übelhör, M.,
Warns, C: Grundlagen der Finanzierung anschaulich dargestellt, Heidenau
-Swoboda, P: Investition und Finanzierung, Göttingen
-Wöhe, G., Bilstein, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München

Modulbezeichnung

Unternehmensorganisation (Corporate Organization) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
757	180	6	1/3/W	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	60

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Absolvieren (1) beherrschen die Studierenden das elementare Fachvokabular hinsichtlich verschiedener Organisationsformen und ihrer Elemente, (2) können wesentliche Einflussgrößen für die Wahl von Organisationsformen benennen und bewerten, (3) sowie ausgewählte, wesentliche Methoden der organisatorischen Gestaltung beschreiben, bewerten und anwenden sowie auf dieser Basis (4) die organisatorischen Strukturen von Unternehmen analysieren und Ansatzpunkte für ihre Optimierung benennen

Inhalte

Es werden folgende inhaltliche Schwerpunkte behandelt:

- Gründe für die Beschäftigung mit Organisation
- Einführung in grundlegende Organisationstheorien
- Dimensionen formaler Organisation (z.B. Spezialisierung, Koordination, Konfiguration)
- Wesentliche Organisationsformen (vor allem Arten der Primär- und Sekundärorganisation)
- Umwelt, Strategie, Kultur als Einflussgröße der Organisation
- Methoden der Organisationsgestaltung
- Organisatorischer Wandel
- Innovationsmanagement
- Prozessmanagement

Lehrformen

3 SWS Vorlesung, 1 SWS Übung

Hinweis: Die Lehrveranstaltung kann gegebenenfalls auch in englischer Sprache durchgeführt werden!

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Elmar Holschbach

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen

Werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Modulbezeichnung

Wirtschaftsinformatik (Business Computer Science) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
767	180	6	1/3	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	5	65	115	

Lernergebnisse

Die Wirtschaftsinformatik nimmt eine interdisziplinäre Schnittstellenfunktion zwischen der Informatik und der Betriebswirtschaftslehre ein. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, sich mit Informatikern verständigen zu können. Sie können grundlegende Konzepte und Methoden der (Wirtschafts-)Informatik erklären und am PC praktisch umsetzen. Hierzu gehören u. a. die Programmierung einfacher Algorithmen in Java, die Erstellung von Internetseiten durch HTML und CSS, die Modellierung von Praxisbeispielen in Entity-Relationship-Modellen und deren Umsetzung in Datenbanktabellen sowie die Erstellung von Datenbankabfragen via SQL. Die Studierenden kennen weiterhin den Aufbau und die Funktionsweise von Rechnersystemen.

Inhalte

- Zahlensysteme
- Boolesche Algebra
- Aufbau eines Rechners
- Kryptographie
- Internettechnologien (u. a. Erstellen von Internetseiten in HTML und CSS)
- Algorithmen und Einführung in die Programmiersprache JAVA: Die Studierenden lernen einfache Algorithmen selbstständig zu entwerfen und in der Programmiersprache in lauffähige Programme umzusetzen.
- Datenbanksysteme (Datenmodellierung, Datenbank-Entwurf, Entity-Relationship-Modelle, Normalisierung, SQL)

Lehrformen

Vorlesung 50%, Übungen 50%

Hinweis: Die Lehrveranstaltung kann gegebenenfalls auch in englischer Sprache durchgeführt werden!

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: elementare PC-Kenntnisse

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ali Reza Samanpour

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen:

Elmasri, R.; Navathe, S. (2009): Grundlagen von Datenbanksystemen. Bachelorausgabe. 3., aktualisierte Auflage. München: Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-012-1.

Gumm, H. P. & Sommer, M. (2012): Einführung in die Informatik (10., vollständig überarbeitete Auflage). München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Hansen; Neumann 2009: Wirtschaftsinformatik 1. Grundlagen und Anwendungen. 10., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH. ISBN 978-3-8252-2669-5.

Hansen; Neumann 2005: Wirtschaftsinformatik 2. Informationstechnik. 9., neu bearbeitete Auflage. Stuttgart: Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH. ISBN 3-8252-2670-0.

Herold, H., Lurz, B. & Wohlrab, J. (2012): Grundlagen der Informatik. 2., aktualisierte Auflage. München: Pearson

Studium.

Laudon, K.; Laudon, J.; Schoder, D. (2010): Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung. 2., aktualisierte Auflage. München: Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7348-9.

Modulbezeichnung

Crosscultural Communication in International Management (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
33	180	6	4/W	SoSe; WiSe	1

Lehrveranstaltungen

	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	15

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden mit der besonderen Problematik der Kommunikation zwischen Menschen unterschiedlicher Kulturen vertraut. Sie können wissenschaftlich fundierte Aussagen über die verschiedenen Dimensionen interkultureller Kommunikation machen (z.B. Kommunikationsstile, Werte, Verhaltensweisen) und kennen die grundlegende Terminologie dieses Forschungsbereiches. Die Studierenden sind in der Lage eigene Einstellungen und Verhaltensweisen in Bezug auf kulturelle Unterschiede kritisch zu prüfen und haben Strategien entwickelt, ihre interkulturelle Kompetenz nachhaltig weiterzuentwickeln. Die Studierenden reflektieren die erworbenen Kenntnisse bezüglich ihrer Relevanz für Aufgaben im internationalen Management und können ihr Wissen über interkulturelle Kommunikation in Bereichen wie zum Beispiel Verhandlungsführung, Mitarbeitermotivation oder Vorbereitung von Mitarbeitern auf Auslandseinsätze anwenden.

Inhalte

Einführung in die interkulturelle Kommunikation; Analyse von Forschungsergebnissen zu verschiedenen kulturellen Dimensionen und wissenschaftliches Arbeiten zu kulturell relevanten Themen; Relevanz von interkultureller Kommunikation im Management (Führen, Verhandeln, Präsentieren, Marketing, wirtschaftsethische Gesichtspunkte); Selbstreflexion und Entwicklung interkultureller Kompetenz.
Sprache der Veranstaltung ist Englisch.

Lehrformen

Das Seminar ist als strukturierte Gruppendiskussion ausgelegt. Die Studierenden erarbeiten sich eigenständig die relevante Literatur, stellen ihre Ergebnisse in Form von Präsentationen vor und diskutieren im Plenum.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: Business English

Prüfungsformen

Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Neil Davie M.Sc.

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen:

Books:

- Deresky, Helen (2011). International Management Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases. 7th Edition. Prentice Hall, NJ: Pearson Education Inc.
- Gibson, R., (2000). Intercultural Business Communication. Berlin: Cornelsen & Oxford University Press GmbH & CO.
- Guidice, del, M., Carayannis, E. G., Della Peruta, M. R. (2012). Cross-Cultural Knowledge Management. Berlin: Springer Verlag.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations – Software of the Mind, Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. New York: McGraw-Hill.
- Trompenaars, F., Hampden-Turner, Ch. (2009). Riding the Waves of Culture, Understanding Cultural Diversity in Business. Boston: Nicholas Brealey.

Journals:

International Journal of Cross Cultural Management (available online)

European Journal of Cross-Cultural Competence and Management (available through interlibrary loan)

Intercultural Communication Studies (full access through our library system)

Journal of Intercultural Communication (full access through our library system)

Journal of International and Cross-Cultural Studies (full access through our library system)

Cross-Cultural Communication (full access through our library system)

Modulbezeichnung

Integrated Business Information Systems (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
691	180	6	4	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	20

Lernergebnisse

After a successful completion of module, students will be able to:

- recap the definitions of enterprise information systems and business application systems and their relationships
- categorize commonly used business applications and to identify appropriate business applications based on the functional requirements
- describe the principals and scope of integrated information processing and to identify suitable coupling strategies to integrate business applications, processes and business data objects
- sketch the structure and architecture of standard enterprise software
- comprehend the execution of business processes and their interrelations within enterprise software (especially ERP - enterprise resource planning - systems)
- describe the challenges of the installation and operation of enterprise software and to identify appropriate process models to embellish introducing and change processes
- name different operation models to operate business application software and to discuss their advantages and disadvantages

Inhalte

An enterprise information system includes functions to store, retrieve and process information of an enterprise. Nowadays, the business processes of an enterprise are usually supported or even (partially) automated by enterprise application systems which are the automated parts of an enterprise information system. Starting with a general definition of an enterprise information system, the participants will be introduced into the principals of the integrated enterprise information processing. An overview about application systems that are typically applied in an enterprise is given and a categorization of these systems based on the functions that they offer is derived. It is shown, how these systems, the processes and the business data objects shared between the systems are integrated on a conceptual level.

The operation of business application systems ranges from “on premise” to a complete “cloud based” solution. The different operation models with their individual advantages and disadvantages are considered. In addition, the challenges of the installation and customization of an enterprise application system are taken into account.

To clarify the principals of the integrated information processing, business processes of different functional parts (e.g. production planning, warehousing, distribution, purchasing) of an enterprise and their interrelations are elaborated. The considered business processes are practically examined on a concrete ERP system. In addition, the students will gain an overview about the overall architecture of the exemplified system, the functions that are supported by the software and how they are adjusted to fit the conditions of a certain environment.

Lehrformen

z.B. seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten, Planspiel, etc.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: Wirtschaftsinformatik, Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Produktionswirtschaft

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

Erfolgreiche Teilnahme an Übungen

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. René Ramacher

Sonstige Informationen

Veranstaltung wird in englischer Sprache durchgeführt

Modulbezeichnung

Human Resources & Führung (Human Resources & Leadership) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
332	180	6	5	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	offen

Lernergebnisse

Das Modul umfasst zwei Teile: den Teil „Human Resources“ und den Teil „Führung“.

Im Teil „Human Resources“ werden die Studierenden in die Lage versetzt, die Bedeutung eines modernen Human-Resources-Management (HRM) für die Unternehmensführung zu vertreten. Fokussiert werden aktuelle Herausforderungen des HRM, wie z.B. die globalisierte Wirtschaft, intensiviert internationale Unternehmensaktivitäten sowie die damit einhergehenden Anforderungen hinsichtlich Inter- bzw. Intrakulturalität, Konnektivität und Mobilität. Im Zusammenhang mit dem HRM nehmen die Studierenden zwei Perspektiven ein: Einerseits eine strategische Perspektive, die es ihnen ermöglicht, HR-Aktivitäten international auszurichten, Change Management aktiv zu gestalten, Diversität sowie heterogene Interessenlagen lösungsorientiert zu berücksichtigen, HR-Prozesse zu optimieren sowie Entscheidungen des HRM zu fundieren und strategisch zu verankern. Andererseits nehmen Sie eine operative Perspektive ein. Hierdurch werden sie als angehende Führungskräfte dazu befähigt, personalpolitische Entscheidungen in ihrem Arbeitsbereich professionell und verantwortungsvoll zu treffen.

Der Teil „Führung“ umfasst drei Ebenen der Führung: 1. Führung der eigenen Person, 2. Führung von Mitarbeitern und Teams sowie 3. Führung in Organisationen. Zu 1: Die Studierenden werden in die Lage versetzt, überzeugend darzulegen, welche personalen Kompetenzen notwendig sind und welcher Einfluss von der eigenen Persönlichkeit ausgeht, um die Führung von Mitarbeitern und Teams auch in einem internationalen Kontext zielorientiert zu gestalten. Zu 2: Unter Rückgriff auf Theorien der Führungs- Kommunikations- und Motivationsforschung können die Studierenden praktische Ansatzpunkte der Mitarbeiter- und Teamführung entwickeln. Zu 3: Durch die Auseinandersetzung mit Unternehmenskultur- und Mikropolitik-Ansätzen sind die Studierenden in der Lage, fundiert zu diskutieren, was es bedeutet, dass Führung in Organisationen stattfindet, die durch Diversität, heterogene Werte und Interessenlagen geprägt sind. Sie entwickeln Handlungsstrategien, dies bei der Ausgestaltung ihrer praktischen Führung adäquat zu berücksichtigen.

Inhalte

- Ausrichtung des HRM / HR-Businesspartner-Konzept
- Funktionsfelder des HRM
- Aktuelle Aktionsfelder des HRM
- Soziale, inter- und intrakulturelle Aspekte des Change Managements
- Führung der eigenen Person
- Führung von Mitarbeitern und Teamführung in Organisationen (Unternehmenskultur, Diversität und Mikropolitik als Rahmenbedingung von Führung)

Lehrformen

In der Vorlesung werden zentrale Inhalte und Theorien vermittelt und diskutiert. Vertiefende Übungen fördern unter Rückgriff auf aktivierende Lernmethoden die persönliche Selbstwahrnehmung sowie die Kompetenz, das erworbene Wissen anzuwenden, zu reflektieren sowie Zusammenhänge herzustellen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Christina Krins

Sonstige Informationen

Basisliteratur (jeweils die aktuelle Auflage):

- Berthel, Jürgen; Becker, Fred G.: Personal-Management, Schäffer Poeschel
- Festing, Marion: Internationales Personalmanagement, GablerJung, Hans: Personalwirtschaft, Oldenbourg Verlag
- Nerdinger Friedemann W. et al.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer
- Neuberger, Oswald Führen und führen lassen, neueste Auflage, UTB, Lucius & Lucius
- Scholz, Christian: Personalmanagement
- Stock-Homburg, Ruth: Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente, Gabler Verlag

Modulbezeichnung

International Management (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
694	180	6	5	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Übung; Vorlesung	4	52	128	VL: 140; Ü: 30

Lernergebnisse

Die Studierenden

- beschreiben und analysieren Managementaufgaben im internationalen Kontext und identifizieren darin Paradigmen und Grundprinzipien von International Management,
- bestimmen erfolgsrelevante unternehmerische Fertigkeiten im internationalen Kontext und setzen sie ein, um persönliche Ziele zu erreichen,
- skizzieren einfache, komplizierte und komplexe Systeme und ziehen Schlussfolgerungen daraus,
- kritische Auseinandersetzung mit aktuellen Forschungsartikeln aus dem International Management
- erkennen betriebliche Dilemma-Situationen unter besonderer Berücksichtigung globaler Wertschöpfungsketten,
- entwickeln und prüfen Lösungsansätze unter Berücksichtigung wirtschaftsethischer Aspekte

Inhalte

- Grundannahmen und Prinzipien der Betriebswirtschaftslehre im Allgemeinen und von International Management im Besonderen sowie deren Grenzen
- Management (Historie, Vision, Mission), betriebliche Grundfunktionen und Wertschöpfungsketten im globalen Kontext
- Strategische Unternehmensführung insbesondere im internationalen Kontext (z. B. Leitbilder, Wertschöpfung, Ressourcen)
- Management-Instrumente : Klassische und moderne Ansätze
- Unternehmenskultur

Lehrformen

Vorlesung z.B. seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ralf Lanwehr

Sonstige Informationen

- Robbins, S. P. & Coulter, M.A. (2016). Management, 13. Auflage. Pearson.
- Deresky, H. (2017). International Management: Managing Across Borders and Cultures, 9. Auflage. Pearson.

Modulbezeichnung

Internationale Studienarbeit (International Student Research Project) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
406	180	6	5	SoSe; WiSe	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	0	0	180	-

Lernergebnisse

Erlangung der Fähigkeit zur eigenständigen und erfolgreichen Bearbeitung einer praxisrelevanten oder theoriegeleiteten Fragestellung. Aneignung und Vertiefung sowohl fachlicher Kenntnisse als auch überfachlicher Kompetenzen wie Schlüssel- und Methodenkompetenzen.

Die Kandidatin/der Kandidat wird befähigt, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine stark eingegrenzte praktische oder theoretische Frage- oder Problemstellung selbstständig mit den in der Anwendung erprobten wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden zu bearbeiten und schriftlich darzustellen

Inhalte

Praxisnahe und/oder theoriegeleitete Forschungsfragen, die Bezug zum Gesamtbereich der im Studium vermittelten Wissensgebiete haben soll, aber ein eingegrenztes Themenfeld fokussieren kann. Die Zusammenarbeit mit einem Unternehmen oder einer Institution wird ausdrücklich befürwortet.

Die Studienarbeit soll den Umfang von 15 Seiten (11/2-zeilig) nicht überschreiten.

Lehrformen

Eigenständige Recherche relevanter Quellen, eigenständiges Literatur- und Quellenstudium, methodische oder analytische Betrachtung des Themas, persönliche Beratung durch den/die beteiligte(n) Professor(in)

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Studienarbeit (schriftliche Ausarbeitung)

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Studienarbeit

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Professorin/Professor des Standorts Meschede der Fachhochschule Südwestfalen

Sonstige Informationen

Studienbuch „Wissenschaftliches Arbeiten“ dient als Grundlage

Modulbezeichnung

Auslandspraxisphase (IM+) (International Internship) (12 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
390	360	12	6		1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	0	0	360	

Lernergebnisse

Studierende des Studiengangs IM+ müssen eine Auslandspraxisphase absolvieren. Diese soll die Studierenden unmittelbar an die berufliche Tätigkeit heranführen und sie mit dem realen Wirtschaftsgeschehen vertraut machen. Der Know how-Transfer von Theorie zu Praxis soll erfolgen und zur Umsetzung theoretischen Wissens in der Praxis befähigt werden.

Inhalte

Die Inhalte richten sich jeweils nach der Vertiefungsrichtung; insgesamt sollen aber reale Arbeitsprozesse erlernt und ausgeführt werden.

Lehrformen

begleitete Praxisphase

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Im Antrag müssen Zeitraum, Unternehmen bzw. Institution, die zu bearbeitende Thematik und die betreuende Professorin oder der betreuende Professor des Fachbereichs IW der FH Südwestfalen genannt werden.

Inhaltlich: Module des 1. und 2. Fachsemesters

Prüfungsformen

-

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

- Vorlage eines positiven Zeugnis der Ausbildungsstätte über die Mitarbeit der oder des Studierenden.
- Die praktische Tätigkeit der oder des Studierenden hat dem Zweck des Praxissemesters entsprochen und die oder der Studierende hat die ihr oder ihm übertragenen Arbeiten zufriedenstellend ausgeführt; das Zeugnis der Ausbildungsstätte ist dabei zu berücksichtigen.
- Der Abschlussbericht über Aufgabenstellung, Durchführung und Ergebnisse des Praxissemesters wurde nach wissenschaftlichen Grundsätzen verfasst und anerkannt.

Stellenwert der Note für die Endnote

unbenotet

Modulbeauftragter

Professorin oder Professor des Standorts Meschede der Fachhochschule Südwestfalen

Sonstige Informationen

Modulbezeichnung

Abschlussarbeit Bachelor Wirtschaft (Bachelor Thesis) (10 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
809	300	10	6	SoSe; WiSe	1

Lehrveranstaltungen

Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
0	0	300	-

Lernergebnisse

Erlangung der Fähigkeit zur eigenständigen und erfolgreichen Bearbeitung einer praxisrelevanten, aber wissenschaftlich aufbereiteten Fragestellung aus den Inhalten des Studiengangs. Aneignung und Vertiefung sowohl fachlicher Kenntnisse als auch überfachlicher Kompetenzen wie Schlüssel- und Methodenkompetenzen. Die Kandidatin/der Kandidat wird befähigt, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Frage- oder Problemstellung selbstständig mit den in der Anwendung erprobten wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden selbstständig zu bearbeiten und die Erkenntnisse in fachübergreifenden Zusammenhängen darzustellen.

Inhalte

Vorzugsweise praxisrelevante und damit berufsfeldorientierte Forschungsfragen, die Bezug zum Gesamtbereich der im Studium vermittelten Wissensgebiete haben sollen. Die Zusammenarbeit mit einem Unternehmen oder einer Institution wird ausdrücklich befürwortet.

Die Bachelorarbeit ist entweder eine eigenständige (innovative) Untersuchung oder betrachtet ein bekanntes Thema unter neuen Aspekten.

Lehrformen

Eigenständige Recherche relevanter Quellen, eigenständiges Literatur- und Quellenstudium, eigene empirische Untersuchungen und Analysen, persönliche Beratung durch den/die beteiligte(n) Professor(in)

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/FPO

Inhaltlich: Module aus vorangegangenen Fachsemestern

Prüfungsformen

Bachelorarbeit (schriftliche Ausarbeitung)

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Bachelorarbeit

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/FPO

Modulbeauftragter

Professorin/Professor des Standorts Meschede der Fachhochschule Südwestfalen

Sonstige Informationen

Studienbuch „Wissenschaftliches Arbeiten“ dient als Grundlage

Modulbezeichnung

Kolloquium (Wirtschaft) (Colloquium) (2 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
394	60	2	6	SoSe; WiSe	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	0	0	60	

Lernergebnisse

Befähigung, die Ergebnisse der Bachelorarbeit, ihre fachlichen Grundlagen, ihre fachübergreifenden Zusammenhänge und ihre außerfachlichen Bezüge mündlich darzustellen und selbstständig zu begründen sowie ihre Bedeutung für die Praxis einzuschätzen. Dabei ist auch die Art und Weise der Bearbeitung des Themas der Bachelorarbeit zu erörtern.

Inhalte

Themenkomplex und Umfeld der Bachelorarbeit

Lehrformen

eigenständige Aufbereitung der Ergebnisse der Bachelorarbeit, persönliche Beratung durch den/die beteiligte(n) Professor(in).

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/FPO

Inhaltlich: absolvierte Bachelorarbeit

Prüfungsformen

Mündliche Prüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene mündliche Prüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/FPO

Modulbeauftragter

Professorin oder Professor des Standorts Meschede der Fachhochschule Südwestfalen

Sonstige Informationen

PFLICHTMODULE DER VERTIEFUNG

ENTREPRENEURSHIP

Modulbezeichnung

Gründungskultur (Entrepreneurial Culture) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
304	180	6	1	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	30

Lernergebnisse

Im Seminar findet eine Annäherung an das Phänomen „Unternehmertum“ aus unterschiedlichen und ungewöhnlichen Perspektiven statt. Ein Schwerpunkt liegt in der Beleuchtung der Gründerpersönlichkeit und von Situationen, die die Realisierung von Gründungsvorhaben begünstigen.

Die Studierenden

- Interpretieren die unterschiedlichen Aspekte von Entrepreneurship und reflektieren diese vor ihrem persönlichen Hintergrund (Einstellungen, Herkunft etc.)
- diagnostizieren ihre Stärken und Schwächen in Bezug zu einer idealtypischen Gründerpersönlichkeit
- nutzen kulturwissenschaftliche Impulse, um ihre Persönlichkeit weiterzuentwickeln
- formulieren ein kulturelles oder soziales Projekt, setzen es um und evaluieren den Planungs- und Umsetzungsprozess
- dokumentieren und reflektieren ihren Lernprozess fortlaufend
- geben und erhalten Feedback zu Einzel- und Gruppenarbeiten

Inhalte

- Ausgewählte Ansätze der Entrepreneurship-Forschung
- Gründungsvorhaben und –prozesse und ihre Erfolgs- und Misserfolgskriterien
- Gründungsperson – Merkmale, Kognitionen und Kompetenzen
- Entrepreneurial Storytelling
- Projektmanagement

Lehrformen

Seminaristisches Lernen sowie Gruppen- bzw. Projektarbeit, Theaterspiele

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ewald Mittelstädt

Sonstige Informationen

Die jeweils aktuellen Auflagen der unten aufgeführten Literatur:

- Asendorpf, Jens/ Neyer, Franz: Psychologie der Persönlichkeit, Springer: Berlin.
- Faltin, Günter: Kopf schlägt Kapital: Berlin.
- Freiling, Jörg: Entrepreneurship: München.
- Grichnik, Dietmar et al.: Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen: Stuttgart.

Modulbezeichnung

Management von KMU (Management of SME) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
309	180	6	2	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	30

Lernergebnisse

Wie sinnvoll ist es ein Unternehmen nach dem Shareholder Value-Ansatz zu steuern, wenn es nicht über den Kapitalmarkt finanziert ist? Wie steuert man die Produktion bei Einzel- oder Kleinserienfertignern? Kann man Marketing auch mit kleinem Budget betreiben? Wie funktioniert Personalentwicklung, wenn man keine Personalabteilung hat? Alle diese und weitere Fragen resultieren aus den speziellen Eigenschaften kleiner und mittelständischer Unternehmen. Im Rahmen des Moduls werden die Studierende in die Lage versetzt ihre Managementkompetenzen unter den Besonderheiten von KMU neu zu justieren.

Die Studierenden

- diskutieren Faktoren, die das Management von KMU kennzeichnen
- beschreiben und erklären Franchise-Konzepte sowie deren Vor- und Nachteile
- stellen die Unterschiede zwischen Existenzgründung, Unternehmensnachfolge und Franchise-Übernahme heraus
- beziehen Managementfunktionen in den Bereichen IT, Marketing, Produktion, Personal, Rechnungswesen und Finanzierung auf die besonderen Faktoren von KMU
- bestimmen die besonderen Chancen und Risiken von KMU und entwickeln Strategien zum Umgang damit
- dokumentieren und reflektieren ihren Lernprozess fortlaufend
- geben und erhalten Feedback zu Einzel- und Gruppenarbeiten

Inhalte

Probleme von KMU

Existenzgründung, Unternehmensnachfolge, Franchising

Marketing von KMU: Analyse, Strategien, Instrumente

Innovationsmanagement und Internationalisierung von KMU

Ausgewählte Themen von Beschaffung, Produktion, Absatz, Personal, Finanzen, Rechnungswesen/ Controlling, IT in Bezug auf KMU

Lehrformen

Seminaristisches Lernen sowie Gruppen- bzw. Projektarbeit, Fallstudien

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ewald Mittelstädt

Sonstige Informationen

Die jeweils aktuellen Auflagen der unten aufgeführten Literatur:

- Kruger, Wolfgang: Praxishandbuch des Mittelstands: Leitfaden für das Management mittelständischer Unternehmen, Gabler: Wiesbaden.

- Reinemann, Holger: Mittelstandsmanagement: Einführung in Theorie und Praxis, Schäffer-Poeschel: Stuttgart.
- De, Dennis: Entrepreneurship - Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen, Addison-Wesley: München.
- Kieser, Werner: Franchising - Wachstumschancen für KMU, Gabler: Wiesbaden.

Modulbezeichnung

Geschäftsmodellierung (Business Modeling) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
307	180	6	3	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen

	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	30

Lernergebnisse

Geschäftsmodelle, Businesspläne und Wirtschaftlichkeitsrechnungen sind eng miteinander verknüpfte und flexibel einsetzbare, betriebswirtschaftliche Instrumente. Sie dienen der Formulierung und Überprüfung von Existenzgründungs-, Investitions- oder Produktentwicklungsvorhaben und werden z.B. Kapitalgebern oder dem Management des eigenen Unternehmens vorgelegt.

Die Studierenden

- beschreiben und erklären geschäftsmodellbasierte Herangehensweisen für strategische Unternehmensentscheidungen sowie deren Grenzen,
- identifizieren und differenzieren unterschiedliche Geschäftsmodellkomponenten
- erläutern den Geschäftsmodellierungsprozess mit Bezug zu Design Thinking und konzipieren Geschäftsmodelle für unterschiedliche Anforderungssituationen
- erarbeiten und vergleichen Entscheidungsstrukturtechniken und analysieren anhand dieser Techniken unterschiedliche Anforderungssituationen
- bewerten Geschäftsmodelle unter Berücksichtigung von computergestützten Wirtschaftlichkeitsrechnungen
- recherchieren notwendige Informationen zur Konfiguration von Geschäftsmodellen selbständig
- demonstrieren ihre Team- und Führungskompetenzen in Gruppenarbeiten
- gestalten Präsentationen und dokumentieren Ergebnisse schriftlich

Inhalte

Einführung in Geschäftsmodellierung und Design Thinking
Effektive Nutzung von Business Model Canvas und Tabellenkalkulationen Entscheidungen unter Unsicherheit und Ungewissheit
Simulationsmethoden: Komplexe Systeme, Produktions-/ Finanz-/ Marketing-Modelle Kausale Logiken vs. Effectuation
Ansatz

Lehrformen

Seminaristisches Lernen sowie Gruppen- bzw. Projektarbeit

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ewald Mittelstädt

Sonstige Informationen

Die jeweils aktuellen Auflagen der unten aufgeführten Literatur:

- Depner, Eduard: Excel für Fortgeschrittene am Beispiel der Darlehenskalkulation und Investitionsrechnung, Springer Vieweg: Wiesbaden.
- Studienbrief

- Gassmann, Oliver/ Frankenberger, Karolin/ Csik, Michaela: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, Hanser Verlag: München.
- Osterwalder, Alexander: Business Model Generation - Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus: Frankfurt/Main.
- Plattner, Hasso/ Meinel, Christoph/ Weinberg, Ulrich: Design-Thinking - Innovation lernen - Ideenwelten öffnen, mi-Verlag: München.
- Sarasvathy, Saras: Effectuation - Elements of Entrepreneurial Expertise, Edward Elgar: Cheltenham.
- Schallmo, Daniel: Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren, Springer Gabler: Wiesbaden.

Modulbezeichnung

Zweite Fremdsprache (Second Foreign Language) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
405	180	6	4	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit(SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	25

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, Sätze und häufig gebrauchte Redewendungen zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z.B. Informationen zur Person / Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über bekannte Dinge geht. Mit einfachen Redemitteln gelingt es ihnen, die eigene Herkunft, Ausbildung sowie die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen zu beschreiben. Die zu erwerbende Sprachkompetenz in Bezug auf die vier Grundfertigkeiten Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben und in Bezug auf grammatisches Grundwissen/-können (Morphologie, Verbsystem, usw.) entspricht dem Niveau A2/B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER).

Inhalte

Anhand von Lehrbuchtexten und anderen Materialien aus dem Alltagsbereich befassen sich die Studierenden mit Themen wie Wohnort/Wohnung, Gesundheit, Freizeit, Kindheit, Begegnungen-Einladungen und der Arbeitswelt. Hierbei werden die vier Fertigkeiten Lesen, Schreiben Hören und Sprechen eingeübt. Wichtige grammatische Phänomene werden eingeführt und im Kontext mündlich und schriftlich trainiert.

Lehrformen

Seminar

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Modulbeauftragter

Neil Davie M.Sc.

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.

WAHLPFLICHTMODULE DER VERTIEFUNG

ENTREPRENEURSHIP

Modulbezeichnung

Female Entrepreneurship (Female Entrepreneurship) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
665	180	6	W	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	30

Lernergebnisse

Das Seminar richtet sich an Studierende, die sich als Unternehmer bzw. Unternehmerin in der Gesellschaft positionieren möchten. Aber auch als abhängig Beschäftigte oder aber als Intrapreneure bzw. Intrapreneurinnen ist es wichtig, die individuellen Stärken im interkommunikativen Umfeld zu identifizieren und zu optimieren - sowohl bei Kunden, Lieferanten und Teammitgliedern in etablierten Unternehmen als auch auf dem Weg in die eigene Selbständigkeit.

Die Studierenden

- absolvieren ein Talentprofiling und erarbeiten ein eigenes Persönlichkeitsprofil mit Stärken und Schwächen,
- identifizieren ihren möglichen Karriereweg inkl. ihrer persönlichen Lebensplanung,
- beschreiben mögliche Barrieren und Stolpersteine im Themenfeld „Female Entrepreneurship“ und übertragen diese in eine abhängige Beschäftigung,
- recherchieren Informationen zur Rolle der Frau im Arbeitsmarkt und identifizieren notwendige Richtungswechsel für eine zukünftige Gleichberechtigung im Arbeitsleben,
- demonstrieren ihre Team- und Führungskompetenzen in Gruppenarbeiten,
- gestalten Präsentationen und dokumentieren Ergebnisse schriftlich.

Inhalte

Female Entrepreneurship
Persönlichkeitsentwicklung
Karriereplanung, Karrieremanagement und aktive Karrierestrategien
Karriere und Kinder
Selbstpräsentation

Lehrformen

Seminaristisches Lernen sowie Gruppen- bzw. Projektarbeit

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ewald Mittelstädt

Sonstige Informationen

Die jeweils aktuellen Auflagen der unten aufgeführten Literatur:

- Brännback; Carsrud: Revisiting the entrepreneurial Mind: Inside the Black Box: an expanded edition
- Burnett; Evans: Designing Your Life: Build a life that works for you

- Clark; Osterwalder; Pigneur: Business Model You: Dein Leben, Deine Karriere, Dein Spiel
- Fueglistaller et al.: Entrepreneurship – Modelle – Umsetzung - Perspektiven
- Kampshoff/Wiepcke: Handbuch Geschlechterforschung und Fachdidaktik
- Sandberg, Sheyl: Lean In – Frauen und der Wille zum Erfolg

Modulbezeichnung

Grundseminar XYZ (Fundamental Seminar XYZ) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
97	180	6	W	SoSe; WiSe	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	25

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss haben die Studierenden ein breites und integriertes Fachwissen erworben und beherrschen die wissenschaftlichen Grundlagen des Lehrgebiets. Sie sind in der Lage, ihre erweiterte Fachkompetenz im Beruf auf anspruchsvolle betriebswirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden, sachkundig zugehörige Problemlösungen zu entwickeln und diese mit Vorgesetzten und Kollegen sowie Fachvertretern qualifiziert zu diskutieren.

Inhalte

Dieses Grundseminar dient sowohl zur fachlichen Vertiefung als auch zur inhaltlichen Erweiterung der zugehörigen Pflichtveranstaltung des Bachelor-Studienprogramms.

Für die Lehrveranstaltung kann kein bestimmter Modulinhalt angegeben werden, da sich die zu behandelnden Themenbereiche durch regelmäßige Aktualisierungen von Semester zu Semester ändern. Die konkreten Lehrinhalte des Grundseminars werden jeweils rechtzeitig vor Semesterbeginn bekannt gegeben und zeichnen sich im Vergleich zur Pflichtveranstaltung durch einen höheren fachlichen Anspruch sowie auch eine größere Komplexität aus. Bei der Auswahl der Themenbereiche werden gleichermaßen die jeweiligen Interessen der Studierenden, konkrete Problemstellungen aus der Wirtschaftspraxis sowie auch die aktuelle Diskussion in Fachzeitschriften berücksichtigt.

Lehrformen

Die Lehrveranstaltung findet als Seminar statt. Geeignete Themenbereiche und Fragestellungen werden in Kleingruppen ausgearbeitet, vorgetragen und anschließend im Plenum diskutiert. Ergänzend können Fallstudien zum Einsatz kommen. Sofern möglich, werden externe Referenten eingeladen, um ausgewählte Einzelaspekte inhaltlich zu vertiefen und den Praxisbezug des Grundseminars in besonderem Maße zu gewährleisten.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: Das zugehörige Pflichtmodul des Bachelor-Studienprogramms sollte erfolgreich absolviert sein.

Prüfungsformen

Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Modulbeauftragter

Fachvertreter

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen und Hintergrundmaterialien werden in der Veranstaltung bekannt gegeben sowie bei Bedarf im Semesterapparat der Bibliothek und/oder im Download-Bereich zur Verfügung gestellt.

Modulbezeichnung

Gründungsfinanzierung (Entrepreneurial Finance) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
683	180	6	W	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	30

Lernergebnisse

Das Seminar richtet sich an Studierende, die planen, in ihrer beruflichen Laufbahn mit der Finanzierung von jungen Unternehmen oder unternehmerischen Vorhaben zu tun zu haben – ob als Gründerin, Investorin, Angestellte oder Beraterin. Ziel ist es, die Studierenden zu befähigen, bessere Investitions- und Finanzierungsentscheidungen im unternehmerischen Kontext (hohe Ungewissheit) treffen zu können.

Die Studierenden

- beschreiben die Start-up-Szene in Deutschland und in der Region,
- erklären die Bedeutung von Liquidität für Existenzgründungen,
- identifizieren und differenzieren unterschiedliche Kapitalgeber,
- erläutern den Finanzierungsprozess, grenzen Phasen ab und konzipieren Finanzierungsstrukturen unter Berücksichtigung steuerlicher Aspekte
- recherchieren notwendige Informationen zur Konfiguration eines finanzierungsadäquaten Business Plan,
- erstellen und verteidigen einen Business Plan in simulierten Finanzierungsverhandlungen
- demonstrieren ihre Team- und Führungskompetenzen in Gruppenarbeiten
- gestalten Präsentationen und dokumentieren Ergebnisse schriftlich

Inhalte

Einführung in Gründungsfinanzierung und in die Start-Up-Szene in Deutschland und in der Region
Strategische und operative Finanzierungsmodelle
Finanzierungsstrukturen, -phasen, -prozesse/ Besteuerung
Kapitalgeber, z.B. Crowdfunding, Regionalbanken und Venture Capital
Verhandlungstechniken

Lehrformen

Seminaristisches Lernen sowie Gruppen- bzw. Projektarbeit

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ewald Mittelstädt

Sonstige Informationen

Die jeweils aktuellen Auflagen der unten aufgeführten Literatur:
-Eckhardt, Stefan: Zukunftsperspektiven regionaler Kreditinstitute.
-Hahn, Christopher: Finanzierung und Besteuerung von Start-up-Unternehmen.

Modulbezeichnung

International Entrepreneurship (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
692	180	6	W	Sommersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	30

Lernergebnisse

Unternehmen sind zunehmend in globale Wertschöpfungsketten eingebunden. Wachstumsmöglichkeiten eröffnen sich insbesondere durch Auslandsexpansion und auch Fach- und Führungskräfte sind vermehrt international tätig. Diesen Chancen stehen Barrieren gegenüber, die aus den institutionellen Rahmenbedingungen ausländischer Märkte, sowie ihrer Strukturen, sozialen und kulturellen Beziehungen resultieren können. Zudem sorgt die Arbeitsmigration auch im Inland für zunehmend heterogene Belegschaften. Der inter- und transkulturelle Einfluss auf die Management-Praxis steigt. Um diese Barrieren und Herausforderungen zu bewältigen, sind Unternehmen und Beschäftigte gefordert typische Entrepreneurship Dispositionen wie Kreativität oder Ambiguitätstoleranz organisational und individuell zu verankern. Ferner bieten sich daraus Geschäftsgelegenheiten für Existenzgründungen. Das Seminar thematisiert wie grenzüberschreitende Geschäftsgelegenheiten erkannt und erschlossen werden, es ist an der Schnittstelle von Entrepreneurship (Unternehmertum) und Internationalem Management angesiedelt.

Die Studierenden

- Identifizieren internationale Geschäftsangelegenheiten mit dem Schwerpunkt auf KMU
- Diskutieren Chancen und Barrieren internationaler Geschäftstätigkeit
- Erarbeiten unterschiedliche Herangehensweisen an Internationalisierung
- Erklären Kulturstandards und leiten daraus angemessenes Management-Verhalten ab
- Erstellen und präsentieren ein internationales Geschäftsmodell in Gruppen und vergleichen es kritisch
- Dokumentieren und reflektieren ihren Lernprozess unter besonderer Berücksichtigung interkultureller Aspekte schriftlich

Inhalte

Internationalisierung und deren Implikationen für Entrepreneurship
Ökonomische und ökologische Dynamik internationaler Geschäftstätigkeit - politisch, rechtlich, technologisch
Unternehmertum und Inter- bzw. Transkulturalität
Internationalisierungsstrategien, insbesondere für KMU in Nischenmärkten
Internationale Geschäftsmodelle

Lehrformen

Seminaristisches Lernen sowie Gruppen- bzw. Projektarbeit, Planspiele, Fallstudien

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Verwendung in folgenden Studiengängen: International Management, Wirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftspsychologie

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ewald Mittelstädt

Sonstige Informationen

Die jeweils aktuellen Auflagen der unten aufgeführten Literatur:

- Hofstede, Geert: Lokales Denken, globales Handeln- Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, DTV: München.
- Keupfer, Frank/ Schunk, Henrik (Hg.): Internationalisierung deutscher Unternehmen - Strategien, Instrumente und Konzepten für den Mittelstand, Gabler: Wiesbaden.
- Pock, Michael: Born Globals - Internationale Wachstumsstrategien junger Unternehmer, Gabler: Wiesbaden.
- Schmid, Stefan: Strategien der Internationalisierung - Fallstudien und Fallbeispiele, Oldenbourg: München.

Modulbezeichnung

Intrapreneurship (Intrapreneurship) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
306	180	6	W	SoSe; WiSe	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	30

Lernergebnisse

Intrapreneurship bezeichnet die Anforderung von Unternehmen an ihre Beschäftigten, dass sie sich so verhalten wie es auch eine Unternehmerpersönlichkeit (Entrepreneur) tun würde. Unternehmerisches Denken und Handeln geht dabei über die Anwendung betriebswirtschaftlicher Kenntnisse (Wissen) und Fähigkeiten/ Fertigkeiten (Können) hinaus und wird mit Einstellungen (Wollen) wie Innovationsfähigkeit, Risikobereitschaft oder Leistungsmotivation assoziiert. Ein zentrales Anwendungsfeld von Intrapreneurship ist das Innovations- und Wissensmanagement, in welchem Beschäftigte ihr unternehmerisches Denken und Handeln unter Beweis stellen können, Unternehmen aber auch offenbaren, inwiefern Sie dies ermöglichen.

Die Studierenden

- Erklären zentrale Entre- und Intrapreneurship-Konzepte
- Erarbeiten sich Kernaktivitäten, Methoden und Erfolgsfaktoren des Wissensmanagement
- Bearbeiten Intrapreneurship- bzw. Wissensmanagement-Fallstudien, präsentieren ihre Ergebnisse und vergleichen sie kritisch
- Suchen ein reales Unternehmen mit Innovationsperspektive und entwickeln eine Fallstudie
- Planen die Fallstudienentwicklung und setzen diese selbstorganisiert individuell oder in Gruppen um
- dokumentieren und reflektieren ihren Lernprozess

Inhalte

Entrepreneurship und besondere Aspekte von Intrapreneurship Innovationsmanagement
Kernaktivitäten, Methoden und Erfolgsfaktoren des Wissensmanagements Personalentwicklung und Change Management

Lehrformen

Seminaristisches Lernen sowie Gruppen- bzw. Projektarbeit, Fallstudienentwicklung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung; Klausur (60-120 Minuten)

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Verwendung in folgenden Studiengängen: International Management, Wirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftspsychologie

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ewald Mittelstädt

Sonstige Informationen

Die jeweils aktuellen Auflagen der unten aufgeführten Literatur:

- Friedrichsmeier, Helmut/ Mair, Michael/ Brezowar, Gabriela: Fallstudien - Entwicklung und Einsatz, Erfahrungen und Best-Practice-Beispiele, Linde: Wien.

Modulbezeichnung

Unternehmensnachfolge (Business Succession) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
305	180	6	W	SoSe; WiSe	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	30

Lernergebnisse

Die mittelständischen Unternehmen in Südwestfalen sind zu rund 95% familiengeführt und allein schon aufgrund der demografischen Entwicklung ist die Unternehmensnachfolge eine wachsende Herausforderung. Nach Berechnungen des Instituts für Mittelstandsforschung stehen in NRW derzeit über 24.000 Unternehmensübergaben an. Die Unternehmensnachfolge ist mit vielfältigen Aufgaben und Problemen verbunden. Einerseits geht es um betriebswirtschaftliche und finanzielle Aspekte, andererseits spielen rechtliche und steuerrechtliche Probleme eine Rolle. Aber eine Übergabe ist oft auch hoch emotional: Das eigene Lebenswerk in andere Hände zu geben fällt schwer, erst recht, wenn es sich beim eigenen Unternehmen um den Lebensinhalt handelt.

Die Studierenden

- Bestimmen zentrale Themen der Unternehmensnachfolge, insbesondere in den Bereichen Finanzierung, Strategie und Kommunikation
- Bearbeiten Fallstudien der Unternehmensnachfolge, präsentieren ihre Ergebnisse und vergleichen sie kritisch
- Suchen ein reales Unternehmen mit Nachfolgeperspektive und entwickeln eine Fallstudie
- Planen die Fallstudienentwicklung und setzen diese selbstorganisiert individuell oder in Gruppen um
- dokumentieren und reflektieren ihren Lernprozess unter besonderer Berücksichtigung interkultureller Aspekte schriftlich

Inhalte

Besondere Aspekte von Familienunternehmen
Unternehmerische und familiäre Werte
Finanzielle, rechtliche und steuerliche Aspekte der Unternehmensnachfolge
Unternehmensbewertung und Finanzierungsmodelle
Strategische Positionierung
Erfolgsfaktoren der Unternehmensnachfolge
Kommunikation, Coaching und Moderation im Nachfolgeprozess

Lehrformen

Seminaristisches Lernen sowie Gruppen- bzw. Projektarbeit, Fallstudienentwicklung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung, Klausur

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gem. BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Ewald Mittelstädt

Sonstige Informationen

Die jeweils aktuellen Auflagen der unten aufgeführten Literatur:

- Baus, Kirsten: Die Familienstrategie - Wie Familien ihr Unternehmen über Generationen sichern, Gabler: Wiesbaden.
- Friedrichsmeier, Helmut/ Mair, Michael/ Brezowar, Gabriela: Fallstudien - Entwicklung und Einsatz, Erfahrungen und Best-Practice-Beispiele, Linde: Wien.
- Habig, Helmut/ Berninghaus, Jochen: Die Nachfolge im Familienunternehmen ganzheitlich regeln, Springer: Berlin.
- Halter, Frank/ Schröder, Ralf: Unternehmensnachfolge in der Theorie und Praxis - Das St. Galler Nachfolge Modell, Haupt: Bern.
- Kempert, Wolf: Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen - Leitfaden für Unternehmer und Nachfolger, Gabler: Wiesbaden.

WIRTSCHAFTS- WISSENSCHAFTLICHE WAHLPFLICHTMODULE

Modulbezeichnung

Corporate Social Responsibility (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
644	180	6	W	SoSe; WiSe	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	20

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss können die Studierenden wissenschaftlich fundierte moralische Urteile über Strategien und Strukturen von Unternehmen treffen. Sie können selbstständig Sachverhalte, die als moralischer Konflikt (zwischen Moral und Gewinnstreben) wahrgenommen werden, so rekonstruieren, dass moralisch und ökonomisch sinnvolle Strategien und Strukturen entwickelt werden können. Sie können grundlegende Begriffe und Konzepte der Corporate Social Responsibility (CSR) erklären und die die selbstständig erarbeiteten Lösungsvorschläge gegenüber Manager, Medien und anderen Stakeholder argumentativ vertreten. Kurz: Das Modul befähigt Studierende moralische Handlungsweisen für Unternehmen zu entwickeln und diese in den Medien überzeugend zu vertreten.

Inhalte

Im Zentrum des Moduls steht ein ökonomischer Ansatz von Corporate Social Responsibility, mit dem Wege gefunden werden können, Moral und Gewinn füreinander fruchtbar zu machen. Dieser Ansatz bedient sich des ökonomischen Ansatzes, wie er in Deutschland durch die Unternehmensethik von Karl Homann popularisiert wurde. Zentrale Inhalte des Moduls sind: moralische Begründungsfiguren (z.B. Kant, Utilitarismus, Vertragstheorie), deskriptive Ethik, einseitiges und wechselseitiges Gefangenendilemma, moralische Qualität von Markt und Unternehmen, sowie bekannte und neue ‚Skandale‘ aus der Unternehmenspraxis.

Lehrformen

Das Modul ist seminaristischer Unterricht angelegt. Zu den Terminen erarbeiten sich die Studierende eigenständig die relevante Literatur, um diese während der Veranstaltung zu vertiefen und zur Erörterung von konkreten Skandalen und stilisierten Fallstudien anzuwenden. Zum Einsatz kommt auch das von Prof. Meadow's entwickelte Planspiel „Fish Banks, Ltd.“, um die Studierenden für die Schwierigkeiten der Stabilisierung institutioneller Lösungen von sozialen Problemen zu sensibilisieren.

Die Unterrichtsprache ist Englisch.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung; Klausur (60-120 Minuten)

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Verwendung in folgenden Studiengängen: International Management, Wirtschaft, Wirtschaftspsychologie

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Rüdiger Waldkirch

Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen: Aktuelle Ausgaben folgender Lehrbücher und wissenschaftlichen Veröffentlichungen:

-Andrew Crane and Dirk Matten: International Business Ethics

-Archie Carroll: Four Faces of Corporate Citizenship, Business and Society Review

Modulbezeichnung

Geschäftsmodelle in der "Green Economy" (Business modelling for the "green economy") (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
811	180	6	W	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	25

Lernergebnisse

Das Leitbild der „Green Economy“ ist eine international wettbewerbsfähige, umwelt- und sozialverträgliche Wirtschaft und wird von der Deutschen Bundesregierung als „High-Tech-Strategie“ verfolgt. Die Teilnehmer lernen die Rolle von Unternehmen als Akteure in der Green Economy sowie Prinzipien und Instrumente zur Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle kennen und anzuwenden.

Inhalte

Der Wandel zur Green Economy betrifft alle Wirtschaftssektoren – von der Rohstoffwirtschaft über das Bauwesen, verarbeitende Gewerbe bis zum Handel und Dienstleistungssektor. Neben vielfältigen inkrementellen Entwicklungsschritten, etwa bei Effizienzsteigerungen, geht es vor allem darum, Geschäftsmodelle neu oder weiterzuentwickeln und Innovationen unternehmerisch umzusetzen. Dies erfordert häufig ein längerfristiges Denken und die Entwicklung von Langfriststrategien bei den Unternehmen.

Lehrformen

Die Lehrveranstaltung findet als Seminar statt. Die Teilnehmer analysieren selbst die Geschäftsmodelle ausgewählter Unternehmen. Die Ergebnisse werden vorgetragen und anschließend im Plenum diskutiert.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Klausur

Prüfungsvorleistungen

Referat

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Modulbeauftragter

Dipl.-Kfm. Christian Klett

Sonstige Informationen

Modulbezeichnung

Public Relations / Unternehmenskommunikation (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
812	180	6	W	Wintersemester	1

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4	52	128	12

Lernergebnisse

Die Teilnehmer des Seminars lernen theoretische Grundlagen der crossmedialen Öffentlichkeitsarbeit kennen und diese an einem Fallbeispiel umzusetzen.

Inhalte

Öffentlichkeitsarbeit umfasst generell die Kommunikation von Organisationen (z.B. Behörden, Unternehmen) mit externen und internen Anspruchsgruppen. Als „Cross-media“ versteht man die Kommunikation über mehrere inhaltlich, gestalterisch und redaktionell verknüpfte Kanäle (Print, TV, Radio, WWW, Mobilfunk, Soziale Medien). Thema im Unterricht ist die Entwicklung von abgestimmten Auftritten in audiovisuellen, Online- und Printmedien.

Lehrformen

Die Lehrveranstaltung findet als Seminar statt. Im Labor erarbeiten die Teilnehmer in Gruppen themenbezogene Onlineauftritte in einem virtuellen Redaktionssystem. Die Online-Auftritte werden durch selbst zu erstellende Fotos, kurze Videotrailer und entsprechende Informationsbroschüren oder Pressemitteilungen ergänzt.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Portfolio (Lernprozessdokumentation, Erstellung redaktioneller Beiträge)

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Verwendung in folgenden Studiengängen: International Management, Wirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftspsychologie

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Stephan Breide

Sonstige Informationen

Modulbezeichnung

Verhandlungsführung und Vertragsgestaltung (Negotiating and Contract Design) (6 CP)

ID	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
259	180	6	W	SoSe; WiSe	1

Lehrveranstaltungen

	Kontaktzeit (SWS)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Exkursion; Seminar	4	52	128	20

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss kennen die Studierenden die für ein Studium der Betriebswirtschaftslehre hilfreichen Grundlagen einer effektiven Verhandlungsführung und ergebnissichernden Vertragsgestaltung. Sie sind insbesondere in der Lage, die erworbenen Kenntnisse im Beruf auf konkrete Vertragsverhandlungen anzuwenden und auf der Grundlage des Privatrechts zielführende Problemlösungen zu erarbeiten. Die Studierenden können ihre betriebswirtschaftlich geprägte Argumentation gegenüber Vorgesetzten und Kollegen sowie Fachvertretern sachkundig vertreten und im Verfahren weiterentwickeln.

Inhalte

Grundlagen einer effektiver Verhandlungsführung (Phasen der Vertragsverhandlung, Verhandlungsstrategien, Empirie und Harvard-Konzept); ergebnissichernde Vertragsgestaltung und Vertragsabschluss (der Umgang mit schwierigen Verhandlungspartnern, Erkennen und Umsetzen von Zielvorgaben für die Vertragsverhandlung, Gestalten des Verhandlungsrahmens, Grundlagen der Vertragsgestaltung, typische Fallstricke aus der Praxis); Unternehmensplanspiel: Verhandlungsführung und Vertragsgestaltung (Tarifverhandlung).

Lehrformen

Die Lehrveranstaltung findet als Seminar statt, wobei die dargestellten Inhalte anhand ausgewählter Fallstudien und Rollenspiele (Gruppenarbeit) sowie auch konkreter Beispiele aus der Unternehmenspraxis analysiert und vertiefend erörtert werden. Zur Gewährleistung des besonderen Praxisbezugs wird die Veranstaltung regelmäßig von in der Praxis besonders qualifizierten Lehrbeauftragten (Prof. Dr. Volker Verch) durchgeführt.

Hinweis: Die Lehrveranstaltung kann gegebenenfalls auch in englischer oder spanischer Sprache durchgeführt werden!

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: gem. BPO/MPO/FPO

Inhaltlich: Das Modul „Wirtschaftsprivatrecht“ sollte erfolgreich absolviert sein.

Prüfungsformen

Portfolioprüfung

Prüfungsvorleistungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Anteilig gemäß BPO/MPO/FPO

Verwendbarkeit des Moduls

Modulbeauftragter

Prof. Dr. Thomas Knobloch

Sonstige Informationen

Literatur:

FISHER R. / URY, W. / PATTON, B.: Das Harvard-Konzept. Sachgerecht verhandeln – erfolgreich verhandeln, Campus-Verlag; PORTNER, J.: Besser verhandeln. Das Trainingsbuch, Gabal-Verlag.

Für das Lehrmodul wird darüber hinaus auf die grundlegenden privatrechtlichen Rechtsvorschriften verwiesen.

Weitere Literaturempfehlungen und Hintergrundmaterialien werden in der Veranstaltung bekannt gegeben sowie bei Bedarf im Semesterapparat der Bibliothek und/oder im Download-Bereich zur Verfügung gestellt.