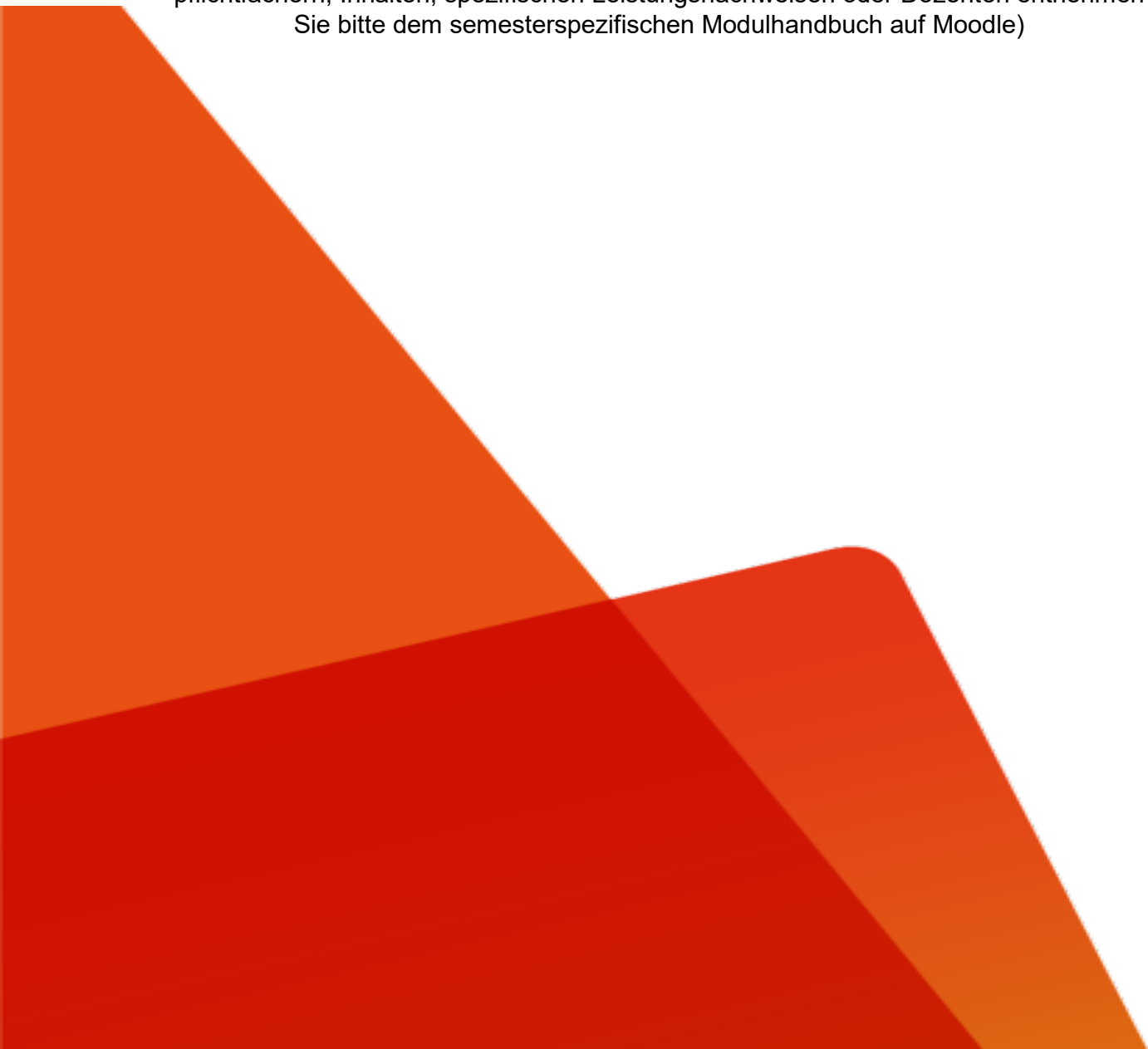


Bachelor
International Management
SPO 2019

MODULHANDBUCH

(Stand Dez 2020 als Überblick über das Studium; eventuelle Änderungen bei Wahlpflichtfächern, Inhalten, spezifischen Leistungsnachweisen oder Dozenten entnehmen Sie bitte dem semesterspezifischen Modulhandbuch auf Moodle)



Inhaltsverzeichnis:

1. Modul- und Stundenübersicht des ersten Studienabschnitts (1. bis 2. Semester)*	4
2. Modul- und Stundenübersicht des zweiten Studienabschnitts (3. bis 7. Semester)*	5
3. Ausbildungsplan für die praktischen Studienzeiten	7
4. Duales Studium	8
5. Modulbeschreibungen	12
1.1 Betriebswirtschaft, Entrepreneurship und Internationales Management Grundlagen	12
1.2 Mikroökonomie	16
1.3 Quantitative Methoden	18
1.4 Digital Transformation & Business Models	20
1.5 Buchführung, nationale und internationale Bilanzierung	22
1.6 Cost Accounting and Cost Management	24
1.7 HR Management & Organisation	26
1.8.1 Chinese I	28
1.8.1 French I	29
1.8.1 Spanish I	30
1.8.2 Chinese II	32
1.8.2 French II	33
1.8.2 Spanish II	34
1.9 Grundpraktikum (8 Wochen)	35
2.1 Marketing & Sales	36
2.2 Corporate Finance	38
2.3 Nationale und internationale Besteuerung	40
2.4 Global Supply Chain Management	42
2.5 Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht	44
2.6.1 Chinese III	46
2.6.1 French III	47
2.6.1 Spanish III	49
2.6.2 Chinese IV	50
2.6.2 French IV	51
2.6.2 Spanish IV	53
2.7 International Strategic Management	54
2.8 International Business Diplomacy and Crosscultural Management	56
2.9 Computerbasierte Statistik	58
2.10 Current Issues in Economics	60
2.11 Global Automotive Industry	62

2.11 Produktentstehung in der Automobilindustrie	64
2.11 Mobilitätstrends und Konzepte	66
2.11 Methoden & Instrumente des Strategischen Controllings	68
2.11 Methoden & Instrumente des Operativen Controllings	70
2.11 Portfoliomanagement – Institutionen, Modellierung und praktische Umsetzung	72
2.11 Unternehmensfinanzierung – Instrumente, Bewertung und Kapitalstruktur	74
2.11 Logistikmanagement.....	76
2.11 Industrielle Logistik und Lean Production.....	78
2.11 Praxisprojekt zur Operational Excellence.....	80
2.11 B2B Vertriebsmanagement und Psychologie der Kommunikation.....	82
2.11 Marktforschung	84
2.11 Marketing Performance mit Produkt und Preis	86
2.11 Digital Marketing	88
2.11 Personal- und Organisationsentwicklung	90
2.11 Human Resource Management	92
2.11 Personal- und Organisationsentwicklung Projekte	94
2.11 CSR and Compliance Management.....	96
2.11 Business Intelligence & Business Analytics	98
2.11 Electronic und Mobile Business	100
2.11 Prozess- und IT-Management.....	102
2.11 Ertragsteuern	104
2.11 Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern.....	105
2.11 Internationales Steuerrecht und unternehmerische Entscheidungen....	107
2.11 Internationale Rechnungslegung	109
2.11 Statik, Festigkeit, Technische Systeme.....	111
2.11 Technologie- und Innovationsmanagement	113
2.11 Entrepreneurship und Geschäftsmodelle	115
2.12 International Project.....	117
2.13 International Business Simulation	119
2.14 Internationales Vertiefungsseminar.....	121
Wahlpflichtmodule: Fachkompetenzen (FW).....	123
2.15 FW: 5-Euro-Business.....	124
2.15 FW: Business Planning (in englischer Sprache).....	126
2.15 FW: Business in Latin America	128
2.15 FW: Existenzgründung und Gründungscoaching	130
2.15 FW: Finanzmathematik mit Modellierung	132

2.15 FW: Grundlagen der Sozialpsychologie	134
2.15 FW: Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	136
2.15 FW: Immobilienmanagement	138
2.15 FW: Kommunikations- und Branddesign	140
2.15 FW: Marketing und Recht	142
2.15 FW: Mathematik I / Wirtschaftsmathematik	144
2.15 FW: Produktionsorganisation	146
2.15 FW: Technology Management (in englischer Sprache).....	148
2.15 FW: Praxis-Reflexion für Dual-Studierende.....	150
Wahlpflichtmodule: Sozialkompetenzen (SW).....	152
2.16 SW: Biographie, Orientierung, Sinn	153
2.16 SW: Chinesische Sprache 1	155
2.16 SW: Chinesische Sprache 2	156
2.16 SW: Intercultural Business Communication	157
2.16 SW: Kommunikation in Krise und Change	158
2.16 SW: Presentation Skills and Academic Writing C1	159
2.16 SW: Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken	161
2.16 SW: Spanisch Business 1	163
2.16 SW: Moderations- und Präsentationstechnik	164
2.16 SW: Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung	165
2.16 SW: Spanisch Business 2	166
Wahlpflichtmodule: Nachhaltigkeitskompetenzen (NW)	167
2.17 NW: Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit	168
2.17 NW: Development Aid Project.....	170
2.17 NW: Values and Consciousness – Werte und Bewusstsein in der Ökonomie	172
2.17 NW: Basics in Sustainability.....	174
2.17 NW: Sustainability in China.....	176
2.17 NW: Sustainability & Philosophical Approaches.....	178
2.18 Projekt „Soziales Engagement“	180
2.19 Seminar Wissenschaftliches Arbeiten	182
2.20 Bachelor Thesis	184
P2.2 Praktisches Studiensemester (20 Wochen)	186
English Refresher 1	188
English Refresher 2 - Writing Skills.....	189

1. Modul- und Stundenübersicht des ersten Studienabschnitts (1. bis 2. Semester)*

Curriculum International Management		1. Semester		2. Semester	
Lfd. Nr.	Modul	SWS	ECTS	SWS	ECTS
1.1	Betriebswirtschaft, Entrepreneurship und Internationales Management Grundlagen		8		
1.1.1	Einführungswoche	2			
1.1.2	Grundlagen der Betriebswirtschaft, des Entrepreneurship und des Internationalen Management	6			
1.2	Mikroökonomie			4	5
1.3	Quantitative Methoden	6	7		
1.4	Digital Transformation & Business Models	4	5		
1.5	Buchführung, nationale und internationale Bilanzierung			6	7
1.6	Cost Accounting and Cost Management	4	5		
1.7	HR Management & Organisation			4	5
1.8.1	Elective Foreign Language I (Spanisch, Französisch oder Chinesisch)	4	4		
1.8.2	Elective Foreign Language II			4	4
1.9	Grundpraktikum (8 Wochen) ¹				10
	Summe	26	29	18	31
ohne	English Refresher 1 ²	2	ohne		
ohne	English Refresher 2 ²	2	ohne		

* In Verbindung mit dem Grundpraktikum und dem praktischen Studiensemester weist der Studiengang 210 ECTS auf. Details sind in der Anlage zur gültigen Studien- und Prüfungsordnung festgelegt. Diese finden Sie [hier](#).

¹ Das Grundpraktikum kann insgesamt am Ende des 2. Semesters abgeleistet werden oder in zwei Teilen zu je 4 Wochen nach dem 1. und 2. Semester. Es muss bis spätestens zu Beginn des 4. Semesters abgeleistet sein.

² Optionales Zusatzangebot zur Auffrischung und Verbesserung der Englischkenntnisse, ohne Vergabe von ECTS.

2. Modul- und Stundenübersicht des zweiten Studienabschnitts (3. bis 7. Semester)*

Curriculum International Management		3. Semester		4. Semester		5. Semester ³		6. Semester ⁴		7. Semester	
Lfd. Nr.	Modul	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS
2.1	Marketing & Sales	4	5								
2.2	Corporate Finance	4	5								
2.3	Nationale und internationale Besteuerung	4	5								
2.4	Global Supply Chain Management	4	5								
2.5	Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht	4	5								
2.6.1	Elective Foreign Language III	4	4								
2.6.2	Elective Foreign Language IV			4	4						
2.7	International Strategic Management			4	5						
2.8	International Business Diplomacy & Crosscultural Management			4	6						
2.9	Computerbasierte Statistik			4	5						
2.10	Current Issues in Economics					4	6				
2.11	Studienschwerpunktmodul I + II			2x4	2x6						
2.11	Studienschwerpunktmodul III									4	6
2.12	International Project					4	5				
2.13	International Business Simulation									3	5
2.14	Internationales Vertiefungsseminar									4	5
2.15	Wahlpflichtmodul Fachkompetenzen I - III					3x2	9				
2.16	Wahlpflichtmodul Sozialkompetenzen					2	3				
2.17	Wahlpflichtmodul Nachhaltigkeitsk.					2	3				
2.18	Projekt „Soziales Engagement“					2	3				
2.19	Seminar Wissenschaftliches Arbeiten	2	2								
2.20	Bachelorarbeit										12
2.2	Praktisches Studiensemester (20 Wochen) ⁴								30		
	Summe	26	31	24	32	20	29		30	11	28

* In Verbindung mit dem Grundpraktikum und dem praktischen Studiensemester weist der Studiengang 210 ECTS auf. Details sind in der Anlage zur gültigen Studien- und Prüfungsordnung festgelegt. Diese finden Sie [hier](#).

³ Theoretisches Auslandssemester

⁴ Praktisches Studiensemester (20 Wochen): Das praktische Studiensemester findet in den jeweiligen Unternehmen im nicht-deutschsprachigen Ausland statt (siehe Ausbildungsplan für die praktischen Studienzeiten auf S. 7).

Um eine intensive Auslandserfahrung sicherzustellen, wird dringend empfohlen, das theoretische und das praktische Auslandssemester en bloc, d.h. innerhalb eines Jahres abzuleisten.

3. Ausbildungsplan für die praktischen Studienzeiten

I. Grundpraktikum: 10 ECTS

Zeitlicher Umfang: 8 Wochen (auch aufteilbar in 2x4 Wochen)
Zeitliche Lage: 1. Studienabschnitt: während der vorlesungsfreien Zeiten des 1. Studienabschnitts bis spätestens zu Beginn des 4. Semesters

Ausbildungsziel:

Überblick über die Arbeitsweisen in den kaufmännischen Bereichen eines internationalen Unternehmens. Einblick in die Komplexität betriebswirtschaftlicher Vorgänge. Kenntnis zeitgemäßer Arbeitsverfahren zur Lösung kaufmännischer Aufgaben. Hinführung zu betriebswirtschaftlicher Handlungskompetenz.

Ausbildungsinhalt:

Die Studierenden sollen möglichst in zwei kaufmännischen Tätigkeitsbereichen eines internationalen Unternehmens eingesetzt und dort an selbständiges, eigenverantwortliches Handeln herangeführt werden.

II. Praktisches Studiensemester: 30 ECTS

Zeitlicher Umfang: 20 Wochen
Zeitliche Lage: 2. Studienabschnitt: vorgesehen ist das 6. Semester im Anschluss an das theoretische Auslandssemester

Ausbildungsziel:

Hinführung an die Tätigkeiten eines Bachelorabsolventen in einem internationalen Unternehmen durch selbständige Mitarbeit an betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen sowie Erwerb von Problemlösungskompetenz. Das Auslandspraktikum muss im nicht-deutschsprachigen Ausland abgeleistet werden.

Ausbildungsinhalt:

Die Studierenden sollen an Aufgaben mitarbeiten und Teilaufgaben selbständig und selbstverantwortlich ausführen, deren Schwierigkeitsgrad beim Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Bachelorabsolvent in einem internationalen Unternehmen angemessen ist.

4. Duales Studium

Der Studiengang wird in Kooperation mit Unternehmen für Verbundstudierende, die parallel zum Studium an der Technischen Hochschule Ingolstadt eine einschlägige praktische Berufsausbildung absolvieren, sowie für Studierende mit vertiefter Praxis angeboten.

Verbundstudium und Studium mit vertiefter Praxis

Das Duale Studium ermöglicht eine Kombination aus praktischen Ausbildungselementen in einem Unternehmen und theoretischer Ausbildung an der Hochschule. Dabei kann entweder das Verbundmodell (Studium & Berufsausbildung) oder das Studium mit vertiefter Praxis (Studium und intensive Praxisphasen) gewählt werden. Für den Studiengang mögliche Ausbildungsberufe für das Verbundstudium sind z.B. Eurokaufmann/-kauffrau. Der Vorteil für Studierende: Mit einer praxisnahen akademischen Ausbildung gestaltet sich der Übergang von Studium in den Beruf meist fließend. Darüber hinaus wird die/der Studierende vom jeweiligen Unternehmen in der Regel finanziell vergütet.

Weitere Infos zu den beiden Modellen erhalten Sie hier:

<https://www.thi.de/studium/studienangebote/duales-studium/so-funktioniert-das-duale-studium/>

Im Studiengang International Management werden beide Studienmodelle angeboten. Der Einstieg im Unternehmen beginnt im Modell **Verbundstudium** unternehmensabhängig zum Teil bereits mehrere Monate vor dem ersten Semester. Mit Beginn des Studiums wechseln Theorie (Semesterzeiten) und Praxis (vorlesungsfreie Zeit sowie Praxissemester) einander ab.

Im Gegensatz zum Verbundstudium wird im **Studium mit vertiefter Praxis** keine Berufsausbildung parallel zum Studium absolviert. Jedoch werden auch hier Grundpraktikum und Praxissemester im Dualunternehmen absolviert sowie während der weiteren vorlesungsfreien Zeit immer wieder Praxisphasen im Dualunternehmen verbracht.

Für das duale Studium ist sowohl eine Bewerbung beim Unternehmen als auch an der Hochschule erforderlich. Beide Studienmodelle weisen eine enge inhaltliche Verzahnung zwischen Theorie und Praxis auf.

Verzahnung mit dem Praxisunternehmen

Entsprechend dem übergreifenden Konzept der THI zur Gestaltung des Dualen Studiums erfolgt die systematische Verzahnung der Lernorte Hochschule und Betrieb anhand von drei grundlegenden Aspekten (rechtliche/vertragliche Verzahnung, organisatorische Verzahnung, inhaltliche Verzahnung).

1. Rechtliche/vertragliche Verzahnung:

Den Besonderheiten des Dualen Studium wird in §17 (3) und §18 (5) der APO sowie §8b der Immatrikulationssatzung der THI Rechnung getragen. Entsprechend ist:

- bei der Immatrikulation an der THI der Ausbildungsvertrag (Verbundstudium) oder Bildungsvertrag (vertiefte Praxis) mit dem Dual-Unternehmen spätestens bis Ende des 2. Fachsemesters vorzulegen.
- Ist das Unternehmen bisher kein Dual-Partner der THI, so ist ein Erhebungsbogen durch das Unternehmen auszufüllen und einzureichen. Nähere Infos dazu siehe:

<https://www.thi.de/service/duales-studium-informationen-fuer-unternehmen>

2. Organisatorische Verzahnung:

Die organisatorische Verzahnung wird durch regelmäßige Kontakte zwischen den Dual Studierenden, den Dual Studierenden und der THI sowie der THI und den dualen Praxispartner sichergestellt. Institutionalisiert sind folgende Kontaktpunkte:

- im 1. Semester ein Informations- und Austauschtreffen für alle neuen Dual Studierenden durch den/die Studiendekan/in der Fakultät
- einmal jährlich ein Treffen aller Dual Studierenden im Studiengang organisiert durch den/die Studiengangleiter/in
- einmal jährlich ein Symposium für Dual-Unternehmen organisiert durch den Career Service der THI („Forum Dual“)

Der/die Studiengangleiter/in ist Ansprechpartner für das gesamte duale Studium und fungiert als Mentor für die Dual Studierenden.

3. Inhaltliche Verzahnung

Die inhaltliche Verzahnung soll gewährleisten, dass die Inhalte des Studiums im Unternehmen anwendbar sind und die praktische Tätigkeit andererseits im Studium reflektiert wird. Sichergestellt wird dies durch ein studiengangspezifisches Modell, das für Verbundstudium und vertiefte Praxis identisch ausgestaltet ist. Im Studiengang International Management werden folgende Module inhaltlich verzahnt:

Modul-Nr.	Modultitel	Art der inhaltlichen Verzahnung		SWS	ECTS
1.1.1	Einführungswoche	Im Rahmen des Moduls findet eine Exkursion mit einer anschließenden Betriebsanalyse statt. Die Dual-Unternehmen werden nach Möglichkeit als Exkursionspartner eingebunden. Die Betriebsanalyse erfolgt entsprechend zum jeweiligen Dual-Unternehmen. Ebenso findet ein separater Termin nur für Dual Studierende statt, indem der/die Studiendekan/in Informationen zum Dualen Studium gibt, aber auch die bisherigen Praxiserfahrungen aus dem Dual-Unternehmen durch die Studierenden reflektiert werden.	PF	2	2
1.9	Grundpraktikum (8 Wochen)	Das Grundpraktikum wird im Dual-Unternehmen abgeleistet, sofern es nicht bereits durch eine erfolgte kaufmännische Ausbildung angerechnet wurde. Es ist ein Praxisbericht zu erfassen, der die inhaltliche Verzahnung zwischen Studium und Praktikum aufzeigt und der vom Praktikumsbeauftragten des Studiengangs geprüft wird.	PF		10
2.12	International Project	Dual-Unternehmen werden dazu aufgefordert, Projektthemen in das Modul einzubringen, die von den Dual-Studierenden bearbeitet werden.	WPF	4	5
2.15	Module zur Fachwissenschaftlichen Kompetenz	Den Dual-Studierenden wird dringend empfohlen, das Modul „Praxis Reflexion für Dual-Studierende“ zu belegen. Es wird speziell für Dual Studierende aus allen Studiengängen der THI Business School angeboten. Im Modul werden die Praxisphasen kritisch hinterfragt, indem theoretisch Erlerntes aus dem Studium mit den Prozessen/Werkzeugen/Handlungen im Unternehmen in Verbindung gebracht werden. Zudem werden die Dual Studierende dazu angeleitet, Themenstellungen für ihre Projekte oder die Bachelorarbeit im Dual Unternehmen zu generieren.	WPF	2	3
2.13	International Business Simulation	Die Dual-Studierenden werden im Rahmen des Planspiels, welches im Studiengang als praxisbegleitende Lehrveranstaltung fungiert, in eigenen Unterteams gebündelt, wenn es die Anzahl der Teilnehmer zulässt. Sie erfüllen innerhalb der lessons learnt zusätzlich die Aufgabe, die Spielsituation im Vergleich zur Praxissituation – wie sie sie aus den Dual-Unternehmen kennen – zu reflektieren. Es erfolgt hierzu eine schriftliche Ausarbeitung in ppt sowie eine kurze Präsentation im Kurs im Rahmen der Hauptversammlung.	PF	3	5
2.20	Bachelorarbeit	Die Bachelorarbeit ist zwingend im Praxisunternehmen abzuleisten (§18 (5) APO). Der Betreuer steht im wissenschaftlichen Austausch mit dem Unternehmen. Die Ergebnisse der Arbeit sind dem betreuenden Professor und dem Unternehmen vorzustellen.			12
P2.2	Praktisches Studiensemester (20 Wochen)	Das Praxissemester ist zwingend im Praxisunternehmen abzuleisten. Es ist ein Praxisbericht zu verfassen, der die inhaltliche Verzahnung zwischen Studium und Praktikum aufzeigt und der vom Praktikumsbeauftragten des Studiengangs geprüft wird.	PF		30
Summe					67

Darüber hinaus findet eine punktuelle Verzahnung mit den Dual-Unternehmen statt, wo Bedarf von deren Seite besteht:

- Projekte oder vorlesungsbegleitende Praktika im Rahmen des Studiums können (wo nicht bereits fest verankert) in Kooperation mit Dual-Partnern durchgeführt werden, wenn sich Dual Partner hierfür anbieten.

- Dual-Unternehmen bringen Experten als Lehrbeauftragte oder Gastdozenten in den Studiengang ein.

5. Modulbeschreibungen

1.1 Betriebswirtschaft, Entrepreneurship und Internationales Management Grundlagen						
Module Title	Betriebswirtschaft, Entrepreneurship und Internationales Management Grundlagen			Module No	1.1	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	IG_Einführungswoche: <u>Habermann, Mandy</u> ; Gmelch, Oliver IG_BAEIM: Eichinger-Stellner, Felizitas; <u>Augsdörfer, Peter</u>					
Language of instruction	Einführungswoche: Deutsch BWL Grundlagen: Deutsch Entrepreneurship: Deutsch Internationale Grundlagen: Englisch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester nur Wintersemester					
Parts of the module	1.1.1 Einführungswoche (IG_Einführungswoche) 1.1.2 Grundlagen der Betriebswirtschaft, des Entrepreneurship und des Internationalen Management (IG_BAEIM)					
Learning methods	1.1.1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung 1.1.2: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Das Bestehen der Prüfung von Modul 1.1.1 ist Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung von Modul 1.1.2.					
Prerequisite of attendance	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Das gesamte Modul ist eine wichtige Voraussetzung, um die betriebswirtschaftlichen Module ab Semester 2 zu verstehen. Das Modul kann für das Entrepreneurship Zertifikat eingebracht werden. Beide Teil-Module können für den entsprechenden Kurs im Studiengang „Global Economics and Business Management“ eingebracht werden.					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	8	8	93 h	0 h	107 h	200 h
Method of assessment / Requirements for credit points	1.1.1 Präsentation (15-30 min), mit Erfolg/ ohne Erfolg abgelegt 1.1.2 schrP120 – schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Objectives	Einführungswoche: Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • können betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken anwenden wie z.B. Lernorganisation, Zeit- und Selbstmanagement, Problemlösungstechniken. • können Rechertechniken ausführen und anwenden. • kennen erste Grundlagen zum Thema Betriebswirtschaft und zu den Unternehmensfunktionen. Für Dual Studierende gilt zusätzlich:					

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Dual-Studierenden erkennen die Besonderheiten im Dualen Studium und haben einen Überblick über die inhaltliche Verzahnung von Lernort Betrieb und Hochschule. • Sie tauschen sich über ihre bisherigen Erlebnisse aus und sind in der Lage, das Zusammenspiel zwischen theoretischem Wissen und praktische Erfahrungen im Unternehmen zu erkennen. • Sie sind in der Lage, das wesentliche Betriebswirtschaftliche Instrumentarium zur Analyse von Unternehmen am Beispiel ihres Dual Unternehmens anzuwenden. <p>Betriebswirtschaft:</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aussagen über Erkenntnisobjekt, theoretische Ansätze und die Differenzierung der Betriebswirtschaftslehre treffen. • Unternehmen als Träger des Wirtschaftens anhand unterschiedlicher Kriterien klassifizieren. • die Aufgaben der betrieblichen Funktionsbereiche benennen und ihr Zusammenwirken erkennen. • die Abhängigkeit unternehmerischer Entscheidungen von der wirtschaftlichen, juristischen, politischen, gesellschaftlichen und ökologischen Umwelt-situation erkennen. <p>Entrepreneurship:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen die Notwendigkeit von unternehmerischen Lösungen für tägliche Herausforderungen. • Sie kennen und verstehen die Komponenten eines Business Models. • Die Studierenden sind in der Lage, zwischen tragfähigen und nicht-tragfähigen Business Modellen zu unterscheiden. <p>Internationale Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students understand the differences of a national, multinational, international and global company. • Students understand why and how companies go abroad. • Students know the opportunities and risks of internationalization.
<p>Content</p>	<p>Einführungswoche:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die betriebswirtschaftlichen Grundlagen (Prof. Dr. Mandy Habermann) • Einführung in die betriebswirtschaftlichen Lern- und Arbeitstechniken (Frau Martina Laufer-Huber) • Betriebswirtschaftliche Recherchetechniken und Wissensmanagement (Doris Schneider, Beatrice Baldarelli) • Betriebliche Praxis: Exkursion zur Unternehmensanalyse (Prof. Dr. Mandy Habermann), Dual Studierende werden ihrem Dual Unternehmen zugeordnet, wenn diese eine Exkursion aufnehmen können. • Unternehmensanalyse (Prof. Dr. Mandy Habermann). Dual Studierende vollziehen die Unternehmensanalyse anhand ihres Dual Unternehmens, wenn eine Exkursion dorthin möglich ist. <p>Für Dual Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Austauschtreffen der Erstsemester Dual Studierenden mit gesondertem Termin (K. Schmidt) <p>Betriebswirtschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe, Theorieansätze und Einteilung der Betriebswirtschaftslehre • Die Betriebswirtschaftslehre als Managementlehre • Unternehmensziele und betriebswirtschaftliche Unternehmenskennzahlen • Unternehmen und ihre Umwelt • Konstitutive Entscheidungen von Unternehmen • Rechtsformen von Unternehmen • Unternehmenskooperationen und -konzentrationen

	<ul style="list-style-type: none"> • Sanierung, Insolvenz und Liquidation von Unternehmen • Betriebliche Grundfunktionen: Material-, Produktions- und Absatzwirtschaft • Betriebliche Querschnittsfunktionen: Personal-, Kapital-, Organisations- und Informationswirtschaft • Abwicklung von Geschäftsprozessen <p>Entrepreneurship: Im Kurs beschäftigen wir uns mit verschiedenen Perspektiven auf das Thema Entrepreneurship (z.B. auch Sicht der Regierung, Gesellschaft, VCs, Unternehmen, Unternehmern). Grundlegende Konzepte, Theorien und Begrifflichkeiten werden erklärt und im Unterricht diskutiert. Anhand praktischer Beispiele werden grundlegende Entrepreneurship-Werkzeuge erklärt.</p> <p>Internationale Grundlagen: The course examines the relevance and dimensions as well as the foundations and principles of international management. Further contents are</p> <ul style="list-style-type: none"> • The development of globalization and the history of international trade • Internationalization motives for companies • Internationalization theories • Globalization strategies • Market entry strategies • Opportunities and risks of internationalization • Current trends & challenges
Hint	<p>Einführungswoche: Anwesenheit erforderlich. Prüfung (Präsentation) findet am Ende der Einführungswoche statt. Das Bestehen der Prüfung von Modul 1.1.1 ist Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung von Modul 1.1.2 Grundlagen der Betriebswirtschaft, des Entrepreneurship und des Internationalen Management.</p>
Literature	<p>1.1.1: <i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • JUNG, Hans, 2016. <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>. 13. Auflage. Berlin: de Gruyter Oldenbourg. ISBN 978-3-486-76376-8, 978-3-486-98943-4 • THOMMEN, Jean-Paul, ACHLEITNER, Ann-Kristin, 2017. <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht</i> [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. Verfügbar unter: http://dx.doi.org/10.1007/978-3-8349-3844-2. • VAHS, Dietmar und Jan SCHÄFER-KUNZ, 2015. <i>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</i>. 7. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7992-6997-1, 978-3-7910-3456-0 • HILL, Charles W. L., 2014. <i>International business: competing in the global marketplace</i>. 10th edition. New York, NY: McGraw Hill. ISBN 978-0-07-716358-7; 0-07-716358-3; 978-0-07-716359-4; 978-0-07-716378-5; 978-0-07-716379-2; 978-0-07-715895-8; 0-07-715895-4 • DANIELS, John Day, Lee H. RADEBAUGH und Daniel P. SULLIVAN, 2015. <i>International business: environments and operations</i>. 15th edition. Boston, Mass. [u.a.]: Pearson. ISBN 978-0-273-76695-7, 0-273-76695-3 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p> <p>1.1.2: <i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • JUNG, Hans, 2010. <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>. 12. Auflage. München: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-59211-5, 3-486-59211-4 • THOMMEN, Jean-Paul und Ann-Kristin ACHLEITNER, 2012. <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht</i>. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-3416-1, 3-8349-3416-X

	<ul style="list-style-type: none">• FALTIN, Günter, 2017. <i>Kopf schlägt Kapital: die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen: von der Lust, ein Entrepreneur zu sein</i>. München: dtv. ISBN 978-3-423-34913-0; 3-423-34913-1 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• GASSMANN, O., K. FRANKENBERGER und M. CSIK, 2013. <i>Geschäftsmodelle entwickeln</i>. München: Hanser.• OSTERWALDER, A. und andere, 2015. <i>Value Proposition Design</i>. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Campus-Verlag.
--	--

1.2 Mikroökonomie						
Module Title	Mikroökonomie			Module No	1.2	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Ruschinski, Monika</u>					
Language of instruction	Deutsch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester nur Sommersemester					
Parts of the module	Mikroökonomie (IG_Micro)					
Learning methods	1.2: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Keine					
Prerequisite of attendance	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Das Modul kann im B.A. Betriebswirtschaft für das Modul 1.3 Mikroökonomik angerechnet werden. Das Modul kann für den entsprechenden Kurs im Studiengang „Global Economics and Business Management“ eingebracht werden. Es ist Voraussetzung für das Modul 2.10 Current Issues in Economics.					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Objectives	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Unterschied zwischen Angebots- und Nachfrageveränderungen erkennen. • Nachfrage- und Angebotsänderung hinsichtlich der Wirkungen auf Absatz, Preise und Umsätze beurteilen. • die wohlfahrtsökonomische Analyse auf Steuern, Subventionen, Exporte und Importe anwenden. • Kostenarten und -verläufe unterscheiden und interpretieren. • verschiedenen Marktformen definieren und das unterschiedliche Marktverhalten der Unternehmen erkennen und analysieren. • optimale Produktionsentscheidungen vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation vorbereiten und implementieren. • die Notwendigkeit von Staatseingriffen erkennen und beurteilen. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Die "Grundgesetze" der VWL • Theorem der komparativen Kosten • Bestimmungsfaktoren von Angebot / Nachfrage, Elastizitäten, Steuern / Subventionen • Wohlfahrtsökonomische Betrachtung der Märkte, insbesondere von Steuern, Subventionen und Freihandel • Preis- und Marktverhalten von Unternehmen: Kostenfunktion, Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistischer Wettbewerb • Der öffentliche Sektor: Externe Effekte und Umweltpolitik, Öffentliche Güter 					
Hint						

<p>Literature</p>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • MANKIW, N. Gregory und Mark P. TAYLOR, 2018. <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>. 7. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-4142-1 • HERRMANN, Marco und Nicholas Gregory MANKIW, 2016. <i>Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>. 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3600-7 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • PINDYCK, Robert S. und Daniel L. RUBINFELD, 2018. <i>Mikroökonomie</i>. 9. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-8689-4352-8
--------------------------	--

1.3 Quantitative Methoden						
Module Title	Quantitative Methoden			Module No	1.3	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Clostermann, Jörg; <u>Habermann, Mandy</u> ; Ulrichshofer, Anna					
Language of instruction	Deutsch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester nur Wintersemester					
Parts of the module	Quantitative Methoden (IG_QM)					
Learning methods	1.3: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Keine					
Prerequisite of attendance	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Der Kurs kann für den entsprechenden Kurs im Studiengang „Global Economics and Business Management“ eingebracht werden					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	6	7	70 h	0 h	105 h	175 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Objectives	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • die für das mittlere und höhere Management erforderlichen statistisch-mathematischen Methoden überblicken. • Zins- und Zinseszinsrechnungen durchführen. • einen Sparplan differenziert nach Einzahlungsrythmus und Einzahlungsdauer aufstellen. • einen Rentenplan differenziert nach Einzahlungsrythmus und Einzahlungsdauer aufstellen. • eine Barwertberechnung durchführen. • einen Tilgungsplan differenziert nach Einzahlungsrythmus und Einzahlungsdauer aufstellen. • die grundlegenden Methoden der deskriptiven Statistik anwenden. • die Relevanz der Konzepte der deskriptiven Statistik für Probleme der Praxis erkennen. • Methoden der deskriptiven Statistik angemessen einsetzen und die Ergebnisse fundiert bewerten. • verschiedene Lage- und Streuungsparameter berechnen und interpretieren. • eine Konzentrationsberechnung durchführen und interpretieren. • Zusammenhangsmaße für nominale, ordinale und metrische Merkmale berechnen und interpretieren. • eine multiple Korrelations-/Regressionsberechnung durchführen, selektieren und interpretieren. • Zufallsprozesse mit Hilfe der Wahrscheinlichkeitsrechnung analysieren. • Zufallsvariablen durch Wahrscheinlichkeits- und Verteilungsfunktion definieren. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • stochastische Modelle und spezielle Verteilungen adäquat einsetzen. • die grundlegenden Methoden der induktiven Statistik anwenden. • Methoden der induktiven Statistik angemessen einsetzen und die Ergebnisse fundiert bewerten.
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Exponentialfunktion • Logarithmus • Zins- und Zinseszinsrechnungen • Renten und Barwertberechnung • Annuitätentilgung und Tilgungsrechnung • Grundlegende Begriffe der deskriptiven Statistik, insbesondere Merkmale, Merkmalsausprägung, Skalierung, empirische Verteilungen, Häufigkeiten, Analysemethoden • Beschreibung und Analyse von Daten • Mittelwerte, Streuungsmaße, Konzentrationsmaße, Korrelationsmaße, Indexzahlen, Zeitreihenanalyse • Lineare Einfachregression • Multiple Regression • Grundlagen der Wahrscheinlichkeitstheorie • Konzeptionen und Wahrscheinlichkeitskalkulationen • Zufallsvariablen und Verteilungen von Zufallsvariablen • Stochastische Modelle und spezielle Verteilungen • Parameterschätzungen und Hypothesentests
Hint	
Literature	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • TIETZE, Jürgen, 2015. <i>Einführung in die Finanzmathematik</i>. 12. Auflage. Wiesbaden: Springer. ISBN ISBN: 978-3-658-07156-1; 3-658-07156-7; 978-3-658-07157-8 • BOURIER, Günther, 2018. <i>Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik: praxisorientierte Einführung; mit Aufgaben und Lösungen</i>. 9. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN Softcover ISBN 978-3-658-07480-7, eBook ISBN 978-3-658-07481-4, DOI 10.1007/978-3-658-07481-4 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • TIETZE, Jürgen, 2015. <i>Übungsbuch zur Finanzmathematik</i>. 8. Auflage. Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-658-09073-9; 978-3-658-09074-6 • PURKERT, Walter, 2014. <i>Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler</i>. 8. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8348-2325-0; 978-3-8348-1932-1 • LUDERER, Bernd, 2015. <i>Starthilfe Finanzmathematik</i>. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-658-08425-7; 978-3-658-08424-0 • BÄRTL, Matthias, 2017. <i>Statistik Schritt für Schritt</i>. ISBN ISBN-10: 1520186835, ISBN-13: 978-1520186832 • BÄRTL, Matthias, 2017. <i>Klausur-Coach Statistik</i>. ISBN ISBN-10: 1520453531, ISBN-13: 978-1520453538 • BOURIER, Günther, 2014. <i>Statistik-Übungen: beschreibende Statistik, Wahrscheinlichkeitsrechnung, schließende Statistik</i> [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-05994-1, 978-3-658-05995-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-05995-8. • SCHIRA, Josef, 2016. <i>Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis</i>. 5. Auflage. München: Pearson. ISBN 9783868942996 • WEWEL, Max-Christoph, 2014. <i>Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL: Methoden, Anwendungen, Interpretation; [mit herausnehmbarer Formelsammlung]</i>. 3. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-220-0, 3-86894-220-3

1.4 Digital Transformation & Business Models						
Module Title	Digital Transformation & Business Models			Module No	1.4	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Becker, Thomas; Faulbacher, Michael					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Digital Transformation & Business Models (IG_DT&BM)					
Learning methods	1.4: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None					
Prerequisite of attendance	Knowledge beyond the university entrance qualification is not required. An in-depth study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Provides essential knowledge if students choose the corresponding major of studies. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> • have a basic understanding of the effects of digitalization on individuals, the society and firms. • know exemplary digital business models and are aware of the core principles to build them. • understand the challenge of digital transformation for traditional companies. • understand the importance of entrepreneurship. • are able to create, scope and document a simple digital business model with instruments like the business model canvas. • utilize common office software to solve common tasks (e.g. business case generation). • achieve their first piece of the Entrepreneurship Certificate (basic level). 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Digitization, Digitalization, Digital Transformation • Digital transformation in practice • Business Model Canvas • Operating Model Canvas • Pitches 					
Hint						
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • RIES, Eric, 2011. <i>The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses</i>. New York: Crown Business. ISBN 978-0-307-88789-4, 978-0-307-88791-7 					

	<ul style="list-style-type: none">• OSTERWALDER, Alexander and Yves PIGNEUR, 2010. <i>Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers</i>. Hoboken, NJ: Wiley. <p><i>Recommended:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• ROGERS, David L., 2016. <i>The digital transformation playbook: rethink your business for the digital age</i>. New York: Columbia Business School Publishing. ISBN 978-0-231-17544-9
--	--

1.5 Buchführung, nationale und internationale Bilanzierung						
Module Title	Buchführung, nationale und internationale Bilanzierung			Module No	1.5	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Habermann, Mandy; Zellner, Elisabeth					
Language of instruction	Deutsch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester nur Sommersemester					
Parts of the module	Buchführung, nationale und internationale Bilanzierung (IG_Acc)					
Learning methods	1.5: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Keine					
Prerequisite of attendance	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Keine					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	6	7	70 h	0 h	105 h	175 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Objectives	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Aufgaben der Buchführung, können wesentliche Geschäftsvorfälle verbuchen sowie Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung erstellen. • kennen die Aufgaben der handels- und steuerrechtlichen sowie der IFRS-Rechnungslegung. • kennen die Grundzüge der Konzernrechnungslegung im internationalen Kontext und wesentliche Regelungen gem. IFRS. • kennen die Unterschiede der Rechnungslegung gem. HGB und gem. IFRS und sind in der Lage, wesentliche Konsequenzen daraus abzuleiten. • kennen die Instrumente der Bilanzierung und Bewertung gem. HGB und IFRS. • können einzelne Jahresabschlussposten unter Berücksichtigung der nationalen und der IFRS-Rechnungslegungsstandards bilanzieren und bewerten. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Buchführung und Rechnungslegung • Internationale Rechnungslegung, insbesondere Rechnungslegung gem. IFRS • wesentliche Ansatz-, Ausweis- und Bewertungsvorschriften der Rechnungslegung gem. HGB und IFRS • weitere Bestandteile des Jahresabschlusses bzw. der externen Rechnungslegung gem. HGB und IFRS • Unterschiede in der Rechnungslegung gem. HGB und IFRS 					
Hint						
Literature	<i>Verpflichtend:</i>					

	<ul style="list-style-type: none"> • BUCHHOLZ, Rainer, 2017. <i>Internationale Rechnungslegung: die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und HGB – mit Aufgaben und Lösungen</i>. 13. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. ISBN 978-3-503-17423-2 • FLEISCHER, Holger, 2018. <i>Handelsgesetzbuch: mit Einführungsgesetz, Publizitätsgesetz und Handelsregisterverordnung: Textausgabe</i>. 63. Auflage. München: dtv. ISBN 978-3-406-72202-8, 978-3-423-05002-9 • DÖRING, Ulrich und Rainer BUCHHOLZ, 2018. <i>Buchhaltung und Jahresabschluss</i>. 15. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. ISBN 978-3-503-17743-1 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • PELLENS, Bernhard et. al., 2017. <i>Internationale Rechnungslegung: IFRS 1 bis 16, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe: mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie</i>. 10. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3662-5 • BUCHHOLZ, Rainer, 2016. <i>Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS: mit Aufgaben und Lösungen</i>. 9. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5189-4 • BORNHOFEN, Manfred und Martin C. BORNHOFEN, 2018. <i>Buchführung 1</i>. 30. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-21693-1; 3-658-21693-X
--	---

1.6 Cost Accounting and Cost Management

Module Title	Cost Accounting and Cost Management	Module No	1.6			
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Schmidt, Karin					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Cost Accounting and Cost Management (IG_CA&CM)					
Learning methods	1.6: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None					
Prerequisite of attendance	Knowledge beyond the university entrance qualification is not required. An in-depth study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Provides essential knowledge if students choose the corresponding major of studies (Controlling und Finance). The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • distinguish between financial accounting and cost accounting. • apply the appropriate vocabulary when talking about cost and pricing. • know about differences in cost accounting of German and angloamerican systems. • calculate the cost per product and know how to detect cost inefficiencies. • explain different cost management techniques and know which one to apply in specific situations. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Principles of cost accounting and cost management • Cost accounting: <ul style="list-style-type: none"> ○ cost accounting techniques in different countries ○ process costing ○ cost center accounting ○ calculating the cost per product and per period ○ pricing a product • Cost accounting systems and cost management techniques: <ul style="list-style-type: none"> ○ contribution margins ○ cost-volume-profit relationships ○ activity based costing ○ target costing ○ principles of planning and budgeting 					
Hint						

<p>Literature</p>	<p><i>Complusory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • DATAR, Srikant M. and Madhav V. RAJAN, 2018. <i>Horngren's cost accounting: a managerial emphasis</i>. 16th edition. Harlow, England: Pearson. ISBN 978-1-292-21161-9 • DRURY, Colin, 2018. <i>Management and cost accounting</i>. 10th edition. Andover: Cengage. ISBN 978-1-4737-4887-3, 1473748879 <p><i>Recommended:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • CAREY, Mary, Cathy KNOWLES and Jane TOWERS-CLARK, 2017. <i>Accounting: a smart approach</i>. 2nd edition. Oxford: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-874513-6 • SCHMIDT, Andreas, 2017. <i>Kostenrechnung: Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements</i>. 8. edition. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. ISBN 978-3-17-032175-5, 3-17-032175-7 • COENENBERG, Adolf G., Thomas M. FISCHER and Thomas GÜNTHER, 2016. <i>Kostenrechnung und Kostenanalyse</i>. 9. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH. ISBN 978-3-7910-3613-7
--------------------------	---

1.7 HR Management & Organisation						
Module Title	HR Management & Organisation		Module No	1.7		
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Lieske, Claudia</u>					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only summer term					
Parts of the module	HR Management & Organisation (IG_HR&Orga)					
Learning methods	1.7: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None					
Prerequisite of attendance	Knowledge beyond the university entrance qualification is not required. An in-depth study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	The course may be accredited for the corresponding module 1.14 in B.A. Business Administration as well as 1.11 B.A. Global Economics and Business Management. The contents are basic for further courses of social competences 2.16 as well as the corresponding major of studies (HR Management and CSR)					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	seminar paper					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know about the extraordinary influence of HR in international companies. • have a decent overview of HR management and organisation as well as different practices to lead and motivate people. <p>The students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • master challenges in HR related topics. • are able to make decisions for different organisational structures and see the impacts on leadership. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Basics in HR Management and Strategic HR Management • Globalisation of HR • Aspects of labour law • Functions and tasks within HR management like staffing, development and performance management in the multinational context • Theories of leadership • International HR Management & Culture 					
Hint						
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • DOWLING, Peter J., Marion FESTING and Allen D. ENGLE, 2017. <i>International Human Resource Management</i>. 7th edition. Andover: Cengage Learning. ISBN 978-1473719026 <p><i>Recommended:</i></p>					

	<ul style="list-style-type: none"> • BERTHEL, Jürgen and Fred G. BECKER, 2017. <i>Personal-Management</i>. 11th edition. Stuttgart: Schäffer Poeschel. ISBN 978-3-7910-3737-0 • DESSLER, Gary, 2017. <i>Human Resource Management</i>. 15th edition. Upper Saddle River: Pearson. ISBN 978-1-292-15210-3; 1-292-15210-9 • EISELE, Daniela and Thomas DOYÉ, 2010. <i>Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre: Wertschöpfungskette Personal</i>. 7th edition. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-020095-1 • TORRINGTON, Derek and others, 2017. <i>Human Resource Management</i>. 10th edition. Harlow: Prentice Hall. ISBN 9781292129099
--	--

1.8.1 Chinese I						
Module Title	Chinese I			Module No	1.8.1	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Chen, Jing					
Language of instruction	Chinese					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Chinese I (IG_EFL_I_Chinesisch)					
Learning methods	1.8.1: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None					
Prerequisite of attendance	Chinese language skills are not required.					
Usability of the module for this or for other study programmes	SZ-Sprachen: Chinesisch I This module is a preparation for the following Chinese-speaking modules of this study programme. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • have been introduced to cultural differences and intercultural aspects. • have acquired the Chinese phonetic transcription (Pinyin) and the Chinese characters (Hanzi). <p>The students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand and use familiar everyday expressions and very basic phrases aimed at the satisfaction of needs. • introduce themselves and others, ask and answer questions about personal details. • interact in a simple way. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to the Chinese language: Pinyin (Chinese phonetic writing system) and Hanzi (Chinese characters). • Acquisition of most fundamental language concepts allowing students to communicate in every day situations. • Case studies to gain an understanding of certain aspects of Chinese business culture. 					
Hint	<p>Maximum of 25 students per class.</p> <p>Following literature for further reference will be announced during class.</p>					
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • LIU, Xun, Kai ZHANG and Shehui LIU, 2007. <i>Das neue praktische Chinesisch / 1,[1]. Lehrbuch</i>. ISBN 3905816008; 978-3905816006 <p><i>Recommended:</i></p> <p>None</p>					

1.8.1 French I						
Module Title	French I			Module No	1.8.1	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Witschel, Laura Valérie</u>					
Language of instruction	French					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	French I (IG_EFL_I_Französisch)					
Learning methods	1.8.1: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None					
Prerequisite of attendance	Level A1.1 is required.					
Usability of the module for this or for other study programmes	This module is a preparation for the following French-speaking modules of this study programme. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The course will take students from level A1.1 to A2</p> <p>Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand and use familiar everyday expressions and basic phrases aimed at the satisfaction of needs. • introduce themselves and others. • ask and answer questions about personal details. • interact in a simple way. 					
Content	To introduce oneself, to speak about one's person and environment, studies, work, hobbies. Grammar: present, future + aller, passé composé, most important irregular verbs, pronunciation, questions, most important adjectives, adverbs, pronouns determinants, relative sentences.					
Hint						
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • LAUDUT, Nicole, Christèle JANY and René NOHR, 2014. <i>Rebonjour: Auffrischungskurs Französisch. A2 Lehr- und Arbeitsbuch mit Audio-CD</i>. 1. edition. München: Hueber. ISBN 978-3-19-003373-7 • GRÉGOIRE, Maïa and Odile THIÉVENAZ, 2014. <i>Grammaire progressive du français. [4,1]. [Hauptband]: niveau intermédiaire; mit 680 Übungen</i>. 1. edition. ISBN 978-3-12-529854-5 <p><i>Recommended:</i></p> <p>None</p>					

1.8.1 Spanish I						
Module Title	Spanish I			Module No	1.8.1	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Valencia-Schüle, Belinda; Gutierrez-Frei, Georgina					
Language of instruction	Spanish					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Spanish I (IG_EFL_I_Spanisch)					
Learning methods	1.8.1: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None					
Prerequisite of attendance	Spanish language skills are not required.					
Usability of the module for this or for other study programmes	This module is a preparation for the following spanish-speaking modules of this study programme. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	Level A1 Students are able to <ul style="list-style-type: none"> • understand and use familiar everyday expressions and very basic phrases aimed at the satisfaction of needs. • introduce themselves and others. • ask and answer questions about personal details. • interact in a simple way. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Acquisition of most fundamental language concepts allowing students to communicate in everyday situations, evaluate situations, communicate wishes and preferences, and gain basic control over verbal communication • The Alphabet, numbers and ordinal numbers • Pronunciation • Different word types (nouns, verbs, adjectives, pronouns, including personal and possessive pronouns) • 'Ser y estar' – usage, different tenses. Most common regular and irregular verbs, reflexive verbs • Adverbs • Time and place • Negation and questions • Prepositions and prepositional phrases (to, from, for, in, with....) • Sentences – word order 					
Hint	Maximum of 25 students per class. Following literature for further reference will be announced during class.					
Literature	<i>Compulsory:</i>					

	<ul style="list-style-type: none">• MORENO, Concha / Victoria, Piedad ZURITA and Blanco BEGOÑA, 2012. <i>Nuevo avance básico / [2]. [Cuaderno de ejercicios]: [A1 y A2]</i>. ISBN 978-84-9778-748-2; 978-84-9778-749-9; 978-3-19-014504-1• MORENO GARCÍA, Concha, Victoria MORENO and Piedad ZURITA. <i>Nuevo avance básico</i>. Alcobendas (Madrid): SGEL. <p><i>Recommended:</i> None</p>
--	--

1.8.2 Chinese II						
Module Title	Chinese II			Module No	1.8.2	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Chen, Jing</u>					
Language of instruction	Chinese					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only summer term					
Parts of the module	Chinese II (IG_EFL_II_Chinesisch)					
Learning methods	1.8.2: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None					
Prerequisite of attendance	1.8.1 Elective Language I / Chinese I					
Usability of the module for this or for other study programmes	This course is the basis for Chinese III and IV. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	Students are able to <ul style="list-style-type: none"> • understand and use sentences and frequently used expressions related to areas of most immediate relevance (daily business situations). • They have become familiar with cultural differences and intercultural aspects. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Acquisition of most fundamental language concepts allowing students to communicate in every day situations • Written Hanzi (Chinese characters) • Case studies to gain an understanding of certain aspects of Chinese business culture 					
Hint	Maximum of 25 students per class. Following literature for further reference will be announced during class.					
Literature	<i>Compulsory:</i> <ul style="list-style-type: none"> • LIU, Xun, Kai ZHANG and Shehui LIU, 2007. <i>Das neue praktische Chinesisch - Lehrbuch 1</i>. ISBN 978-3905816006 <i>Recommended:</i> None					

1.8.2 French II						
Module Title	French II			Module No	1.8.2	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Witschel, Laura Valérie</u>					
Language of instruction	French					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only summer term					
Parts of the module	French II (IG_EFL_II_Französisch)					
Learning methods	1.8.2: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None					
Prerequisite of attendance	1.8.1 Elective Language I / French I					
Usability of the module for this or for other study programmes	This module is a preparation for the following French-speaking modules (French III and IV) of this study programme. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The course will take students from level A1 to level A2. Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> understand and use sentences and frequently used expressions related to areas of most immediate relevance (daily situations). communicate in simple and routine tasks. describe in simple terms aspects of one's background, immediate environment and matters in areas of immediate need. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> Grammar: Passé composé, Imparfait, Future, Conditional, Imperative, Personal pronouns, Determinants, Adverbs, Time, Days, Months, Dates, Comparative of Adjectives + Adverbs, Superlatives Topics: Introducing oneself, Buying and Ordering, Organizing vacations, meetings and events, Education, Free time, Informing oneself on current affairs, Writing letters, Jobs and job applications, Talking on the phone. 					
Hint	<p>Maximum of 25 students per class. Following literature for further reference will be announced during class.</p>					
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> LAUDUT, Nicole, Christèle JANY and René NOHR, 2014. <i>Rebonjour: Auffrischkurs Französisch. A2 Lehr- und Arbeitsbuch mit Audio-CD</i>. 1. edition. München: Hueber. ISBN 978-3-19-003373-7 GRÉGOIRE, Maïa and Odile THIÉVENAZ, 2014. <i>Grammaire progressive du français. [4, 1]. [Hauptband]: niveau intermédiaire; mit 680 Übungen</i>. 1. edition. ISBN 978-3-12-529854-5 <p><i>Recommended:</i></p> <p>None</p>					

1.8.2 Spanish II						
Module Title	Spanish II			Module No	1.8.2	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Valencia-Schüle, Belinda; Gutierrez-Frei, Georgina					
Language of instruction	Spanish					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only summer term					
Parts of the module	Spanish II (IG_EFL_II_Spanisch)					
Learning methods	1.8.2: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None					
Prerequisite of attendance	1.8.1 Elective Language I - Spanish I					
Usability of the module for this or for other study programmes	This module is a preparation for the following Spanish-speaking modules (Spanish III and IV) of this study programme. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> understand and use sentences and frequently used expressions related to areas of most immediate relevance (daily business situations). communicate, using simple past tense. describe in simple terms aspects of one's background, immediate environment and matters in areas of immediate need, conduct short conversations about everyday matters. write postcards as well as short stories. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> Improvement of vocabulary, grammar and communication skills Grammar includes: Imperative, simple past, past progressive, future simple Additionally, skills like listening, reading, giving simple presentation and taking part in basic negotiations will be improved Pronunciation, paying attention to stress, intonation, accentuation Word order involving adjectives, personal pronouns Regular and irregular verbs Gerunds, adverbs, prepositions 					
Hint	<p>Maximum of 25 students per class.</p> <p>Following literature for further reference will be announced during class.</p>					
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> GUERRERO GARCÍA, Encarnación and Núria XICOTA TORT. <i>Universo.ele A2</i>. München: Hueber. ISBN 978-3-19-054333-5 (Digitale Ausgabe: ISBN 978-3-19-254333-3) <p><i>Recommended:</i></p> <p>None</p>					

1.9 Grundpraktikum (8 Wochen)						
Module Title	Grundpraktikum			Module No.	1.9	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	NN					
Language of instruction	Deutsch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	8 Wochen – in der vorlesungsfreien Zeit Winter- und Sommersemester					
Parts of the module	Grundpraktikum					
Learning methods	Praktikum					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Keine					
Prerequisite of attendance	Keine					
Usability of the module for this or for other study programmes	Das Ableisten des Grundpraktikums ist Voraussetzung für den Eintritt in das Praktische Studiensemester (20 Wochen)					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	0	10	0 h	0 h	250 h	250 h
Method of assessment / Requirements for credit points	Praktikumsbericht					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe SPO					
Objectives	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Tätigkeitsgebiete in internationalen Unternehmen oder vergleichbaren Organisationen • definieren kaufmännische Aufgabenstellungen und bewältigen sie in Ansätzen • besitzen kaufmännische Fähigkeiten in mindestens zwei Funktionsbereichen. <p>Für Dual Studierende gilt zusätzlich: Das Grundpraktikum wird im Dual-Unternehmen abgeleistet, sofern es nicht bereits durch eine bereits erfolgte kaufmännische Ausbildung angerechnet wurde. Es ist ein Praxisbericht zu erfassen, der die inhaltliche Verzahnung zwischen Studium und Praktikum aufzeigt und der vom Praktikumsbeauftragten des Studiengangs geprüft wird. Dadurch ist der Studierende in der Lage, eine Verknüpfung zwischen theoretischem Wissen und praktischer Tätigkeit im eigenen Dual-Unternehmen herzustellen.</p>					
Content	<p>Einsatz in zwei kaufmännischen Tätigkeitsbereichen über einen Zeitraum von jeweils 4 – 8 Wochen. Exemplarische Tätigkeitsbereiche sind: Einkauf; Materialwirtschaft; Logistik; Finanz- und Rechnungswesen; Personalwirtschaft; Organisation; Marketing; Vertrieb; Steuerabteilung; IT-Abteilung eines internationalen Unternehmens</p> <p>Für Dual-Studierende erfolgt die praktische Tätigkeit im jeweiligen Dual-Unternehmen.</p>					
Hint						
Literature	<p><i>Verpflichtend:</i> Keine</p> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>					

2.1 Marketing & Sales						
Module Title	Marketing & Sales			Module No	2.1	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Weiß, Patrick</u>					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Marketing & Sales (IG_M&S)					
Learning methods	2.1: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	Knowledge beyond the university entrance qualification is not required. An in-depth study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Provides essential knowledge if students choose the corresponding major of studies (Marketing and Sales). The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand key marketing concepts and marketing process. • analyze specific B2C and B2B markets. • develop a customer value-driven marketing strategy. • construct an integrated marketing program. • understand key sales concepts both on strategic and on operational level. • measure and evaluate marketing and sales results using adequate tools and methods. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Defining marketing concepts and the marketing process • Understanding the marketplace and customer value <ul style="list-style-type: none"> ○ market analysis ○ management of marketing information to gain customer insight ○ consumer markets and consumer buyer behavior ○ business markets and business buyer behavior • Designing Customer value driven marketing strategy <ul style="list-style-type: none"> ○ segmentation ○ targeting ○ differentiation ○ positioning • Planning and implementing marketing mix <ul style="list-style-type: none"> ○ product marketing ○ price marketing 					

	<ul style="list-style-type: none"> ○ place marketing ○ promotion marketing ● Sales concepts <ul style="list-style-type: none"> ○ Strategic sales management: markets, customers, portfolio, channels and organisation ○ Operational sales management: Selling tools and methods, the sales funnel, sales controlling
Hint	
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● JOBBER, David, Geoffrey LANCASTER and Kenneth LE MEUNIER-FITZGERALD, 2019. <i>Selling and Sales Management</i>, 11. edition. Boston: Pearson. ISBN 978-1292205021 ● KOTLER, Philip and Gary ARMSTRONG, 2018. <i>Principles of marketing</i>. 17. edition. Boston: Pearson. ISBN 978-1-292-22017-8 <p><i>Recommended:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● KOTLER, Philip and Kevin LANE KELLER, 2019. <i>Marketing Management</i>. 4. European Edition. London: Pearson. ISBN 978-1292248448

2.2 Corporate Finance						
Module Title	Corporate Finance			Module No	2.2	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Habermann, Mandy</u>					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Corporate Finance (IG_CF)					
Learning methods	2.2: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	The students should have a basic knowledge of mathematics. Knowledge beyond the university entrance qualification is not required. An in-depth study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Provides essential knowledge if students choose the corresponding major of studies (Controlling und Finance). The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The Students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know common financial instruments and are able to classify and describe them. • are able to outline the importance and message of the leverage effect. • can apply different methods of capital budgeting to derive investment decisions. • know about targets and problems in finance and investment in internationally operating companies. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Definitions and basic concepts of financing and investment • Overview of financial instruments and their functions • Declaration and interpretation of important financial figures • Significance of capital structure decisions: leverage effect • Multinational capital structure and cost of capital • Managing currency risk and country risk • Various methods of capital budgeting 					
Hint						
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BREALEY, Richard A., Stewart C. MYERS and Franklin ALLEN, 2017. <i>Principles of Corporate Finance</i>. New York: McGraw Hill. ISBN 978-1-259-25333-1 • EUN, Cheol S. and Bruce G. RESNICK, 2014. <i>International Finance</i>. 7th edition. Maidenhead: McGraw-Hill Education. ISBN 9780077161613 					

	<ul style="list-style-type: none"> • MADURA, Jeff, 2014. <i>International Financial Management</i>. 3rd edition. Stamford: Cengage Learning. ISBN 978-1-4080-7981-2 • BÖSCH, Martin, 2014. <i>Internationales Finanzmanagement: Rahmenbedingungen, Investition, Finanzierung und Risikomanagement</i>. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3350-1 <p><i>Recommended:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • PAPE, Ulrich, 2015. <i>Grundlagen der Finanzierung und Investition: mit Fallbeispielen und Übungen</i> [online]. Berlin [u.a.]: De Gruyter Oldenbourg PDF e-Book. ISBN 978-3-11-041388-5, 978-3-11-042564-2. Available via: https://doi.org/10.1515/9783110413885. • BIEG, Hartmut, KUßMAUL, Heinz, WASCHBUSCH, Gerd, 2017. <i>Finanzierung in Übungen</i> [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-5340-9. Available via: https://doi.org/10.15358/9783800653409. • BIEG, Hartmut, KUßMAUL, Heinz, WASCHBUSCH, Gerd, 2015. <i>Investition in Übungen</i> [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF e-Book. ISBN 978-3-8006-4971-6. Available via: https://doi.org/10.15358/9783800649716.
--	---

2.3 Nationale und internationale Besteuerung

Module Title	Nationale und internationale Besteuerung	Module No	2.3			
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Zellner, Elisabeth</u>					
Language of instruction	Deutsch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester nur Wintersemester					
Parts of the module	Nationale und internationale Besteuerung (Tax IG)					
Learning methods	2.3: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Prerequisite of attendance	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Provides essential knowledge if students choose the corresponding major of studies (Unternehmensbesteuerung und Rechnungslegung)					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Objectives	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben einen Überblick über das System der nationalen und grenzüberschreitenden Besteuerung in Deutschland. • kennen die grundlegenden ertragsteuerlichen Regelungen zur Besteuerung von natürlichen und juristischen Personen und • sind vertraut mit dem System der Umsatzsteuer innerhalb der EU. • kennen die Grundlagen des internationalen Steuerrechts und wissen, wie eine mögliche Doppelbesteuerung vermieden werden kann. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Nationale und internationale Regelungen zur Ertragsbesteuerung <ul style="list-style-type: none"> ○ Wohnsitzbesteuerung ○ Quellenbesteuerung ○ Besteuerung von Unternehmen und deren Gesellschafter ○ Besteuerung von Unternehmensgewinnen, Mieteinnahmen, Zinsen, Dividenden, Lizenzen und Gehälter • Funktionsweise eines Doppelbesteuerungsabkommens (OECD) • Vermeidung einer umsatzsteuerlichen Doppelbesteuerung im Falle von grenzüberschreitenden Transaktionen im Rahmen der Umsatzsteuer in der EU 					
Hint						
Literature	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 2019. <i>Wichtige Steuergesetze: mit Durchführungsverordnungen</i>. 68. Auflage. Herne: NWB. ISBN 978-3-482-60450-8; 3-482-60450-9 					

	<p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• GREFE, Cord, 2019. <i>Unternehmenssteuern</i>. 22. Auflage. Herne: Kiehl. ISBN 978-3-470-10272-6; 3-470-10272-4• BORNHOFEN, Manfred und Martin BORNHOFEN, 2019. <i>Steuerlehre 1 - Rechtslage 2019</i>. 40. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3658256826• BORNHOFEN, Manfred und Martin BORNHOFEN, 2018. <i>Steuerlehre 2 - Rechtslage 2018</i>. 39. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3658239948• KUDERT, Stephan, 2017. <i>Internationales Steuerrecht - leicht gemacht</i>. 3. Auflage. Berlin: Kleist. ISBN 978-3-87440-345-0
--	---

2.4 Global Supply Chain Management

Module Title	Global Supply Chain Management	Module No	2.4			
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Sternbeck, Michael</u>					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Global Supply Chain Management (IG_GSCM)					
Learning methods	2.4: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	Knowledge beyond the university entrance qualification is not required. An in-depth study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Provides essential knowledge if students choose the corresponding major of studies (Operations and Supply Chain Management). The course may be accredited for the module 1.5 Operations Management in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students know</p> <ul style="list-style-type: none"> and apply concepts, methods and contribution of logistics to the success of international organizations. about the very critical impact that Supply Chain Management could exert on the profitability of an organization. <p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> understand the challenges and opportunities of global supply chains. understand that control of the critical factors is vital for maximizing the returns and staying ahead of competition through lower cost. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentals of supply chain and basic terms Role of purchase management and supply chain management in terms of finance and cost Origin and concepts of purchase management: profit centre concept, integrated concept, centralization vs. decentralization Purchase policies and procedures, purchase cycle / ordering systems, make or buy decisions Legal and economic aspects of purchase, delivery, transport logistic and transfer of risk in a supply chain Types of inventories, need for inventory control, factors influencing inventory, mechanics of inventory control and systems Requirement to understand the supply chain from the perspective of a purchase manager Supply chain performance: achieving strategic fit and scope Supply chain drivers and metrics 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Designing distribution networks and applications to e-business • Network design of supply chain • Designing global supply chain networks • Coordination in a supply chain
Hint	A deepened study of the relevant literature and the corresponding case studies is required.
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • CHOPRA, Sunil and Peter MEINDL, 2013. <i>Supply Chain Management</i>. 5th edition. Upper Saddle River, N.J.: Pearson. • MONCZKA, Robert M. and others, 2010. <i>Purchasing and Supply Chain Management</i>. 4th edition. Mason, OH: South-Western Cengage Learning. <p><i>Recommended:</i></p> <p>None</p>

2.5 Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht						
Module Title	Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht			Module No	2.5	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Wegmann, Bernd</u>					
Language of instruction	Deutsch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester nur Wintersemester					
Parts of the module	Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht (IG_Law)					
Learning methods	2.5: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Prerequisite of attendance	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Keine					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Objectives	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen die Bedeutung des nationalen, internationalen und europäischen Handels- und Gesellschaftsrecht. • sind vertraut mit den Prinzipien des Kaufrechts, des Handels- und Gesellschaftsrechts im nationalen, internationalen und europäischen Kontext. • können das Recht unter Beachtung der nationalen, der europäischen und internationalen Regelungen in Grundzügen anwenden, insbesondere im <ul style="list-style-type: none"> ○ allgemeinen Vertragsrecht ○ Kaufrecht im Bereich B2B und B2C ○ Warenkreditversicherungsrecht ○ Handels- und Gesellschaftsrecht 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Definition und Besonderheiten des Internationalen und Europäischen Rechts • Grundlagen des Internationalen Öffentlichen Rechts • Grundlagen des Supranationalen und Europäischen Rechts • Vertiefung im Internationalen und Europäischen Wirtschaftsrecht • Vergleich des Europäischen und Internationalen Wirtschaftsrechts mit dem nationalen Wirtschaftsrecht 					
Hint	Gesetzestexte zum nationalen, europäischen und internationalen Recht werden in der Veranstaltung verwendet.					
Literature	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HEIDERHOFF, Bettina, 2016. <i>Europäisches Privatrecht</i>. 4. Auflage. Heidelberg: C.F. Müller. ISBN 978-3-8114-4153-8 <p><i>Empfohlen:</i></p>					

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• HERDEGEN, Matthias, 2017. <i>Internationales Wirtschaftsrecht: ein Studienbuch</i>. 11. Auflage. München: C.H. Beck.• HABERSACK, Mathias und Dirk A. VERSE, 2019. <i>Europäisches Gesellschaftsrecht: Einführung für Studium und Praxis</i>. 5. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-71944-8, 3-406-71944-9 |
|--|---|

2.6.1 Chinese III						
Module Title	Chinese III			Module No	2.6.1	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Huang, Rui</u>					
Language of instruction	Chinese					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Chinese III (IG_EFL_III_Chinesisch)					
Learning methods	2.6.1: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	1.8.1 and 1.8.2 Elective Foreign Language I and II - Chinese I, II					
Usability of the module for this or for other study programmes	This course is the basis for Chinese IV. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	The students understand and use sentences and frequently used expressions related to areas of most immediate relevance (daily business and retail situations). They are familiar with cultural differences and intercultural aspects.					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Improvement of vocabulary and grammar and communication • Deeper examination of Chinese culture and society 					
Hint						
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • LIU, Xun, Kai ZHANG and Shehui LIU, 2008. <i>Das neue praktische Chinesisch (Lehrbuch) 2,1</i>. 1st edition. ISBN 978-3905816020 • LIU, Xun, Kai ZHANG and Shehui LIU, 2008. <i>Das neue praktische Chinesisch (Arbeitsbuch) 2,2</i>. 1st edition. ISBN 978-3905816037 <p><i>Recommended:</i></p> <p>None</p>					

2.6.1 French III						
Module Title	French III			Module No	2.6.1	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Witschel, Laura Valérie</u>					
Language of instruction	French					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	French III (IG_EFL_III_Französisch)					
Learning methods	2.6.1: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	1.8.1 and 1.8.2 Elective Foreign Language I and II – French I, II					
Usability of the module for this or for other study programmes	This course is the basis for French IV. The course may be accredited for the corresponding course in the study program “Global Economics and Business Management”.					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<ul style="list-style-type: none"> • The students know the vocabulary and typical business communication situations. • They know the main features of global business. • In this course students will have completed level B1. 					
Content	<p>Students learn</p> <ul style="list-style-type: none"> • how to act, give presentations, organize life in a business environment using the French language, organizing meetings, making appointments, writing letters, reading figures, statistics and graphs, negotiating with partners, socializing. <p>They also learn more about:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Types of business enterprises, business culture, how a company is founded, how it grows and how and why it disappears. • Different types of services, company organigram, work contracts, remuneration, professions, human resource management, conflicts in the work place etc. <p>Grammar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • All simple tenses + conditional, passive voice, complex sentences, gerund, infinitive constructions, verbs with different prepositions and their meaning. 					
Hint	<p>Maximum of 25 students per class.</p> <p>Following literature for further reference will be announced during class.</p>					
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • PENFORNIS, Jean-Luc, 2018. <i>Vocabulaire progressif du français des affaires - Niveau intermédiaire</i>. 2nd edition. Clé International. ISBN 978-3-12-529977-1. <p><i>Recommended:</i></p>					

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• GRÉGOIRE, Maïa and Odile THIEVENAZ, 2017. <i>Grammaire progressive du français - Niveau intermédiaire</i>. Clé International. ISBN 3125299896. |
|--|--|

2.6.1 Spanish III						
Module Title	Spanish III			Module No	2.6.1	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Valencia-Schüle, Belinda; Gutierrez-Frei, Georgina					
Language of instruction	Spanish					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Spanish III (IG_EFL_III_Spanisch)					
Learning methods	2.6.1: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	1.8.1 and 1.8.2 Elective Foreign Language I and II - Spanisch I, II.					
Usability of the module for this or for other study programmes	This course is the basis for Spanish IV. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand and use sentences used in real life situations. • to handle basic business situations and have gained some insight into business communication. • They have become familiar with cultural differences and intercultural aspects. • Students deepen their everyday vocabulary and gain a better insight into the grammar. 					
Content	<p>Knowledge of Spanish grammatical structures:</p> <ul style="list-style-type: none"> • direct / indirect pronouns, orthography, Phonetic, Prepositions, etc. • different verb tenses, including: Pretérito imperfecto, pretérito indefinido, condicional simple, pretérito pluscuamperfecto, subjuntivo, affirmative / negation imperative, futuro simple. • They also practiced reporting experiences/events in the past tense, expressing opinion, talking about plans, accept them and reject them, making suggestions, expressing wishes, expressing doubt, etc. 					
Hint						
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • POZO VICENTE, Cristina and Núria XICOTA TORT. <i>Universo.ELE B1</i>. ISBN 978-3-19-254334-0 <p><i>Recommended:</i></p> <p>None</p>					

2.6.2 Chinese IV						
Module Title	Chinese IV			Module No	2.6.2	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Huang, Rui</u>					
Language of instruction	Chinese					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only summer term					
Parts of the module	Chinese IV (IG_EFL_IV_Chinesisch)					
Learning methods	2.6.2: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	2.6.1 Elective Foreign Language III / Chinese III					
Usability of the module for this or for other study programmes	None; The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • apply the language in real life situations. • to express themselves, both in spoken and written language. <p>The students have</p> <ul style="list-style-type: none"> • become more familiar with cultural differences and intercultural aspects, especially in business situations. • increased their competence in oral communication. • expanded their knowledge of Chinese grammatical structures. • gained a deeper insight into Chinese culture and business. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Communication and writing skills are improved, with an emphasis on business communication such as letter writing, writing emails and communicating on the telephone • Knowledge of Chinese grammatical structures • Chinese cultures are explored and the language is placed in intercultural context 					
Hint	<p>Maximum of 25 students per class.</p> <p>Following literature for further reference will be announced during class.</p>					
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • XUN, Liu, Kai ZHANG and Liu SHEUI, 2008. <i>Das neue praktische Chinesisch / 2,[1]. Lehrbuch</i>. ISBN 3905816024; 978-3905816020 <p><i>Recommended:</i></p> <p>None</p>					

2.6.2 French IV						
Module Title	French IV			Module No	2.6.2	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Witschel, Laura Valérie</u>					
Language of instruction	French					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only summer term					
Parts of the module	French IV (IG_EFL_IV_Französisch)					
Learning methods	2.6.2: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	2.6.1 Elective Foreign Language III - French III					
Usability of the module for this or for other study programmes	The course may be accredited for French business language in B.A. Business Administration. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • have improved their French communication skills by doing extensive text work. • are able to implement current business topics. • deepened their knowledge of general issues as well as in the area of marketing and finance. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Large French business enterprises and the French Industry • History of a family enterprise • Organizational chart – Work in different levels of a family enterprise • Different types of companies (legal status) • The application process: CV and cover letter • The application process: a traditional job application, an unsolicited application, an online application, • commercialization of a product • Marketing • Promotion of sales • Public relations • The distribution process • Methods of payment – banking and finance • Business loans • Accounting • Financial Accounting • The fiscal system • Current topics, class discussions and presentations 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Grammar: past tense, passive voice, future tense, conditional tense, pronouns • The conditional, the subjunctive
Hint	
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • PENFORNIS, Jean-Luc, 2013. <i>Vocabulaire progressif du français des affaires / [1]. [Livre]: avec 250 exercices.</i> ISBN 978-2-09-038143-6; 978-3-12-529857-6 <p><i>Recommended:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • GRÉGOIRE, Maïa and Odile THIÉVENAZ, 2014. <i>Grammaire progressive du français. [4,1]. [Hauptband]: niveau intermédiaire; mit 680 Übungen.</i> 1. édition. ISBN 978-3-12-529854-5

2.6.2 Spanish IV						
Module Title	Spanish IV			Module No	2.6.2	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Antràs Solè, Teresa; Valencia-Schüle, Belinda Patricia					
Language of instruction	Spanish					
Kind of module	General Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester only summer term					
Parts of the module	Spanish IV (IG_EFL_IV_Spanisch)					
Learning methods	2.6.2: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	2.6.1 Elective Language III - Spanish III					
Usability of the module for this or for other study programmes	The course may be accredited for Spanish business language in B.A. Business Administration. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • apply the language in real life situations. • to express themselves, both in spoken and written language. • are able to handle basic business situations and have gained some insight into business communication. • read different publications, such as newspapers and business articles. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Communication and writing skills are improved, with an emphasis on business communication such as letter writing, writing emails and communicating on the telephone • Knowledge of Spanish grammatical structures, such as subjunctive, conditional, plus perfect is expanded • Hispanic cultures are explored and the language is placed in intercultural context 					
Hint	<p>Maximum of 25 students per class.</p> <p>Following literature for further reference will be announced during class.</p>					
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • VON RIMSCHA, Anieska Mayea and Núria XICOTA TORT. <i>Universo.ele B2: Spanisch für Studierende; Kurs-und Arbeitsbuch + Audio-CD</i>. München: Hueber Verlag. ISBN 978-3-19-004334-2 <p><i>Recommended:</i></p> <p>None</p>					

2.7 International Strategic Management						
Module Title	International Strategic Management			Module No	2.7	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Schmidt, Karin</u>					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only summer term					
Parts of the module	International Strategic Management (IG_Strat)					
Learning methods	2.7: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	Knowledge beyond the university entrance qualification is not required. An intense study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	It is recommended to be passed before attending Module 2.14 Internationales Vertiefungsseminar. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • are able to understand the leadership challenges in today's world. • understand the dimensions of Entrepreneurial Spirit. • are able to put strategic questions and to apply instruments of strategic leadership and innovation. • are ready to create the dimensions of a competitive Business Design. 					
Content	<p>Introduction to Executive Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • The tools of strategy analysis • The analysis of competitive advantage • Business strategies in different industry contexts • Implementing and managing corporate strategies • Value Based Management 					
Hint						
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • GRANT, Robert M., 2010. <i>Contemporary strategy analysis</i>. 7th edition. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. ISBN 0-470-74710-2, 978-0-470-74710-0 • HABERBERG, Adrian and Alison RIEPLE, 2008. <i>Strategic management: theory and application</i>. Oxford [u.a.]: Oxford Univ. Press. ISBN 978-0-19-921646-8 • HUNGENBERG, Harald, 2008. <i>Strategisches Management in Unternehmen: Ziele, Prozesse, Verfahren</i>. 5th edition. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1260-2 					

	<ul style="list-style-type: none"> • MACHARZINA, Klaus and Joachim WOLF, 2008. <i>Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis</i>. 6th edition. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1119-3 <p><i>Recommended:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • WELGE, Martin K. and Andreas AL-LAHAM, 2008. <i>Strategisches Management: Grundlagen, Prozess, Implementierung</i>. 5th edition. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-0313-6, 3-8349-0313-2 • WHEELEN, Thomas L. and J. David HUNGER, 2008. <i>Strategic management and business policy: concepts and cases</i>. 11th edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. ISBN 978-0-13-606827-3, 0-13-606827-8 • WITTMANN, Robert and Matthias REUTER, 2008. <i>Strategic planning: how to deliver maximum value through effective business strategy</i>. London [u.a.]: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-5233-9
--	--

2.8 International Business Diplomacy and Crosscultural Management

Module Title	International Business Diplomacy and Crosscultural Management	Module No	2.8			
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	McDonald, James; Reicherstorfer, Anja					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only summer term					
Parts of the module	International Business Diplomacy and Crosscultural Management (IG_IntBDCM)					
Learning methods	2.8: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	Knowledge beyond the university entrance qualification is not required. An in-depth study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	The module is recommended to be completed before the theoretical as well as practical semester abroad as a preparation for inter- and crosscultural communication. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Method of assessment / Requirements for credit points	seminar paper					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know about the cultural differences and act accordingly. • are able to interact and communicate in a global environment. • are prepared to establish a business communication with international partners and are sensitive to their cultural peculiarities. • are able to apply their knowledge in case studies in intercultural contexts and find appropriate solutions 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Importance of intercultural management for companies doing business abroad • Theories of culture • Concepts of intercultural management and communication • Organisation and leadership in international teams • In-depth discussion of case studies on business in intercultural context 					
Hint	The course is offered in three separate groups at different time slots that can be chosen via the "Fächereinschreibung" before the semester.					
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFSTEDE, Geert, 2010. <i>Cultures and organizations: Software of the Mind</i>. 3rd edition. • TROMPENAARS, Fons and Charles HAMPDEN-TURNER, 2012. <i>Riding the Waves of Culture</i>. 3rd edition. <p><i>Recommended:</i></p>					

	<ul style="list-style-type: none"> • RICHERSON, Peter J. and Robert BOYD, 2005. <i>Not by genes alone: how culture transformed human evolution</i>. Chicago [u.a.]: Univ. of Chicago Press. • INGLEHART, Ronald, 2018. <i>Cultural evolution: people's motivations are changing, and reshaping the world</i>. Cambridge; New York; Port Melbourne; New Delhi; Singapore: Cambridge University Press. • MOLL, Melanie, 2012. <i>The Quintessence of intercultural business communication</i>. Heidelberg u.a.: Springer. • MEYER, Erin, 2014. <i>The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business</i>. Perseus Books Group.
--	---

2.9 Computerbasierte Statistik

Module Title	Computerbasierte Statistik	Module No	2.9			
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Clostermann, Jörg</u>					
Language of instruction	Deutsch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester nur Sommersemester					
Parts of the module	Computerbasierte Statistik (IG_StatisticsIT)					
Learning methods	2.9: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Prerequisite of attendance	Insbesondere Modul 1.3 Quantitative Methoden sollte abgelegt sein. Ein intensives Literaturstudium ist notwendig.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Keine					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Objectives	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben einen Überblick über die derzeitigen statistischen Standardanalysesoftware. • können die Daten für eine statistische Analyse aufbereiten. • können Mittelwertanalysen einer Zufallsstichprobe und zweier unabhängigen Zufallsstichproben durchführen und interpretieren. • können Zusammenhangsanalysen für nominale, ordinale und metrische Merkmale durchführen und interpretieren. • können Varianzanalysen durchführen und interpretieren. • können multiple Regressionsanalysen für Querschnittsdaten, Zeitreihendaten und Paneldaten durchführen und interpretieren. • können Logit-/Probitmodelle entwickeln, schätzen und die Ergebnisse interpretieren. • können Zeitreihenanalysen durchführen, interpretieren und darauf aufbauend Prognosemodelle entwickeln. • können Faktorenanalysen durchführen und interpretieren. • können Clusteranalysen durchführen und interpretieren. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über statistische Software: EXCEL, R, STATA, SPSS, EViews, GRETl • Erstellen und Importieren von Datendateien • Computerbasierte Mittelwertanalyse • Computerbasierte Zusammenhangsanalyse • Computerbasierte Regressionsanalyse • Computerbasierte Varianzanalyse • Computerbasierte Logit-/Probitmodelle 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Computerbasierte Zeitreihenanalyse insbesondere Analyse stochastischer Zeitreihenmodelle • Computerbasierte Faktorenanalyse • Computerbasierte Clusteranalyse
Hint	
Literature	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BÜHL, Achim, 2019. <i>SPSS - Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25</i>. 16. Auflage. • CLEFF, Thomas, 2019. <i>Angewandte Induktive Statistik und Statistische Testverfahren eine computergestützte Einführung mit Excel, SPSS und Stata</i>. Wiesbaden: Springer Gabler. • DULLER, Christine, 2019. <i>Einführung in die Statistik mit EXCEL und SPSS - Ein anwendungsorientiertes Lehr- und Arbeitsbuch</i>. 4. Auflage. Berlin Heidelberg: Springer. • ECKSTEIN, Peter P., 2019. <i>Statistik für Wirtschaftswissenschaftler: eine realdatenbasierte Einführung mit SPSS</i>. 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>

2.10 Current Issues in Economics						
Module Title	Current Issues in Economics			Module No	2.10	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Schauberger, Katharina</u>					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	Current Issues in Economics (IG_CIE)					
Learning methods	2.10: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	It is recommended to have in depth knowledge of module 1.2 Microeconomics. An in-depth study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	The module may be basic for certain choices of 2.15 elective business competences. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - written exam, 90 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • have knowledge about the most important macroeconomic variables: gross domestic product, consumer price index, unemployment rate. • understand the determinants of the large variation in living standards over time and across countries. • know the long-run determinants of the unemployment rate, including job search, minimum wage laws, the market power of unions and efficiency wages. • understand the theory of inflation and the role of the central bank in controlling the quantity of money. • will be able to explain the relationship among saving, investment and the trade balance, the distinction between the nominal and real exchange rate, and the theory of purchasing-power parity. • will be able to evaluate facts about the business cycle and they can explain the influence of monetary and fiscal policy on aggregate demand. 					
Content	<ul style="list-style-type: none"> • The data of macroeconomics: Gross domestic product, consumer prices index, unemployment rate • Economic growth around the world and the causes of growth • The financial system: saving and investment • The monetary system and the role of central banks • The open economy: the market for foreign currency exchange and trade policy • Causes of changes in the business cycle • The influence of monetary and fiscal policy 					

Hint	
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • MANKIW, Nicholas Gregory and Mark P. TAYLOR, 2017. <i>Economics</i>. 4th edition. Andover: Cengage Learning. ISBN 978-1-4737-2533-1, 147372533X <p><i>Recommended:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • KRUGMAN, Paul R., Maurice OBSTFELD and Marc J. MELITZ, 2015. <i>International economics: theory and policy</i>. 10th edition. Boston, Mass.; Munich [u.a.]: Pearson. ISBN 978-1-292-01955-0, 1-292-01955-7 • DORMAN, Peter, 2014. <i>Macroeconomics: a fresh start</i> [online]. Berlin [u.a.]: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-642-37440-1, 978-3-642-37441-8. Available via: https://doi.org/10.1007/978-3-642-37441-8. • HEATHER, Ken and Simka STEFANOVA, 2017. <i>Maths for economics: a companion to Mankiw and Taylor economics</i>. Hampshire: Cengage Learning. ISBN 978-1-4737-2542-3

2.11 Global Automotive Industry						
Modulbezeichnung	Global Automotive Industry			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Becker, Thomas; <u>Wagner, Harry</u>					
Lehrsprache	Deutsch/Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Global Automotive Industry (Schwerpunkt: Automotive & Mobility Management)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> understand the automotive industry structure, current issues, industry trends as well as industry challenges and will have a broad overview on automotive core competencies. understand effective leadership and management skills with respect to special issues surrounding the automotive industry. know how to research, organize, evaluate, synthesize and analyze economic information for business decision making purposes. understand the project problem resolution processes by applying structured approaches for logic writing and thinking. 					
Inhalte des Moduls	<p>This business management course with applied focus on the automotive industry covers the following contents:</p> <ul style="list-style-type: none"> Automotive markets and structure of domestic and global automotive industry Technical basics of automotive products and industry/ technology trends Process model and core processes in the automotive supply chain Product manufacturing, procurement and logistics in the automotive industry Marketing and sales in the automotive industry 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> GOBETTO, Marco, 2014. Operations Management in Automotive Industries: From Industrial Strategies to Production Resources Management, Through the Industrialization Process and Supply Chain to Pursue Value Creation 					

[online]. PDF e-Book. ISBN 978-94-007-7593-0. Available via:
<https://doi.org/10.1007/978-94-007-7593-0>.

Empfohlen:

- MORGAN, James M. and Jeffrey K. LIKER, 2006. *The Toyota product development system: integrating people, process, and technology*. New York, NY: Productivity Press. ISBN 1-56327-282-2, 978-1-563-27282-0
- SHINGŌ, Shigeo, 2008. *A study of the Toyota production system from an industrial engineering viewpoint*. Boca Raton, Fla. [u.a.]: CRC Press. ISBN 0-915299-17-8
- WOMACK, James P., Daniel T. JONES and Daniel ROOS, 2007. *The machine that changed the world: the story of lean production; Toyota's secret weapon in the global car wars that is revolutionizing world industry*. 1st edition. New York, NY [u.a.]: Free Press. ISBN 978-0-7432-9979-4
- KAPLAN, Len and A. SMOLKIN, 2009. *Is Automotive Industry Dead or just stuck? Future Innovation for New Leaders in Car Transportation*. Future Mapping Series Vol. II.
- MINTO, Barbara, 2002. *The pyramid principle: logic in writing and thinking; [present your thinking so clearly that the ideas jump off the page and into the reader's mind]*. Second edition, published 2002. London: Prentice Hall. ISBN 0-273-65903-0

2.11 Produktentstehung in der Automobilindustrie						
Modulbezeichnung	Produktentstehung in der Automobilindustrie			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Becker, Thomas</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Produktentstehung in der Automobilindustrie (Schwerpunkt: Automotive & Mobility Management)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ...Begriffsdefinitionen zur Automobilindustrie, ihren Akteuren und der Wertschöpfungskette wiedergeben zu können. • ...die Merkmale und Herausforderungen der Automobilindustrie zu verstehen und den Bezug zur Produktentwicklung herzustellen. • ...die Ziele und Aufgaben der Entwicklungsorganisation zu benennen. • ...die Phasen, Inhalte und Meilensteine des Produktentstehungsprozesses der Automobilindustrie zu verstehen. • ...den organisatorischen Aufbau eines Entwicklungsbereichs und das Zusammenarbeitsmodell einer Projektorganisation mit Simultaneous Engineering (SE)-Teams zu verstehen. • ...die Rolle des Entwicklungsbereichs während eines Fahrzeuganlaufs zu beschreiben. • ...die Wertschöpfungsstruktur der automobilen Entwicklung eines Original Equipment Manufacturer (OEM) und die Integration von Zulieferern, Entwicklungsdienstleistern und Kooperationspartnern zu verstehen. • ...wichtige Effizienzmaßnahmen wie Gleichteile-/Plattform- und Automatisierungsstrategien oder agile Entwicklungsmethoden zu erläutern. • ...Kosten- und Leistungskennzahlen zur Steuerung eines Entwicklungsbereichs anzuwenden. • ...die Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation anhand von Beispielen wie der virtuellen Absicherung zu erklären. 					

Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Automobile Supply Chain und Lieferantenintegration • Produktstruktur eines Fahrzeugs und Baukastenentwicklung • Funktionaler Aufbau der Entwicklungsorganisation und deren Kerneigenleistungen • Zerlegung des Produktentstehungsprozesses in seine Einzelschritte und Meilensteine, Freigabeprozesse und Gremien • Baureihenorganisation eines Automobilherstellers zur Projektsteuerung: Rollen- und Aufgabenverteilung in interdisziplinären SE-Teams • Steuerung von finanziellen Kennzahlen und Leistungsdaten in der Forschung und Entwicklung • Neuproduktentwicklung mit agilen Methoden wie Scrum und Kanban • Chancen und Risiken der virtuellen Entwicklung • Fallbeispiel Elektromobilität: Auswirkungen des Megatrends auf die Entwicklung eines Automobilherstellers
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • LINDEMANN, Udo, 2016. Handbuch Produktentwicklung, Carl Hanser Verlag; ISBN 978-3-446-44518-5 • KAMPKER, Achim, Dirk VALLEE et al., 2018. Elektromobilität: Grundlagen einer Zukunftstechnologie, Springer; ISBN 978-3-662-53136-5 • PFEFFER, Joachim, 2019. Grundlagen der agilen Produktentwicklung: Basiswissen zu Scrum, Kanban, Lean Development, Peppair; ISBN 3947487002/ EAN 9783947487004 • Beate Bender, Kilian Gericke Hrsg. (2019): Pahl/Beitz Konstruktionslehre: Methoden und Anwendung erfolgreicher Produktentwicklung; Springer Vieweg; ISBN 978-3-662-57302-0 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • DIEZ, Willi, 2018. Wohin steuert die Automobilindustrie? 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Berlin (u.a.): De Gruyter. ISBN 978-3110481150 • EHRENSPIEL, Klaus und Harald MEERKAMM, 2017. Integrierte Produktentwicklung: Denkabläufe, Methodeneinsatz, Zusammenarbeit, Hanser; ISBN 3110481154/ EAN: 9783110481150 • JOCHEM, Roland und Katja LANDGRAF, 2011. Anforderungsmanagement in der Produktentwicklung: Komplexität reduzieren, Prozesse optimieren, Qualität sichern, Symposium; ISBN 978-3939707844 • RADEMACHER, Martin H. H., 2014. Virtual Reality in der Produktentwicklung: Instrumentarium zur Bewertung der Einsatzmöglichkeiten am Beispiel der Automobilindustrie, Springer Vieweg; ISBN 978-3658070120

2.11 Mobilitätstrends und Konzepte						
Modulbezeichnung	Mobilitätstrends und Konzepte			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Wagner, Harry</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Mobilitätstrends und Konzepte (Schwerpunkt: Automotive & Mobility Management)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - mündliche Prüfung					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen des Mobilitätsmanagements und sind in der Lage die unterschiedlichen Mobilitätslösungen nach ihren prinzipiellen Strukturierungsmerkmalen zu unterscheiden (Personenbeförderung, Gütertransport, Stadtmobilität, überregionale Mobilität). • sind in der Lage einzelne urbane Mobilitätskonzepte anhand verschiedener Abgrenzungskriterien einzuordnen. • haben einen Überblick über verschiedene Mobilitätskonzepte globaler Metropolen und sind in der Lage deren Vor- und Nachteile zu beschreiben. • haben verstanden, wie sich innovative Mobilitätskonzepte von den traditionellen unterscheiden und können die sich verschiebenden Wertschöpfungsanteile vom reinen Transport hin zu Mobilitätsinformationsdienstleistungen beschreiben. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Mobilitätsmanagements • Mobilitätstrends • Strukturierungsmerkmale von Mobilitätslösungen • Mobilitätsmodi: Motorisierter Individualverkehr (MIV), Öffentlicher Verkehr (ÖV), nicht-motorisierter Verkehr (NMIV), Güterverkehr (GV) • Urbanisierung und Städteentwicklung • Mobilitätskonzepte im urbanen und ruralen Umfeld 					
Hinweis						

<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • WAGNER, Harry, und Stefanie Kabel, 2018. Mobilität 4.0 – neue Geschäftsmodelle für Produkt- und Dienstleistungsinnovationen. Wiesbaden: SpringerGabler. ISBN 978-3-658-21105-9 • PROFF, Heike, 2014. Radikale Innovationen in der Mobilität – technische und betriebswirtschaftliche Aspekte. Wiesbaden: SpringerGabler. ISBN 978-3-658-03102-2 • BRAKE, Matthias, 2009. Mobilität im regenerativen Zeitalter: Was bewegt uns nach dem Öl? Hannover: Heise. ISBN 978-3-936931-61-7 <p>ILLGMANN, Gottfried und Klemens Polatschek, 2013. Zukunft der Mobilität: Wie viel Personenverkehr werden wir uns leisten können? Berlin: Collective Intelligence Press. ISBN 978-3944744001</p>
-------------------------	---

2.11 Methoden & Instrumente des Strategischen Controllings						
Modulbezeichnung	Methoden & Instrumente des Strategischen Controllings			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Graap, Torsten; <u>Schmidt, Karin</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Strategisches Controlling (Schwerpunkt: Controlling & Finance)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - mündliche Prüfung (15-30 min)					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können das Themengebiet des „Strategischen Managements“ richtig einordnen. • und erkennen die Möglichkeiten und Grenzen der Unterstützung durch das „Strategische Controlling“. • sind in der Lage, Ziele zu definieren und die dazugehörigen Instrumente des „Strategischen Controllings“ anzuwenden. • lernen den Umgang mit der Zukunftsforschung aus diversen Quellen kennen und können daraus eigenständig kreative strategische Entwicklungsmöglichkeiten für Unternehmen entwickeln. • werden befähigt, die Anwendungsmöglichkeiten und den Einsatz des beschriebenen Instrumentariums in der betrieblichen Praxis einzuschätzen und zu beherrschen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Strategischen Managements • Unterschiede zwischen Operativem und Strategischem Controlling • Diverse Konzepte von Zukunftsentwicklungen (z.B. Megatrendtheorie, Club of Rome, Transformationstheorie) • Werkzeuge des Strategischen Controlling, wie z.B. SWOT-Analyse, Früherkennungssysteme, diverse Strategiekonzepte 					
Hinweis						
Literatur	<i>Verpflichtend:</i>					

	<ul style="list-style-type: none"> • ALTER, Roland: Strategisches Controlling, 2013. Unterstützung des strategischen Managements, 2. Aufl., München: Oldenbourg. ISBN 9783486756036 • BAUM, Heinz-Georg, Adolf G. COENENBERG und Thomas GÜNTHER, 2013. Strategisches Controlling, 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer Poeschel. ISBN 978-3-7910-2971-9. • HORX, Matthias. 2014. Das Megatrend-Prinzip. München: Pantheon Verlag. ISBN 978-3570552148 • MÜLLER, Armin, 2009. Grundzüge eines ganzheitlichen Controllings, München: Oldenbourg, 2. Auflage. ISBN 978-3486583434 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HORVATH, Peter, Ronald GLEICH und Mischa SEITER, 2019. Controlling, 14. Aufl., München: Vahlen. ISBN 978-3800658695
--	--

2.11 Methoden & Instrumente des Operativen Controllings						
Modulbezeichnung	Methoden & Instrumente des Operativen Controllings			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Mayr, Michael</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Operatives Controlling (Schwerpunkt: Controlling & Finance)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... beherrschen das klassische Instrumentarium sowie die Methoden des Operativen Controllings. • ... kennen das Werkzeug der integrierten Unternehmensplanung detailliert und können die erforderlichen Methoden praxisbezogen anwenden. • ... können betriebswirtschaftliche Entscheidungen auf der Grundlage von Kennzahlen vorbereiten. • ... sind mit modernen Instrumenten der Ergebnisabweichungsanalyse vertraut. • ... sind mit der Strukturierung und der Darstellung eines zielorientierten Berichtswesens vertraut. • ... haben auf Basis praxisbezogener Fallstudien den Anwendungsbezug erlernt. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffsbestimmung und Aufgaben des operativen Controllings • Integrierte Unternehmensplanung und Budgetierung • Instrumente und Varianten der Planung • Methoden des Investitionscontrollings • Methodiken der Verrechnungspreise • Systematische Ergebnisabweichungsanalyse • Berichtswesen und Kennzahlensysteme • Fallstudien zu ausgewählten Themenbereichen 					

Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • FISCHER, Thomas M., Klaus MÖLLER und Wolfgang SCHULTZE, 2015. Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3390-7, 3-7910-3390-5 • WEBER, Jürgen und Utz SCHÄFFER, Juli 2016. Einführung in das Controlling. 15. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3574-1, 3-7910-3574-6 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • STEINLE, Claus und Andreas DAUM, 2007. Controlling: Kompendium für Ausbildung und Praxis. 4. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-2679-4, 3-7910-2679-8 • GLADEN, Werner, 2014. Performance Measurement: Controlling mit Kennzahlen [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-05138-9. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-05138-9.

2.11 Portfoliomanagement – Institutionen, Modellierung und praktische Umsetzung						
Modulbezeichnung	Portfoliomanagement – Institutionen, Modellierung und praktische Umsetzung			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Sinha, Tanja</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Portfoliomanagement – Institutionen, Modellierung und praktische Umsetzung (Schwerpunkt: Controlling & Finance)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben einen Überblick über die geläufigen Finanzmarktindizes und kennen zugleich die grundlegenden Funktionsweisen von Aktien-, Renten- und Devisenmärkten. • kennen die Grundlagen der Portfoliotheorie sowie die Zusammenhänge zwischen Rendite und Risiko. • kennen die Inhalte der Portfolio-Selection-Theorie nach Markowitz. • kennen die Aussagen des Capital Asset Pricing Model sowie darauf aufbauende risikoadjustierte Performance-Maße. • verstehen die Eigenschaften von Kursen und Kursverläufen. • kennen Prozesse zur Beschreibung von Kurs- und Renditezeitreihen. • kennen Index- und Faktormodelle zur Prognose erwarteter Renditen. • haben einen Überblick über die verschiedenen Konzeptionen der Markteffizienz. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzmarktindizes und Funktionsweisen von Finanzmärkten • Grundlagen der Portfoliotheorie • Portfolio-Selection-Theorie • Capital Asset Pricing Model • Empirisches Verhalten von Kursen und Renditen • Index- und Faktormodelle • Die verschiedenen Konzeptionen der Markteffizienz 					

Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • FRANZEN, Dietmar und SCHÄFER, Klaus, 2018, Assetmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3829-2, 978-3-7910-3830-8 • SPREMANN, K. und P. GANTENBEIN, 2014. Zinsen, Anleihen, Kredite. 5. Auflage. München [u.a.]: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-70269-9 • ELTON, Edwin J. und Martin Jay GRUBER, 1995. Modern portfolio theory and investment analysis. 5. Auflage. New York, NY [u.a.]: Wiley. ISBN 0-471-00743-9 • BREALEY, Richard A., Stewart C. MYERS und Franklin ALLEN, 2017. Principles of corporate finance. T. Auflage. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 978-1-259-25333-1, 978-1-259-14438-7 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • MARKOWITZ, Harry, 1952. Portfolio Selection. In: The Journal of Finance. 7(1), S.77-91. ISSN http://links.jstor.org/sici?sici=0022-1082%28195203%297%3A1%3C77%3APS%3E2.0.CO%3B2-1 • SHARPE, William F., 1964. Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk. In: The Journal of Finance. 19(3), S. 425-442.

2.11 Unternehmensfinanzierung – Instrumente, Bewertung und Kapitalstruktur						
Modulbezeichnung	Unternehmensfinanzierung – Instrumente, Bewertung und Kapitalstruktur			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Habermann, Mandy</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Unternehmensfinanzierung – Instrumente, Bewertung und Kapitalstruktur (Schwerpunkt: Controlling & Finance)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen originäre Finanzierungsinstrumente, insbesondere solche, die an Finanzmärkten gehandelt werden. • können die wichtigsten Methoden und Instrumente, mit deren Hilfe diese Finanzierungsinstrumente bewertet werden, anwenden. • können die unternehmerische Kapitalstruktur und die damit verbundenen Kapitalkosten ermitteln. • kennen Maßnahmen zur Optimierung der Kapitalkosten und können diese einschätzen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Darstellung und Analyse der wichtigsten originären Finanzinstrumente • Bewertungsmethoden von Aktien und Zinsprodukten • Überblick über wesentliche Theorien zum Thema Kapitalstruktur • Ermittlung der Kapitalkosten wesentlicher Finanzinstrumente • Maßnahmen zur Veränderung der Kapitalstruktur und der Kapitalkosten 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • PAPE, U., 2018. Grundlagen der Finanzierung und Investition, 4. Auflage. Berlin [u.a.]: Oldenbourg. ISBN 978-3-11-057864-5 • PERRIDON, L., M. STEINER und A. RATHGEBER, 2017. Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage. München: Verlag Vahlen. ISBN 978-3-8006-5267-9, 978-3-8006-4900-6 					

	<ul style="list-style-type: none"> • SPREMANN, K. und P. GANTENBEIN, 2014. Zinsen, Anleihen, Kredite. 5. Auflage. München [u.a.]: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-70269-9 • SPREMANN, K. und A. GRÜNER, 2019. Finance, Investition – Unternehmensfinanzierung - Kapitalstruktur, 5. Auflage. Berlin [u.a.]: Oldenbourg. ISBN 978-3-11-047221-9 • SCHMIDT, R. und E. TERBERGER, 1997. Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie. 4. Auflage, Wiesbaden: Gabler. 3409437002 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BREALEY, Richard A., Stewart C. MYERS und Franklin ALLEN, 2017. Principles of corporate finance. T. Auflage. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 978-1-259-25333-1, 978-1-259-14438-7 • DRUKARCZYK, J. und A. SCHÜLER, 2016. Unternehmensbewertung. 7. Auflage. München: Verlag Vahlen. ISBN 978-3-8006-4777-4, 978-3-8006-4778-1 • KROLLE, S., Schmitt, G. und B. Schwetzler, 2005. Multiplikatorverfahren in der Unternehmensbewertung: Anwendungsbereiche, Problemfälle, Lösungsalternativen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. 978-3-7910-2390-8 • LUDERER, B. 2015. Starthilfe Finanzmathematik, 4. Auflage. Wiesbaden: Springer. 978-3-658-08424-0 • PEEMÖLLER, V., 2019. Praxishandbuch der Unternehmensbewertung. 7. Auflage. Herne: NWB. ISBN 978-3-482-51187-5
--	--

2.11 Logistikmanagement						
Modulbezeichnung	Logistikmanagement			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Mayr, Michael</u> ; Schuderer, Peter					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Logistikmanagement (Schwerpunkt: Operations & Supply Chain Management)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen grundlegende Logistikdefinitionen sowie -probleme und sind in der Lage Prozesse im Unternehmen modellhaft zu beschreiben. • beherrschen die methodischen Grundlagen, den gegenwärtigen Stand sowie Optimierungspotenziale von Material- und Informationsflüssen analytisch zu erarbeiten. • haben einen Überblick über innovative Methoden zu logistischen Prozessen insbesondere der operativen Beschaffungs- und Distributionslogistik. • haben die Bedeutung eines kennzahlenorientierten Logistikmanagements erfasst und sind in der Lage problemorientiert logistische Kennzahlen einzusetzen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Logistik und des Logistikmanagements • Ziele und Methoden des Logistikmanagements • Gestaltungsprinzipien in Fließsystemen • Verschwendung in Wertschöpfungssystemen • Wertstromanalyse und -design • Problemstellungen und Lösungsmethoden der Beschaffungslogistik • Zentrale Problemstellungen und Lösungsmethoden der Distributionslogistik • Konzepte zum Bestandsmanagement und Methoden zur Optimierung der Lagerbestandsarten • Transportkonzepte und Methoden zur Optimierung der außerbetrieblichen Transportströme • Konzepte des Logistikmanagements und -controllings 					
Hinweis						

<p>Literatur</p>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HEIZER, Jay; RENDER, Barry, 2020. Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 13th edition, Boston: Pearson • KLAUS, Peter, Winfried KRIEGER und Michael KRUPP, 2012. Gabler Lexikon Logistik: Management logistischer Netzwerke und Flüsse. ISBN 978-3-8349-7172-2 • SCHÖNSLEBEN, Paul, 2016. Integrales Logistikmanagement: Operations und Supply Chain Management innerhalb des Unternehmens und unternehmensübergreifend. ISBN 978-3-662-48334-3 • SCHULTE, Christof, 2017. Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain. 7. Auflage. München: Vahlen. • SLACK, Nigel; BRANDON-JONES, Alistair, 2019; Operations Management, 9th edition, Boston: Pearson • THONEMANN, Ulrich, 2015. Operations Management - Konzepte, Methoden und Anwendungen. 3. Auflage. München: Pearson Studium. <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter, 2014. Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung. 5. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-188-3 • ERLACH, Klaus, 2010. Wertstromdesign: Der Weg zur schlanken Fabrik. 2. Auflage. Heidelberg: Springer. • ROTHER, Mike und John SHOOK, 2015. Sehen lernen: Mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen. 4. Auflage. • WANNENWETSCH, Helmut, 2014. Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung. ISBN 978-3-642-45023-5
-------------------------	--

2.11 Industrielle Logistik und Lean Production

Modulbezeichnung	Materialflusslogistik und Informationssysteme	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Schuderer, Peter</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Industrielle Logistik und Lean Production (Schwerpunkt: Operations & Supply Chain Management)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • beherrschen die wichtigsten Komponenten des Material- und Informationsflusses im industriellen Wertschöpfungsprozess unter wirtschaftlichen und technischen Gesichtspunkten. • können die relevanten Systeme zur Planung und Steuerung der Supply Chain mit Schwerpunkt auf den Wertschöpfungsprozessen einordnen. • haben einen Überblick über logistische Informationssysteme und vertieftes Wissen in den Funktionsgruppen und Funktionen der Produktionsprozesse (Make), im Management der vorgelagerten (Source) und nachgelagerten Prozesse (Deliver) sowie in der Reverse Logistics (Return). • haben anhand konkreter Fallbeispiele aus der betrieblichen Praxis einen Überblick über die logistischen Funktionen. 					
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1 Grundlagen zu Materialfluss und Wertschöpfungssystemen 2 Transport- und Lagersysteme <ul style="list-style-type: none"> • Transport- und Umschlagssysteme • Lager- und Kommissioniersysteme • IT-Unterstützung in Transport, Lager und Kommissionierung 3 Beschaffungslogistik <ul style="list-style-type: none"> • Wareneingang • Konzepte der externen Materialbeschaffung • IT-Unterstützung in der Beschaffung (eProcurement) 4 Produktionslogistik und Lean Production 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Materialflussgerechte Fabrikplanung • Produktionsplanung und –steuerung • Produktionssynchrone Materialversorgung etc.) • Innovative Fertigungskonzepte und Produktionssysteme • Industrie 4.0/Logistik 4.0 • IT-Unterstützung in der Produktion (eProduction) <p>5 Distributionslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Just-in-Time / Just-in-Sequence • IT-Unterstützung in der Distribution (eDistribution) <p>6 Entsorgungslogistik (Sustainable SCM)</p> <p>Schlagwörter: Transport-/Förder-/Ladehilfsmittel, Stetig-/Unstetigförderer, Lager-technik, Kommissioniertechnik, Grundlagen und Einordnung logistischer Informationssysteme (Supply Chain, Geschäftsprozesse, Funktionen, Techno-logien), Supply-Chain-Anwendungssysteme (SCM, ERP, PPS, JiT/JiS-Systeme, Synchro-Log, Cyber-Physische Systeme, Industrie 4.0), Produktionsplanung und –steuerung (Grunddatenerzeugung/-verwaltung, Absatz-/Produktionsprogramm-planung, Mengenplanung, Termin- und Kapazitätsplanung, Auftragsveran-lassung/-überwachung), Werkstatt-/Fertigungssteuerung, Lean Management, Produktionssysteme</p>
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HAUSLADEN, Iris, 2016. IT-gestützte Logistik - Systeme - Prozesse - Anwendungen. 3. Auflage. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-13079-4 • KLAUS, Peter, KRIEGER, Winfried und KRUPP, Michael, 2012. Gabler Lexikon Logistik: Management logistischer Netzwerke und Flüsse. 5. Auflage., Gabler, ISBN 978-3-834-93371-3 • SCHÖNSLEBEN, Paul, 2016. Integrales Logistikmanagement: Operations und Supply Chain Management innerhalb des Unternehmens und unternehmensübergreifend. 7. Aufl. Berlin: Springer. ISBN 978-3-662-48334-3, • SCHULTE, Christof, 2017. Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain. 7. Auflage. München: Vahlen, ISBN 978-3-800-65118-4 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ARNOLD, Dieter und Kai FURMANS, 2019. Materialfluss in Logistiksystemen. 7. Auflage. Berlin: Springer, ISBN 978-3-662-60387-1 • KLUG, Florian, 2018. Logistikmanagement in der Automobilindustrie: Grundlagen der Logistik im Automobilbau. 2. Auflage. Berlin: Springer. ISBN 978-3-662-55872-0 • MERTENS, Peter, 2013. Integrierte Informationsverarbeitung 1: Operative Systeme in der Industrie. 18. Auflage. Berlin: Springer. ISBN 978-3-8349-4394-1 • WANNENWETSCH, Helmut, 2014. Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung. 5. Aufl. Berlin: Springer. ISBN 978-3-642-45023-5

2.11 Praxisprojekt zur Operational Excellence						
Modulbezeichnung	Logistische Analysemethoden und Projektstudium			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Schuderer, Peter</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxisprojekt zur Operational Excellence (Schwerpunkt: Operations & Supply Chain Management)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - mündliche Prüfung					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> wenden die in den Veranstaltungen L1 und L2 erlernten Inhalte (Methoden und Techniken) in realen Anwendungsfällen in Unternehmen an. tragen nachhaltig zu Verbesserungen innerhalb der jeweiligen Unternehmen bei (keine Spielprojekte!). führen im Rahmen des Projektes in einem Unternehmen zu einer konkreten Aufgabenstellung eine Ist-Analyse durch. erstellen ein Sollkonzept. präsentieren erfolgreich vor den Entscheidungsträgern des Unternehmens. bereiten die Projektergebnisse auf und dokumentieren diese in einem Ergebnisbericht. gewinnen Kompetenzen, um im Praxiseinsatz logistische Problemstellungen eigenständig lösen zu können. 					
Inhalte des Moduls	<p>Methoden und Techniken der Operational Excellence</p> <ul style="list-style-type: none"> Grundsätze Analysemethoden (ABC-, XYZ-Analyse, Prozessdarstellung, Muda etc.) Informationsfluss Materialfluss Wertstromanalyse und -design Prozessanalyse <p>Praxisprojekt im Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> Einführung in das Projekt Datenaufnahme 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Ist-Analyse (Prozesse, IT-Systeme, Stärken- und Schwächenanalyse) • Sollkonzept • Präsentation • Nachbereitung/Dokumentation
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ERLACH, Klaus, 2010. Wertstromdesign - der Weg zur schlanken Fabrik. 2. Auflage. Berlin/Heidelberg: Springer. ISBN 978-3-540-89866-5 • KLAUS, Peter, KRIEGER, Winfried und KRUPP, Michael, 2012. Gabler Lexikon Logistik: Management logistischer Netzwerke und Flüsse. 5. Auflage., Gabler, ISBN 978-3-834-93371-3 • ROTHER, Mike, und Rick HARRIS, 2006. Kontinuierliche Fließfertigung organisieren: Praxisleitfaden zur Einzelstück-Fließfertigung für Manager, Ingenieure und Meister in der Produktion. Lean Enterprise Institute. ISBN 978-0-974-32258-2 • ROTHER, Mike und John SHOOK, 2015. Sehen lernen: mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen. LMI Forum GmbH. ISBN 978-3-9809521-1-8 • SCHULTE, Christof, 2017. Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain. 7. Auflage. München: Vahlen, ISBN 978-3-800-65118-4 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • KLUG, Florian, 2018. Logistikmanagement in der Automobilindustrie: Grundlagen der Logistik im Automobilbau. 2. Auflage. Berlin/Heidelberg: Springer. ISBN 978-3-662-55872-0 • OHNO, Taiichi, 2013. Das Toyota-Produktionssystem. 3. Auflage. Frankfurt/New York: Campus. ISBN 978-3-593-39929-4

2.11 B2B Vertriebsmanagement und Psychologie der Kommunikation						
Modulbezeichnung	B2B Vertriebsmanagement und Psychologie der Kommunikation			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Hofbauer, Günter; Sangl, Anita					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	B2B Vertriebsmanagement und Psychologie der Kommunikation (Schwerpunkt: Marketing & Sales)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Instrumente und Methoden der marktorientierten Unternehmensführung auf verschiedene Aufgabenstellungen in Vertrieb und Kommunikation anwenden und deren Erfolg anhand konkreter Erfolgskennziffern messen und beurteilen. • besitzen das Wissen über den Erfolgsbeitrag der Marketing-Kommunikation und des Vertriebsmanagements und können Aufgabenstellungen adäquat formulieren. • sind befähigt zur Erkennung und umsetzungsbezogenen Anwendung der Psychologie der Kommunikation im speziellen Einzelfall. • können Sozialtechniken der Kommunikation anwenden. • haben die Kompetenz durch Maßnahmen der integrierten Marketing-Kommunikation die zielführende Aktivierung des Marktpotenzials zu erreichen. • sind fähig, die Möglichkeiten der Akquisition und Kundenbindung durch das professionelle Vertriebsmanagement zu beurteilen und einzusetzen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Psychologische Aspekte im Marketing Relationship Management • Bedeutung und Aufgaben der Marketing-Kommunikation • Aufmerksamkeitsstarke Bildkommunikation und Sozialtechniken • Markenmanagement, Imagepolitik und Corporate Identity • Der Communication Cycle – mit 11 Phasen zum Erfolg • Kreativität und Gestaltungsprinzipien • Grundlagen für professionelles Vertriebsmanagement • Inhalt und Zielsetzung des Vertriebsmanagements • Kundenlebenszykluskonzept und Vorgehensweisen 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Der Selling Cycle – mit 11 Phasen zum Erfolg • Wirkungsgrößen, Erfolgskennziffern und Controlling
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter und Claudia HELLWIG, 2016. Professionelles Vertriebsmanagement: der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht. 4. Auflage. Erlangen: PUBLICIS. ISBN 978-3-89578-437-8, 978-3-89578-938-0 • HOFBAUER, Günter und Christina HOHENLEITNER, 2005. Erfolgreiche Marketing-Kommunikation: Wertsteigerung durch Prozessmanagement. München: Vahlen. ISBN 3-8006-3239-X • HOFBAUER, Günter, 2015. The Characterization of Alpha Communicators in the Context of Communication and Diffusion. In: Journal of Business and Economics. 6(1), S.50-58. ISSN 2155-7950 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter und Barbara SCHÖPFEL, 2010. Professionelles Kundenmanagement: ganzheitliches CRM und seine Rahmenbedingungen. Erlangen: PUBLICIS. ISBN 978-3-89578-331-9, 3-89578-331-5 • HOFBAUER, Günter, Thomas FINK und Karina HOFBAUER, 2014. Erfolgreich verhandeln: so kommen Sie gezielt zum Vertragsabschluss. Berlin: Uni-Edition. ISBN 978-3-944072-25-8

2.11 Marktforschung						
Modulbezeichnung	Marktforschung			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Heinisch, Stefan; <u>Raab-Kuchenbuch, Andrea</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Mo- duls	Marktforschung (Schwerpunkt: Marketing & Sales)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenz- zeit	WBT-Auf- wand	Selbststu- dium	Gesamtauf- wand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 – schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind mit den in der Praxis eingesetzten Marketingforschungsmethoden vertraut und können diese systematisch im Rahmen des Marketingforschungsprozesses anwenden. • Studierende können die wichtigsten Verfahren der statistischen Datenanalyse anwenden und kennen deren Möglichkeiten und Grenzen. • Studierende sind in der Lage, praktische Marketingforschungsproblemstellungen eigenständig zu lösen. • Studierende bekommen eine praktische Einführung in die Software SPSS und sind in der Lage, Outputs zu interpretieren. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Marktforschung und Marketingforschung im Kontext • Der Marketingforschungsprozess • Untersuchungsziel erkennen und definieren • Forschungsplan erstellen und Daten erheben • Erhobene Daten analysieren und interpretieren • Marketingforschung anhand einer praktischen Arbeit • Einführungstraining in SPSS 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • RAAB, Andrea, Andreas POOST und Simone EICHHORN, 2009. Marketingforschung - Ein praxisorientierter Leitfaden. ISBN 978-3170207509 • BEREKOVEN, Ludwig, ECKERT, Werner, ELLENRIEDER, Peter, 2006. Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung [online]. Wiesbaden: Gabler PDF e-Book. ISBN 3-8349-0317-5, 978-3-8349-0317-4. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9062-4. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • NIESCHLAG, Robert, Erwin DICHTL und Hans HÖRSCHGEN, 2002. Marketing. 19. überarb. u. erg. Aufl., Duncker & Humblot. ISBN 978-3-428-10930-2 • SCHWARZE, Jochen, 2013. Aufgabensammlung zur Statistik. 7., vollst. überarb. Auflage. Berlin: NWB Verlag. ISBN 978-3-482434570 • BOURIER, Günther, 2014. Statistik-Übungen: beschreibende Statistik, Wahrscheinlichkeitsrechnung, schließende Statistik [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-05994-1, 978-3-658-05995-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-05995-8. • GÜNTHER, Martin, Ulrich VOSSEBEIN und Raimund WILDNER, 2006. Marktforschung mit Panels: Arten, Erhebung, Analyse, Anwendung. 2. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-409-22244-8, 978-3-409-22244-0 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>
--	--

2.11 Marketing Performance mit Produkt und Preis						
Modulbezeichnung	Marketing Performance mit Produkt und Preis			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Hofbauer, Günter; Sangl, Anita					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Marketing Performance mit Produkt und Preis (Schwerpunkt: Marketing & Sales)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können Kundenwünsche zur Aufdeckung von Marktpotenzialen interpretieren und eine bedarfsgerechte Angebotserstellung formulieren. • können Kaufentscheidungsprozesse analysieren und erhalten ein tiefes Verständnis für das Käuferverhalten sowohl von Unternehmen als auch von Konsumenten. • können dieses Wissen nutzen, um die Performance bildenden Komponenten zu gestalten und aufeinander abzustimmen. • kennen durch die vertiefende Darstellung des Produktmanagementprozesses die kritischen Erfolgsgrößen für Innovationen. • besitzen die Kompetenz durch Maßnahmen des Produktmanagements die Erfolgspotenziale des Unternehmens zu nutzen. • sind befähigt zur selbstständigen Anwendung der Marketinginstrumente in der Praxis. • sind befähigt, Produkt- und Innovationsprozesse zielorientiert zu führen und adäquat zu beurteilen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen für das Produktmanagement • Innovation und Technologie • Kaufentscheidungsprozesse als Basis für die Produktgestaltung • Integriertes Beschaffungsmarketing • Diffusionsmanagement und die Verbreitung von Innovationen • Professionelles Preis- und Kostenmanagement • Rechtliche Rahmenbedingungen • Organisation und Anforderungen an das Produktmanagement 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Prozessorientierung im Produktmanagement • Der Produktmanagement Cycle – mit 11 Phasen zum Erfolg
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter und Anita SANGL, 2018. Professionelles Produktmanagement: der prozessorientierte Ansatz, Rahmenbedingungen und Strategien. 3. Auflage. Erlangen: Publicis Pixelpark. ISBN 978-3-89578-473-6, 3-89578-473-7 • HOFBAUER, Günter und Sabine KNÖR, 2015. Professionelles Preismanagement: die Komponenten langfristig wirksamer Preisgestaltung. Erlangen: Publicis. ISBN 978-3-89578-454-5, 3-89578-454-0 • HOFBAUER, Günter und Sabine BERGMANN, 2012. Prinzipien des Innovations- und Technologiemanagements. Ingolstadt: Fachhochschule. ISBN http://opus4.kobv.de/opus4-haw/frontdoor/index/index/id/39/docId/39 • HOFBAUER, Günter und HOFBAUER, Karina, 2016. The Innovation-Alignment-Portfolio to balance Exploitation and Exploration of Innovations. In: China-USA Business Review. 2016(9), S.417-424. ISSN 1537-1514 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter und Karoline DÜRR, 2011. Der Kunde - das unbekannte Wesen: psychologische und soziologische Einflüsse auf die Kaufentscheidung. 2. Auflage. Berlin: Uni-Ed. ISBN 978-3-942171-19-9

2.11 Digital Marketing						
Modulbezeichnung	Digital Marketing			Modulnummer	2.11	
Dozent/in <u>Modulverantwortliche/r</u>	<u>Decker, Alexander</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Digital Marketing (Schwerpunkt: Marketing & Sales)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben; v.a. auch über Online-Recherche) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erwerben vor allem anwendungs- und praxisorientiertes Wissen rund um Digital Marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie verstehen die Grundlagen der Strategieentwicklung in Online Marketing inkl. Social Media an. • Sie verstehen die wichtigsten Tools im Digital Marketing und deren Aufbau und Funktionsweisen. • Sie kennen die Formen, Anwendungsmöglichkeiten, Analyse-Methoden von Social-Media-Plattformen. • Sie können Best von Worst Cases im Digital Marketing unterscheiden. • Sie wissen wie die verschiedenen Tools im unternehmerischen Alltag anzuwenden sind und worauf bei welchem Tool gesondert zu achten ist. • Sie lernen ausgewählte Digital-Marketing-Tools zu verstehen und anzuwenden. • Sie kennen die wichtigsten Do's and Don'ts im digitalen Marketing. • Sie sind fähig das erworbene Wissen im Rahmen eines Praxisprojekts anzuwenden. • Sie trainieren auch ihre analytischen Fähigkeiten, Präsentationstechniken und Kommunikationsfähigkeiten. 					
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung und Überblick zum Digitalen Marketing 2. Grundlagen der Website-Gestaltung 3. Klassische Instrumente des Digitalen Marketing <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Display Advertising 					

	<p>3.2 SEO</p> <p>3.3 SEA</p> <p>3.4 Affiliate Marketing</p> <p>3.5 E-Mail-Marketing</p> <p>4. Weiterführende Instrumente im Digitalen Marketing</p> <p>4.1. Content Marketing</p> <p>4.2. Virales Marketing</p> <p>4.3. AR, MR und VR</p> <p>4.4. Gamification</p> <p>5. Social Media Marketing – Der SoMe-Strategie-Prozess</p>
Hinweis	Keine
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • DECKER, Alexander (2019): Der Social-Media-Zyklus. Springer Gabler. ISBN 3658228725/ EAN 9783658228729 • KINGSNORTH, Simon (2016): Digital Marketing Strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page. ISBN 978-0749474706 • KREUTZER, Ralf T. (2018): Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte - Instrumente – Checklisten. Springer Gabler. ISBN 978-3658179113 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BABKA, Stefanie (2016): Social Media für Führungskräfte: Behalten Sie das Steuer in der Hand. Springer Gabler. ISBN 978-3658057664 • CHAFFEY, Dave & ELLIS-CHADWICK, Fiona (2012): Digital Marketing – Strategy, Implementation and Practice. 5. Auflage. Harlow: Pearson. ISBN 978-0273746102 • GRABS, Anne; BANNOUR, Karim-Patrick; VOGL, Elisabeth (2018): Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram und Co. Rheinwerk Computing. ISBN 978-3836262316 • JARVIS, Jeff (2009): What would Google do. Harper Business. ISBN 978-0061709715 • KREUTZER, Ralf T.; LAND, Karl-Heinz (2016): Digitaler Darwinismus: Der stille Angriff auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Marke. Springer Gabler. ISBN 978-3-658-11305-6 • LAMMENNETT, Erwin (2019): Praxiswissen Online-Marketing. Springer Gabler. 7. Auflage. ISBN 978-3658251345 • PEIN, Vivian (2018) Der Social Media Manager. Handbuch für Ausbildung und Beruf. Reinwerk Computing. 3. Auflage. ISBN 978-3836256193 • RYAN, Damian (2015): Understanding Social Media: How to create a plan for your business that works. Kogan Page. ISBN 978-0749473563 <p>Aber v.a. auch viel Recherche im WWW</p>

2.11 Personal- und Organisationsentwicklung

Modulbezeichnung	Personal- und Organisationsentwicklung	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Grein, Eberhard; <u>Lieske, Claudia</u> ; Regler, Michaela					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Personal- und Organisationsentwicklung (Schwerpunkt: HR Management & CSR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Personal- und Organisationsentwicklung:</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen und Bestandteile des HR Managements und des Organisationsmanagements. Die Studierenden sind mit den Grundlagen und -prinzipien der Personal- und Organisationsentwicklung vertraut.</p> <p>Die Studenten haben einen tieferen Einblick in Arbeitsrechtsthemen sowie internationales HR Management und einen Überblick über Change Management als aktuelles Feld des Organisations- und Personalmanagements. Sie verstehen die Bedeutung von Mitarbeitern als Human Capital und kennen verschiedene Aspekte der Vergütung von Mitarbeitern.</p>					
Inhalte des Moduls	<p>Personal- und Organisationsentwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgabenfelder des HR Managements und des Organisationsmanagement in Zeiten der Digitalisierung und Globalisierung • HR Rollen, Human Capital, HR Werttreiber+ Feedback • Internationales HR-Management • Variable Vergütung + Betriebliche Zusatzleistungen • Begründung, Inhalte + Beendigung von Arbeitsverträgen • Besonderer Kündigungsschutz • Change Management als aktuelles Feld des Organisations- und Personalmanagements • Personalbeurteilung + Personalplanung 					
Hinweis						
Literatur	<i>Verpflichtend:</i>					

	<ul style="list-style-type: none"> • DOWLING, Peter J., Marion FESTING und Allen D. ENGLE, 2017. International human resource management. 7. Auflage. Andover: Cengage Learning. ISBN 978-1-4737-1902-6 • EISELE, Daniela und Thomas DOYÉ, 2010. Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre: Wertschöpfungskette Personal. 7. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-020095-1, 978-3-17-029451-6 • BERTHEL, Jürgen und Fred G. BECKER, 2017. Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 11. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH. ISBN 978-3-7910-3738-7 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • DOYÉ, Thomas, MARTIN, Richard, 2010. Organisationsentwicklung und Abbau von Widerständen gegen Veränderungen. In: Change management. • APPEL, Wolfgang, 2013. Digital Natives: was Personaler über die Generation Y wissen sollten [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-00543-6, 978-3-658-00542-9. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-00543-6. • OLFERT, Klaus, 2016. Personalwirtschaft. 10. Auflage. Herne: Kiehl. ISBN 978-3-470-49680-1
--	--

2.11 Human Resource Management

Modulbezeichnung	Human Resource Management	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Münichsdorfer, Daniel; <u>Quenzler, Alfred</u> ; Schütz, Stefan					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Human Resource Management (Schwerpunkt: HR Management & CSR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Human Resource Management: Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> kennen die wichtigsten Aufgabenfelder, Instrumente und Themengebiete des Human Resource Management. können diese Kenntnisse auf konkrete Problemstellungen anwenden. 					
Inhalte des Moduls	Human Resource Management: Exemplarische Vertiefung ausgewählter Schwerpunktthemen anhand von Übungen und Case Studies. <ul style="list-style-type: none"> Employer Branding und Arbeitgeberattraktivität in Zeiten des Fachkräftemangels Arbeitsorganisation 4.0. und New Work in Zeiten der Digitalisierung Die Bedeutung von Unternehmenskultur und Werten Social Media als zentrales Instrument im Recruitingprozess Arbeitszufriedenheit und lebensbegleitendes Lernen Demographiebasiertes Personalmanagement Talent Management als strategisches HR Thema Kennen von innovativen Personalinstrumenten wie Talent Relationship Management Einsatz konkreter Instrumente und Verfahren des operativen Personalmanagements HR Controlling als Basis sinnvoller Planungen Bearbeitung praxisbezogener Fallstudien und Beispiele 					
Hinweis						

<p>Literatur</p>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • EISELE, Daniela und Thomas DOYÉ, 2010. Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre: Wertschöpfungskette Personal. 7. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-020095-1 • FESTING, Marion, 2011. Internationales Personalmanagement [online]. Wiesbaden: Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-8349-0379-2, 3-8349-0379-5. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6421-2. • DESSLER, Gary, 2017. Human resource management. 15. Auflage. Boston; Munich [und viele weitere]: Pearson. ISBN 978-1-292-15210-3, 1-292-15210-9 • BARTSCHER, Thomas und Regina NISSEN, 2017. Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. 2. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-281-1, 3-86894-281-5 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ULRICH, David, 1999. Strategisches Human-Resource-Management. München; Wien: Hanser. ISBN 3-446-21228-0 • JUNG, Hans, 2017. Personalwirtschaft [online]. Berlin; Boston: De Gruyter Oldenbourg PDF e-Book. ISBN 978-3-11-049309-2, 978-3-11-049153-1. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1515/9783110493092. • SCHOLZ, Christian, 2014. Personalmanagement: informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. 6. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-4869-6, 978-3-8006-3680-8
-------------------------	--

2.11 Personal- und Organisationsentwicklung Projekte

Modulbezeichnung	Personal- und Organisationsentwicklung Projekte	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Quenzler, Alfred</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Personal- und Organisationsentwicklung Projekte (Schwerpunkt: HR Management & CSR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen Konzepte, Verfahren und Instrumente der Organisationsentwicklung und des HR-Managements. sind fähig, anhand konkreter Praxisprojekte von Partnerunternehmen Konzeptionen und konkrete Lösungsvorschläge für aktuelle Fragestellungen von Unternehmen und Praxisprobleme zu erarbeiten. können problemlösungsorientiert und strukturiert arbeiten, konkrete Umsetzungskompetenz anwenden sowie zielgerichtet präsentieren. 					
Inhalte des Moduls	<p>Beispiele bisheriger Projekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> Optimierung von Studentenbindungsprogrammen Social Media: Welche Kanäle sind für Zielgruppen relevant? Analyse des spanischen Arbeitgebermarktes Erarbeitung eines Konzeptes zur Einführung von „Campus Scouts“ Benchmark Karriereseiten international agierender Unternehmen Evaluierung der Unternehmenskultur in Unternehmen Prozessorientierte Organisation des Personalwesens Einführung eines firmenspezifischen PE/OE-Konzeptes Talent Relationship Management in internationalen Unternehmen Konzeption und Durchführung einer Mitarbeiterbefragung Analyse und Einführungsstrategie für ein Online-Game eines Großunternehmens 					
Hinweis						

Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• MEYER, Helga, REHER, Heinz-Josef, 2016. Projektmanagement: Von der Definition über die Projektplanung zum erfolgreichen Abschluss [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-07569-9, 978-3-658-07568-2. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-07569-9. <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>
------------------	--

2.11 CSR and Compliance Management						
Modulbezeichnung	CSR and Compliance Management			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Büchl, Reinhard; <u>Kühl, Christian</u> ; Krebs, Jan-Marten					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Mo- duls	CSR and Compliance Management (Schwerpunkt: HR Management & CSR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teil- nahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Vorausset- zungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN – mündliche Prüfung					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Mo- duls	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know the concept of CSR and are able to explain the theoretical background to the concept. • are able to embed the CSR concept into the framework of sustainable development in general and business administration in particular. • know the shareholder and the stakeholder approach and have formed their own idea of what a business is there for and what place it takes in society. • are able to work with the basic concepts of sustainability controlling and understand the most important key performance indicator (KPI) in that respect. • are able to relate their theoretical knowledge to practical case studies and form an opinion on the CSR activities of companies. • know the concept of compliance and are able to comprehend compliance as a major issue when doing business globally. • understand how compliance influenced by law and company regulations is linked to the ethical behavior of each individual and how they can act accordingly. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • CSR and the theory of business administration: contradiction in terms? • Is business part of society or “is the business of business business”? • Definition of CSR and relation to the concept of sustainability/sustainable development • Shareholder vs. Stakeholder approach • The four theories of CSR, or: why business should try to do good • Is there a “business case” for CSR? 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Sustainability Controlling: green controlling and other measurement techniques • How to implement CSR: examples/case studies from the automotive (and other) industry • Definition of compliance with an international scope • Perception of compliance in different countries and companies • Structure and concepts for corporate compliance • Compliance challenges when making business in a global environment
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • FREEMAN, R. Edward, Jeffrey S. HARRISON, Andrew WICKS, Bidhan L. PARMAR and Simone DE COLLE, 2011. Stakeholder Theory. The State of the Art. New York: Cambridge University Press. ISBN 978-0521137935 • ERNST & YOUNG, 2014. Global Fraud Survey; Overcoming compliance fatigue; Reinforcing the commitment to ethical growth. 13th Global Fraud Survey • http://www.thinkib.net/psychology/page/676/compliance-techniques <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>

2.11 Business Intelligence & Business Analytics						
Modulbezeichnung	Business Intelligence & Business Analytics			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Bernhard, Anna; Weichselsdorfer, Kerstin					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business Intelligence & Business Analytics (Schwerpunkt: Digital Business)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> verstehen die Datenflüsse innerhalb von Unternehmen und sind mit den Prinzipien der Systemlandschaften innerhalb von Unternehmen von der Erhebung der Daten über die Verarbeitung bis hin zum Reporting auf verschiedenen Management-Ebenen vertraut. kennen den Business Intelligence Prozess, die Entwicklungen und die Einsatzmöglichkeiten von BI-Systemen. kennen die Abgrenzung zu operativen Systemen und die Gründe dafür. kennen die Grundlagen betriebswirtschaftlicher Kennzahlensysteme für verschiedene Management-Ebenen und können diese Kennzahlen konkret aus einer Menge an Daten erarbeiten. sind vertraut im Umgang mit Big Data und sind in der Lage mit verschiedenen Analysemöglichkeiten des Data Minings umzugehen. kennen die Architektur und die wichtigsten Elemente eines Data Warehouse. sind in der Lage - auf Basis eines konkreten Business Cases - den kompletten BI-Prozess inkl. Reporting auf Basis einer betriebswirtschaftlichen Fragestellung anhand einer BI-Software in Grundzügen selbst umzusetzen. sind in der Lage, die Eigenschaften von Enterprise Resource Planning zu beschreiben und können in diesem Zusammenhang ERP-Systeme und deren Architektur im Kontext des Informationsmanagements einordnen. kennen Vor- und Nachteile einer Standardsoftware und können diese in ihren wesentlichen Grundzügen an die unternehmensspezifischen Anforderungen anpassen. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • können Geschäftsvorfälle in einem bereits konfigurierten System erfassen und mittels Fallstudien im System arbeiten. • verstehen die Herausforderungen bei der Einführung neuer ERP-Systeme im Unternehmen.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung eines oder mehrerer klassischer Prozesse (z.B. Purchase-to-Pay, Order-to-Cash, Produktion) in SAP ERP anhand einer konkreten Fallstudie • Anpassungen der Organisationsstruktur beim Setup eines neuen Systems (nur lesend) • Anwender- und Beratersicht • Überblick und Einordnung von Data Analytics, Big Data und Business Intelligence • Schichtenarchitektur analytischer Anwendungssysteme • Data-Warehousesysteme und Architekturvarianten • Anwendung von Datenanalysemethoden • Entwicklung und Umsetzung von Reporting- Lösungen mittels BI-Tools
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • GRONAU, Norbert, 2014. Enterprise Ressource Planning - Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen. Berlin [u.a.]: De Gruyter Oldenbourg. ISBN 978-3-486755749 • KEMPER, Hans-Georg, Henning BAARS und Walid MEHANNA, 2010. Business Intelligence- Grundlagen und praktische Anwendung. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3-4807192 • GLUCHOWSKI, Peter und Peter CHAMONI, 2016. Analytische Informationssysteme: Business Intelligence-Technologien und -Anwendungen. 5. Auflage. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3-662-47762-5, 3-662-47762-9 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • MERTENS, Peter, 2013. Integrierte Informationsverarbeitung 1. 18. Aufl. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3834943941 • MERTENS, Peter und Marco Meier, 2009. Integrierte Informationsverarbeitung 2. Berlin: Springer Gabler. ISBN 978-3834910011

2.11 Electronic und Mobile Business

Modulbezeichnung	Electronic und Mobile Business	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Locher, Christian; <u>Stummeyer, Christian</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotsemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Electronic und Mobile Business (Schwerpunkt: Digital Business)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen die betriebswirtschaftlichen und technischen Hintergründe des E- und M-Business. verstehen die besondere Mechanik internetbasierter Geschäftsmodelle. sind in der Lage, eine E-Business-Geschäftsidee in einen aussagekräftigen Business Case umzusetzen. können die Komplexität der technischen Unterstützung eines E-Business-Prozesses einschätzen, nachdem sie dies exemplarisch im Rahmen einer praktischen Arbeit im Team umsetzen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Was heißt E- und M-Business? Betriebswirtschaftliche und technische Hintergründe Klassische Anwendungsfälle – unternehmensinterne und unternehmensübergreifende Prozesse Internet-Ökonomie: Regeln und Mechanik internetbasierter Geschäftsmodelle Vertiefung E-Commerce Arbeit im Team zur Ausarbeitung eines E-Business-Geschäftsmodells Arbeit im Team zur Planung und Umsetzung eines Anwendungssystems 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> KOLLMANN, Tobias, 2016. E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der digitalen Wirtschaft. 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-07669-6, 3-658-07669-0 					

	<ul style="list-style-type: none">• HEINEMANN, Gerrit, 2017. Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-15384-7, 978-3-658-15383-0. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-15384-7. <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• GRAF, Alexander und Holger SCHNEIDER, 2015. Das E-Commerce Buch: Marktanalysen - Geschäftsmodelle - Strategien. Frankfurt am Main: dfv Mediengruppe Fachbuch. ISBN 978-3-86641-307-8
--	---

2.11 Prozess- und IT-Management						
Modulbezeichnung	Prozess- und IT-Management			Modulnummer	2.11	
Dozent/in <u>Modulverantwortliche/r</u>	<u>Schmidt, Werner</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Prozess- und IT-Management (Schwerpunkt: Digital Business)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die Teilnehmer sollten das Modul 1.4 Digital Transformation & Business Models erfolgreich abgelegt haben. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Bedeutung des Geschäftsprozessmanagements (GPM / BPM) für die beständige (Neu-)Ausrichtung der Geschäftsprozesse der Unternehmen am Kunden. • können ausgewählte Methoden und Softwarewerkzeuge des integrierten BPM-Zyklus in den einzelnen Aktivitätsbündeln des Zyklus anwenden. • kennen das Betätigungsfeld und das Aufgabenspektrum von IT-Führungskräften. • kennen wesentliche Aspekte von IT-Organisation ebenso wie die aktuellen organisatorischen Ansätze im Zusammenhang mit der Digitalisierung von Unternehmen. • verstehen die wesentlichen IT-Prozesse gemäß ITIL und ISO 20.000 und können sie im Unternehmenskontext anwenden. • haben das Hintergrundwissen über die relevanten IT-Outsourcingformen sowie die wesentlichen Schritte und die damit zusammenhängenden Aufgabenstellungen und kritischen Erfolgsfaktoren beim Prozess des Outsourcings von IT-Dienstleistungen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Geschäftsprozessmanagement (GPM) / Business Process Management (BPM): GPM/BPM als Motor der Digitalisierung • Vorgehensmodell (Identifikation, Darstellung, Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen) • Gestaltung von Prozessen mit Hilfe moderner IT-Werkzeuge: Vom Modell zum ausführbaren Workflow • Monitoring von Prozessen: Business Process Intelligence 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbauorganisatorische Aspekte der IT (inkl. Zusammenarbeit IT- und Fachabteilung), auch im Zusammenhang mit Digital Business • IT-Outsourcing (inkl. Cloud Computing) • IT-Prozesse (inkl. Ansätze zu ITIL)
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFMANN, Jürgen und Werner SCHMIDT, 2010. Masterkurs IT-Management. 2. Auflage. Wiesbaden: Vieweg+Teubner Verlag. ISBN 978-3-8348-0842-4 • WESKE, Mathias, 2012. Business Process Management. 2. Auflage. Berlin: Springer-Verlag. ISBN 978-3-642-44441-8 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>

2.11 Ertragsteuern						
Modulbezeichnung	Ertragsteuern			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Alt, Markus; Bauer, Christian					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Ertragsteuern (Schwerpunkt: Unternehmensbesteuerung & Rechnungslegung)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • können mit dem Ertragsteuerrecht arbeiten. • kennen die Normen und Wirkungen der Ertragsteuern sowie die Wechselwirkungen von Steuer- und Handelsbilanz. • können die für Unternehmen relevanten ertragsteuerlichen Zusammenhänge erkennen und Gestaltungen erarbeiten. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Einkommensteuer mit Schwerpunkt auf der Besteuerung unternehmerischer Tätigkeit natürlicher Personen • Besonderheiten bei der Mitunternehmerschaft • Vertiefung der Körperschaftsteuer • Vertiefung der Gewerbesteuer • Bilanzsteuerliche Grundlagen • Überblick zur Organshaft und zum Umwandlungssteuerrecht 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HOTTMANN, Jürgen, Markus BECKERS und Heribert SCHUSTEK, 2017. Einkommensteuer. 22. Auflage. • ZENTHÖFER, Wolfgang und Matthias ALBER, 2016. Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer. 17. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3558-1, 3-7910-3558-4 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>					

2.11 Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern

Modulbezeichnung	Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Jordan, Markus</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern (Schwerpunkt: Unternehmensbesteuerung & Rechnungslegung)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, die wichtigsten Grundlagen des Besteuerungsverfahrens in Deutschland auf einfach strukturierte praxisorientierte Fallgestaltungen anzuwenden. • kennen die Grundlagen des deutschen Erbrechts und der wesentlichen Normierungen des Erbschaft- und Schenkungsteuerrechts einschließlich der maßgebenden Vorgaben des Bewertungsgesetzes. • verstehen die praktische Relevanz grundlegender Regelungen des deutschen Umsatzsteuerrechts einschließlich der Umsatzbesteuerung innerhalb der Europäischen Union (EU). • wissen wesentliche Normen der Verkehrssteuern, der Substanzsteuern und des Bewertungsrechts und • kennen die Wirkungen und die Gestaltungen der Verkehrs- und der Substanzsteuern. 					
Inhalte des Moduls	<p>Steuerverfahrensrecht, Verkehrssteuern und Substanzsteuern:</p> <p>Grundlagen des Steuerverfahrens:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsbestimmungen der Abgabenordnung • Grundlagen des Steuerschuldverhältnisses und Besteuerungsverfahrens • Ausgewählte Grundlagen der Durchführung der Besteuerung • Grundlagen des außergerichtlichen sowie des gerichtlichen Rechtsbehelfsverfahrens • Grundlagen des Steuerstraf- und -Ordnungswidrigkeitsrechts <p>Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge des Erbrechts 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zum Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht • Steuerliche Bewertung, vor allem von Grundstücken und Betriebsvermögen <p>Grundlagen des Umsatzsteuerrechts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Steuerbare und steuerpflichtige Umsätze einschließlich der Umsatzbesteuerung in der EU • Ortsbestimmung und Steuerbefreiungen im Umsatzsteuerrecht • Der Vorsteuerabzug • Grundlegendes zum Besteuerungsverfahren im Umsatzsteuerrecht
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ANDRASCEK-PETER, Ramona und Wernher BRAUN, 2018. Lehrbuch Abgabenordnung. 21. Auflage. Herne/Berlin: nwb-Verlag. ISBN 978-3-482-67511-9 • ANDRASCEK-PETER, Ramona und Wernher BRAUN, 2017. Fallsammlung Abgabenordnung. 18. überarb. Auflage. Herne/Berlin: nwb-Verlag. ISBN 978-3-482-53638-0 • HELMSCHROTT, Hans, Jürgen SCHAEBERLE und Thomas SCHEEL, 2016. Abgabenordnung. 16. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag. ISBN 978-3-7910-3676-2 • HEIL, Michael, 2017. Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer. 4. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7992-6998-8 • MEISSNER, Gabi und Alexander NEESER, 2017. Umsatzsteuer. 24. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-4446-0 • HORSCHITZ, Harald, Walter GROß und Peter SCHNUR, 2011. Bewertungsrecht. 13. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3080-7 • GROOTENS, Mathias und Jörg KOLTERMANN, 2019. Lehr- und Trainingsbuch Bewertung und Erbschaftsteuer. 10. Auflage. Herne/Berlin: nwb-Verlag. ISBN 978-3-482-75500-2 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • AX, Rolf und andere, 2017. Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung. 21. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3705-9 • HORSCHITZ, Harald und andere, 2018. Erbschaft- und Schenkungsteuer, Bewertungsrecht. 19. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3701-1 <p>KURZ, Dieter und Gabi MEISSNER, 2017. Umsatzsteuer. 18. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3671-7</p>

2.11 Internationales Steuerrecht und unternehmerische Entscheidungen

Modulbezeichnung	Internationales Steuerrecht und unternehmerische Entscheidungen	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Zellner, Elisabeth</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotsemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Internationales Steuerrecht und unternehmerische Entscheidungen (Schwerpunkt: Unternehmensbesteuerung & Rechnungslegung)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> haben Kenntnisse und Fähigkeiten zur fallorientierten Anwendung der Normen des Außensteuerrechts und der Doppelbesteuerungsabkommen. kennen die Wirkungen des Außensteuerrechts und von Doppelbesteuerungsabkommen auf Inbound und Outbound – Investitionen. kennen Gestaltungsmöglichkeiten bei grenzüberschreitenden Sachverhalten in Grundzügen. können den Einfluss der Besteuerung auf unternehmerische Entscheidungen beurteilen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Internationalen Steuerrechts System des DBA-Rechts und die Zuordnung der Besteuerungsrechte anhand des OECD Musterabkommens Grundzüge des deutschen Außensteuergesetzes, insbesondere der Hinzuverdienstbesteuerung und Verrechnungspreise Gestaltung von Inbound und Outbound Investitionen aus deutscher steuerlicher Sicht Steuerbelastungsvergleiche und Rechtsformwahl Grundzüge der Internationalen Konzern-Steuerplanung. 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> BRÄHLER, Gernot, 2014. Internationales Steuerrecht: Grundlagen für Studium und Steuerberaterprüfung [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien 					

Wiesbaden PDF e-Book. ISBN 978-3-658-03845-8, 9783658038441. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-03845-8>.

Empfohlen:

- FROTSCHE, Gerrit, 2015. Internationales Steuerrecht. 4., völlig überarbeitete Auflage 2015. München: BECK. ISBN 978-3-406-67870-7

2.11 Internationale Rechnungslegung

Modulbezeichnung	Internationale Rechnungslegung	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Jordan, Markus</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Internationale Rechnungslegung (Schwerpunkt: Unternehmensbesteuerung & Rechnungslegung)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, sämtliche Elemente der externen Rechnungslegung nach HGB und IFRS zu benennen und entsprechende Aufstellungspflichten nach HGB und IFRS zu beschreiben. • kennen das Instrumentarium der externen Rechnungslegung nach HGB und IFRS für verschiedene Bilanzposten. • haben die Fähigkeit, bilanzpolitische Spielräume in der Jahresabschlussstellung sowohl zu erkennen und zu gestalten, wie auch zu analysieren und zu kritisieren. • kennen die Grundlagen, Aufgaben und Methoden der Wirtschaftsprüfung sowie das generelle Vorgehen bei einer Abschlussprüfung. • haben die praktische Umsetzung des erworbenen Wissens über Fallstudien trainiert. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Funktionen der (Konzern-)Rechnungslegung • Überblick über die Internationale Rechnungslegung nach IFRS • Überblick über die Konzernrechnungslegung nach IFRS im Vergleich zu HGB • Vergleich der Bilanz nach IFRS zur Bilanz nach HGB • Vergleich der Ergebnisrechnung nach IFRS zur Gewinn- und Verlustrechnung nach HGB • Gegenüberstellung der Berichterstattung im Anhang nach IFRS zur nationalen Rechnungslegung nach HGB • Segmentberichterstattung nach IFRS • Eigenkapitalveränderungsrechnung nach IFRS • Kapitalflussrechnung nach IFRS 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der externen Konzernrechnungslegung • Einführung in die Tätigkeitsfelder eines Wirtschaftsprüfers und normative Grundlagen der Abschlussprüfung • Berufsgrundsätze und Siegelführung • Grundlagen des risikoorientierten Prüfungsansatzes • Übersicht über die Bausteine einer Abschlussprüfung • Inhalte der wesentlichen Prüfungsaussagen in Prüfungsbericht, Bestätigungsvermerk und Sitzungen der Kontrollorgane
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • GESETZESAMMLUNG/STANDARDS, IFRS-Texte sowie HGB bzw. Wirtschaftsgesetze (aus dem NWB- oder Beck-Verlag). • BAETGE, Jörg, Hans-Jürgen KIRSCH und Stefan THIELE, 2019. Bilanzen. 15. Auflage. Düsseldorf: IDW Verlag GmbH. ISBN: 978-3-8021-2431-0 • BAETGE, Jörg, Hans-Jürgen KIRSCH und Stefan THIELE, 2017. Konzernbilanzen. 12. Auflage. Düsseldorf: IDW-Verl. ISBN 978-3802121371 • COENENBERG, Adolf Gerhard, Axel HALLER und Wolfgang SCHULTZE, 2018. Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 25. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag. ISBN 978-3-7910-4112-4 • KIRSCH, Hanno, 2017. Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS. 11., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Herne/Berlin: NWB-Verlag. ISBN 978-3-482-67121-0 • KÜTING, Karlheinz und Claus-Peter WEBER, 2018. Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS. 14. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3730-1 • MARTEN, Kai-Uwe, Reiner QUICK und Klaus RUHNKE, 2015. Wirtschaftsprüfung: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und internationalen Normen. 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3438-6 • PELLENS, Bernhard und andere, 2017. Internationale Rechnungslegung: IFRS 1 bis 16, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe: mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie. 10. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3661-8 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BUCHHOLZ, Rainer, 2018. Internationale Rechnungslegung: die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und HGB – mit Aufgaben und Lösungen. 14. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. ISBN 9783503181889 • INSTITUT DER WIRTSCHAFTSPRÜFER (IDW) (HRSG.), 2019. Wirtschaftsprüfer-Handbuch. 16. Auflage. Düsseldorf: IDW-Verlag. ISBN 978-3-8021-2193-7 • INSTITUT DER WIRTSCHAFTSPRÜFER (IDW) (HRSG.), 2017. IDW-Praxishandbuch zur Qualitätssicherung ...: mit Arbeitshilfen zur internen Qualitätssicherung und zum risikoorientierten Prüfungsvorgehen bei der Prüfung kleiner und mittelgroßer Unternehmen. 11. Auflage. Düsseldorf: IDW-Verlag. ISBN: 978-3-8021-2136-4

2.11 Statik, Festigkeit, Technische Systeme

Modulbezeichnung	Statik, Festigkeit, Technische Systeme	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Wellnitz, Jörg</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Statik, Festigkeit, Technische Systeme (Schwerpunkt: Technologie, Innovation, Entrepreneurship)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Studierende ist in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> eigene Berechnungen und Analysen für statische Tragwerke durchzuführen. einfache Aufgaben der Festigkeitslehre mit und ohne Hilfsmittel zu lösen und Berechnungsergebnisse angeben. eigenständige einfache Tragwerke der Technischen Mechanik zu bewerten und zu beurteilen. einfache Konstruktionszeichnungen durchzuführen und Zeichnungssätze abzuleiten. die Festigkeit von 1D und 2D Tragwerken einfacher Art für den Einsatz im Fahrzeugbau statisch und dynamisch zu analysieren. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Statik eindimensionaler und zweidimensionaler Systeme der Technischen Mechanik Flächenträgheitsmomente und Flächenmomente der Tragwerke der Technischen Mechanik Freischneiden und Definition von Schnittkräften von Spannungen und Dehnungen Tragwerkstheorie für Stab- und Balkentragwerke Festigkeitsbewertung und Analyse von Strukturbauteilen des Fahrzeugbaus. 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> BALKE, Herbert, 2014. Einführung in die Technische Mechanik: Festigkeitslehre [online]. Berlin [u.a.]: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-642-40981-3. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-642-40981-3. 					

	<ul style="list-style-type: none">• BALKE, Herbert, 2010. Einführung in die Technische Mechanik: Statik [online]. Berlin [u.a.]: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-642-10397-1, 978-3-642-10398-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-642-10398-8.• BERGER, Joachim, 1994. Technische Mechanik für Ingenieure: Band 2: Festigkeitslehre [online]. Wiesbaden: Vieweg+Teubner Verlag PDF e-Book. ISBN 978-3-322-89898-2, 978-3-528-04930-0. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-322-89898-2. <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>
--	---

2.11 Technologie- und Innovationsmanagement						
Modulbezeichnung	Technologie- und Innovationsmanagement			Modulnummer	2.11	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Augsdörfer, Peter</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Technologie- und Innovationsmanagement (Schwerpunkt: Technologie, Innovation, Entrepreneurship)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung. Das Modul ist eine 1-semesterige, 50% wöchentliche virtuelle, 50% geblockte Präsenz-Lehrveranstaltung. Der virtuelle Teil wird jedes Semester angeboten, die geblockte Lehrveranstaltung nur nach dem Prüfungszeitraum im Sommersemester.					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmodul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> mit den erlernten Grundlagen zum Zusammenhang zwischen Unternehmenswert und Technologie eine semantisch und inhaltlich richtige Fachdiskussion auf Managementebene zu führen mit dem Ziel unternehmerische Vorteile zu erkennen, zu bewerten und in gewinnbringende Aktionen (Neu-Produktenwicklung oder Start-up) umzusetzen. den Verlauf einer Technologieentwicklung und ihren Wandel zu verstehen und daraus eine unternehmerische Sensibilität zu entwickeln Neues anzugehen. Innovationsprozesse zu organisieren mit besonderem Fokus auf die frühe Phase der Innovation („fuzzy front end“). eine Technologie- und Innovationsstrategie zu entwickeln zur erfolgreichen Positionierung einer Firma. die Bedeutung der evolutionstheoretischen Aspekte in der Unternehmensführung zu erkennen, mit dem Ziel, eine Firma langfristig finanziell erfolgreich und zugleich ökologisch zukunftsorientiert zu führen. 					
Inhalte des Moduls	<p>Inhaltlich hat der Kurs vier große Themen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Propädeutikum <ul style="list-style-type: none"> Einführung in das Technologie - Management Technologie-Verständnis <ul style="list-style-type: none"> Evolution der Technologie Technologie - Vektoren Technologie - Vielfalt 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Technologie - Design <p>3. Betriebliche Organisation von Innovation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation von F.u.E. • Innovationsprozesse • Gründe für innovative Aktivität • Management von kreativen Mitarbeitern • Technologie - Strategie • Technologie - Vorhersage • Lernprozesse von Technologie - Kompetenzen <p>4. Nationale Innovationssysteme</p>
Hinweis	Die Überprüfung der Ziele (Zielerreichungsgrad) wird durch die am Ende des Semesters stattfindende 90 min Prüfung festgestellt. Die Prüfung findet an der THI während des Prüfungszeitraums statt.
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • TIDD, Joe und John BESSANT, 2018. Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. 5. Auflage. Chichester: Wiley. ISBN 111836063X <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BURGELMAN, Robert, Clayton CHRISTENSEN and Steven WHEEL- WRIGHT, 2008. Strategic Management of Technology and Innovation. 5. Aufl. Irwin, USA: McGraw-Hill Education. ISBN 978-0073381541

2.11 Entrepreneurship und Geschäftsmodelle

Modulbezeichnung	Entrepreneurship und Geschäftsmodelle	Modulnummer	2.11			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Bader, Martin</u> ; Jünger, Michael					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Studienschwerpunkt-Modul					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Entrepreneurship und Geschäftsmodelle (Schwerpunkt: Technologie, Innovation, Entrepreneurship)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist als Schwerpunktmul für den Studiengang BW geöffnet.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Instrumente der Geschäftsmodellierung gegeneinander abzugrenzen und anzuwenden. • die Bausteine eines Geschäftsmodells aufzuzählen und die Gestaltungselemente zu erläutern, die bei dessen Entwicklung zu beachten sind. • Informationskanäle als Datenbasis für die Erstellung eines Business Plans zu benennen und darin zielorientiert zu recherchieren. • als Entrepreneur einen Business Plan zu entwickeln und diesen vor einem Investorengremium zu verteidigen. • praktische Tipps zur Geschäftsentwicklung erfolgreich anzuwenden. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Themen Business Planung und Geschäftsmodellierung. • Einführung in das computergestützte Planspiel TOPSIM - easyStartup! Produktion. • Erstellung eines Business Plans und dessen Verteidigung vor einem Investorengremium. • Durchführung des Planspiels mit einem 4-Perioden-Szenario in 5 Gruppen. • Endpräsentation mit Gegenüberstellung der geplanten Geschäftsentwicklung und der tatsächlich realisierten. 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • SCHALLMO, Daniel, 2013. Geschäftsmodellinnovation. München: Gabler. ISBN 978-3-658-00245-9 					

	<ul style="list-style-type: none"> • OSTERWALDER, Alexander und Yves PIGNEUR, 2010. Business Model Generation. Wiley. ISBN 978-0470876411 • OSTERWALDER, Alexander und andere, 2014. Value Proposition Design. Wiley. ISBN 9781118968055 • GRASSMANN, Oliver, Karolin FRANKENBERGER und Michael CSIK, 2013. Geschäftsmodelle entwickeln. Carl Hanser Verlag. ISBN: 978-3446435674 • FORD, Brian R., Jay M. BORNSTEIN und Patrick PRUITT, 2007. Business Plan Guide. 3. Auflage. Wiley. ISBN 978-0470112694 • VOGELSANG, Eva, Christian FINK und Matthias BAUMANN, 2012. Existenzgründung und Businessplan. Erich Schmidt Verlag ISBN: 978-3503138883 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>
--	--

2.12 International Project

Module Title	International Project	Module No	2.12			
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Quotschalla, Christian</u>					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	International Project (IG_Proj)					
Learning methods	2.12: Pr - project					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	Knowledge beyond the university entrance qualification is not required. An in-depth study of literature is highly recommended.					
Usability of the module for this or for other study programmes	None					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	seminar paper					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Define and describe common project management terminology. • Use general project management tools to coordinate a team and document the progress of a project. • Avoid common cultural pitfalls and mistakes in managing projects. • Define their role in the global project management process. • Present key project data to an international audience. <p>This course develops a foundation of concepts and solutions that supports the planning, scheduling, controlling, resource allocation, and performance measurement activities required for successful completion of an international project.</p> <p>For Dual Students:</p> <p>The dual partner companies are asked to contribute projects to the module from their business practice. This shall enable the students to create ideas on how to apply academic and scientific approaches to practical problems of their individual partner company.</p>					
Content	<p>The students work together in an international project. The aim is to learn and apply the following project management aspects and apply them in practice:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Project management tools, methods and techniques • Running and coordinating an interdisciplinary and international project • Planning, scheduling, resource allocation, making decisions • Realisation and controlling • Regulation and performance measurement activities • Visualisation and communication • Conflict management 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Case studies • Marketing and communications inputs
Hint	
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • KOSTER, Kathrin, 2009. <i>International Project Management</i>. ISBN 1412946212 <p><i>Recommended:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • NICHOLAS, John M. and Herman STEYN, 2016. <i>Project Management for Engineering, Business and Technology</i>. 5. edition. ISBN 1138937347

2.13 International Business Simulation

Module Title	International Business Simulation	Module No	2.13			
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Augsdörfer, Peter; Sinha, Tanja					
Language of instruction	English					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester only winter term					
Parts of the module	International Business Simulation (IG_TOPSIM)					
Learning methods	2.13: Ü - exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	None					
Usability of the module for this or for other study programmes	None					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	3	5	35 h	0 h	90 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - seminar paper					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand thoroughly a global value chain process. • experience the impact of positioning and strategic management on success. • to interpret the factors influencing growth, sales, product development, production and finance. • find out how to realize and control international economic connections. • read and analyze budgets and reports as well as understand the financial structure of the global company. • understand intercultural communication skills, team work, and work delegation. <p>For dual study students: The dual students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • identify and name differences between game and their experience in their practical phases are the dual partner • reflect the game setting critically 					
Content	<p>The business simulation (TOPSIM Going Global) has a global context. It is a sophisticated, computerized business simulation game. Together with fellow players, students simulate a management team, which is responsible for running a business in the washing machine industry. The objective of the game is to train students to acquire general management skills and an overall view of management combined with cultural elements of an imaginary international corporation.</p> <p>For dual study students: The dual students work together in one team if the number of participants allows. Within the lessons learnt reflection they provide an additional input on how the gaming situation differs from their experiences in the practical setting of their dual partner company. This additional topic will be presented during the annual shareholders' meeting and is therefore part of the overall grade.</p>					

Hint	PLEASE NOTE: Method of assessment / Requirements for Credit Points: LN: Game results and presentation of steps and strategies. Full attendance required. The course will be graded. Please note: as the seminar requires a minimum number of participants which is due to technical reasons of the simulation, a revision or reexamination cannot be offered in the summer term.
Literature	<p><i>Compulsory:</i> Simulation Game Handbook (will be provided by TOPSIM).</p> <p><i>Recommended:</i> Literature for further reference will be announced during class.</p>

2.14 Internationales Vertiefungsseminar

Module Title	Internationales Vertiefungsseminar	Module No	2.14			
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Habermann, Mandy; Jünger, Michael; Scheed, Bernd; Schmidt, Karin					
Language of instruction	Deutsch/Englisch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester each semester					
Parts of the module	Internationales Vertiefungsseminar (IG_IntVS)					
Learning methods	2.14: S – seminar					
Prerequisite according to Study and examination regulation	The students need at least 42 ECTS of the first study section to take classes of the second study section.					
Prerequisite of attendance	Compulsory Modules are recommended: 1.1 Betriebswirtschaft, Entrepreneurship und Internationales Management Grundlagen, 1.3 Quantitative Methoden, 2.3 Nationale und internationale Besteuerung, 1.5 Buchführung, nationale und internationale Bilanzierung, 2.2 Corporate Finance, 2.1 Marketing & Sales, 2.4 Global Supply Chain Management, 1.7 HR Management & Organisation and 2.7 International Strategic Management					
Usability of the module for this or for other study programmes	None. The course may be accredited for the corresponding course in the study program "Global Economics and Business Management".					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Method of assessment / Requirements for credit points	mdIP – oral exam 15-30 minutes					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know the principles and instruments of business administration in an international context and decision-making processes. • have a basic understanding of entrepreneurial thinking. • are able to use and classify the instruments within a holistic approach. • are able to discuss and evaluate their knowledge in case studies. 					
Content	<p>The course is a cap stone seminar of the entire study program. Therefore, the key content is to review the key learning elements of the complete study program, such as:</p> <ul style="list-style-type: none"> • International management • Goal setting and strategic management • Decision making • Functions across as well as along the value chain such as logistics, marketing, controlling, HR and leadership etc. • Introductory course at semester start is mandatory (if you have not attended in the previous semester) and will include a guide on how to prepare for the exam; the oral examination will take place shortly before the exam period (January or July). 					
Hint	attendance required					
Literature	<i>Compulsory:</i>					

	<ul style="list-style-type: none"> • THOMMEN, Jean-Paul, ACHLEITNER, Ann-Kristin, GILBERT, Dirk Ulrich, 2017. <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht</i> [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. Available via: http://dx.doi.org/10.1007/978-3-8349-3844-2. • VAHS, Dietmar and Jan SCHÄFER-KUNZ, 2015. <i>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</i>. 7. Edition. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7992-6997-1, 978-3-7910-3456-0 • JUNG, Hans, 2016. <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>. 13. Edition. München: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-59211-5, 3-486-59211-4 • HILL, Charles W. L., 2014. <i>International business: competing in the global marketplace</i>. 10th edition. New York, NY: McGraw Hill. ISBN 978-0-07-716358-7; 0-07-716358-3; 978-0-07-716359-4; 978-0-07-716378-5; 978-0-07-716379-2; 978-0-07-715895-8; 0-07-715895-4 • DANIELS, John Day, Lee H. RADEBAUGH and Daniel P. SULLIVAN, 2015. <i>International business: environments and operations</i>. 15th edition. ISBN 978-1-292-01679-5 <p><i>Recommended:</i> None</p>
--	---

Wahlpflichtmodule: Fachkompetenzen (FW)

Es werden folgende FW-Fächer (SPO Anlage Lfd. Nr. 2.15) angeboten:

1	5-Euro-Business
2	Business Planning (in englischer Sprache)
3	Business in Latin America
4	Existenzgründung und Gründungscoaching
5	Finanzmathematik mit Modellierung
6	Grundlagen der Sozialpsychologie
7	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
8	Immobilienmanagement
9	Kommunikations- und Branddesign
10	Marketing und Recht
11	Mathematik I / Wirtschaftsmathematik
12	Produktionsorganisation
13	Technology Management (in englischer Sprache)
14	Praxis-Reflektion für Dual Studierende

Alternativ können weitere Fächer z.B. aus dem Auslandsstudium nach Antrag anerkannt werden. Ein Anspruch darauf, dass sämtliche Wahlpflichtfächer tatsächlich angeboten werden, besteht nicht. Desgleichen besteht kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden. Es können auch Kurse der Virtuellen Hochschule Bayerns gewählt werden. Im Vorfeld bitte Studiengangleiter kontaktieren.

2.15 FW: 5-Euro-Business						
Modulbezeichnung	5-Euro-Business			Modulnummer	2.15	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Erras, Marc; Funk, Andrea; Kurpiers, Sandro; Stapf, Simon					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	5-Euro-Business (FW_5BUS)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> • die wesentlichen Erfolgsfaktoren der Unternehmensgründung und des Start-up-Managements und die hierfür notwendigen Maßnahmen abzuleiten. • mittels der erworbenen Kompetenzen/ Kreativitätstechniken eine Geschäftsidee zu entwickeln. • ein überzeugendes Geschäftskonzept zu konzeptionieren. • ein Geschäftskonzept am Markt umzusetzen. • ein Geschäftskonzept vor einem fachkundigen Expertenkreis zu präsentieren und zu verteidigen. 					
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul wird inhaltlich durch den 5-Euro-Business Wettbewerb geprägt. Die Studierenden entwickeln in Gruppen und auf Basis ihrer eigenen Geschäftsideen Geschäftskonzepte und setzen diese in Form einer Gesellschaft des bürgerlichen Rechts direkt am Markt um.</p> <p>Flankierend zur praktischen Auseinandersetzung mit der eigenen Geschäftsidee erhalten die Studierenden Schulungen in folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kreativitätstechniken sowie Teambuilding • Projektmanagement • Business Planning mit folgenden Schwerpunkten: <ul style="list-style-type: none"> ○ Executive Summary, ○ Produkt/Dienstleistung, ○ Positionierung im Markt, ○ Marketingkonzept, 					

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Geschäftssystem, ○ Teamkompetenzen, ○ Roadmap zur Umsetzung, ○ Finanzierungsmöglichkeiten, ○ Risikomanagement ● Rechtsgrundlagen für Gründer in Deutschland <p>Abschließend haben die Studierenden die Möglichkeit, ihr Geschäftskonzept vor einer Jury bestehend aus Wirtschaftsvertretern zu präsentieren.</p>
Hinweis	<p>Die Lehrveranstaltung unterstützt das vom Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft durchgeführte Projekt „5-Euro Business“ im Rahmen von Blockveranstaltungen und Coachings. In unternehmerischen Teams werden Geschäftsideen mit einem bereitgestellten Startkapital von 5 Euro pro Team entwickelt und innerhalb des Semesters tatsächlich umgesetzt. Die Teams werden zusätzlich zu den Lehrveranstaltungen von erfahrenen Vertretern aus der Wirtschaft gecoacht. Die entwickelten und umgesetzten Geschäftsideen der Teams werden durch eine Jury begutachtet und im Rahmen einer Abschlussveranstaltung prämiert.</p> <p>Das Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft stellt im Rahmen der Prämierung für die besten umgesetzten Geschäftskonzepte Preise im Umfang von bis zu 1.800 Euro zur Verfügung.</p> <p>HINWEIS:</p> <p>Der 5-Euro-Business-Kurs wird auch als Wahlfach angeboten. Daher gibt es für das FW-Fach fakultative Termine, welche von den Studierenden (die das FW-Wach belegt haben) nicht besucht werden müssen. (die Liste dieser Termine ist im Stundenplan unter Hinweise zu diesem Fach)</p>
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● BAYSTARTUP, 2017. Handbuch Businessplan-Erstellung [online]. PDF e-Book. Verfügbar unter: www.baystartup.de/know-how-und-kontakte/leitfaden-businessplanning-know-how.html. <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● KAWASAKI, Guy, 2015. The art of the start 2.0: the time-tested, battle-hardened guide for anyone starting anything. Überarb. Aufl. [London] [u.a.]: Portfolio Penguin. ISBN 978-0-241-18726-5, 978-1-59184-811-0 ● DIETMAR, Grichnik et al., 2017. Entrepreneurship. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3791036595

2.15 FW: Business Planning (in englischer Sprache)						
Modulbezeichnung	Business Planning (in englischer Sprache)			Modulnummer	2.15	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Ungrade, Carsten</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business Planning (in englischer Sprache) (FW_BP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • see the critical issues and feasibility of developing a business venture. • are prepared to develop a strategic frame, an operating model and a systematic roadmap for execution. • understand the difficult political and organizational obstacles that accompany every business planning. • understand the process of an entrepreneurial business planning. 					
Inhalte des Moduls	<p>Key success factors like strategic planning, information sharing, incentives, budgeting, control, change management or the role of power and influence in a business venture will be discussed.</p> <p>Effective business planning will be divided in a comprehensive process of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifying business ideas • Screening the idea to determine feasibility • Developing a strategic plan • Developing an operating model • Transforming strategies to operational issues • Case studies, practical exercises and presentations 					
Hinweis						
Literatur	<i>Verpflichtend:</i>					

	<ul style="list-style-type: none">• BARINGER, BruceR., 2014. <i>Preparing Effective Business Plans: An Entrepreneurial Approach</i>. Prentice Hall. ISBN 9780132318327 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>
--	---

2.15 FW: Business in Latin America

Modulbezeichnung	Business in Latin America	Modulnummer	2.15			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Orozco de Plesnar, Roxana Xonale</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business in Latin America (FW_BUSLA)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> are able to understand the potential and the challenges of conducting business in Latin America. have practical knowledge in cultural, managerial, economic, political and legal issues. 					
Inhalte des Moduls	<p>Introduction to the Latin American subcontinent:</p> <ul style="list-style-type: none"> Geographic scope Common historic roots - Conducting business in Latin America Latin American cultures: similarities and differences Pragmatic overview of classic/ contemporary cultural studies on Latin America Economic outlook for the region Foreign direct investment 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> BALL, Donald and others, 2012. <i>International Business: The Challenge of Global Competition</i>. 13. edition. New York: McGraw-Hill. ISBN 978-0077606121. <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> BEAMISH, Paul W. and Allen J. MORRISON, 2003. <i>International Management, Text and Cases</i>. 5. edition. New York: McGraw-Hill. ISBN 978-0071151405. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • HOUSE, Robert J. und andere, 2004. Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE-Study of 62 Societies. London: Thousand Oaks. ISBN 978-0761924012 • LENARTOWICZ, Tomasz und James JOHNSON, 2002. Comparing Managerial Values in Twelve Latin American Countries: An Exploratory Study. In: Management International Review, Vol. 42. • ALBERT, Rosita Daskal, 1996. A Framework and Model for Understanding Latin American and Latino/ Hispanic Cultural Patterns. In: Landis: Handbook of Intercultural Training. , S.317-348.
--	--

2.15 FW: Existenzgründung und Gründungscoaching						
Modulbezeichnung	Existenzgründung und Gründungscoaching			Modulnummer	2.15	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Boruth, Peter</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Existenzgründung und Gründungscoaching (FW_ExGr)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü: Individuelles Coaching von Gründern oder Gründerteams anhand eines ganz konkreten Gründungsvorhaben					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Es muss bereits eine erste grobe Geschäftsidee vorhanden sein, die dann im Rahmen des Coachings weiter differenziert wird.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine Geschäftsidee selbst zu entwickeln und zu einem konsistenten Businessplan auszdifferenzieren. • die Erfolgsfaktoren für bestimmte Geschäftsarten zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen für die Umsetzung abzuleiten. • die Umsetzung konsequent vorzubereiten und die Geschäftsidee durch eine Gründung im Markt anzubahnen bzw. tatsächlich einzuführen. • die Möglichkeiten finanzieller Förderinstrumente und der spezifischen Gründungsunterstützung durch die THI (z.B. EXISTProgramm, FLÜGGE etc.) wiederzugeben. 					
Inhalte des Moduls	<p>Im Rahmen der Vorlesung erarbeiten die Studierenden einen vollständig ausdifferenzierten Businessplan für ihre eigene Geschäftsidee. Die Ausarbeitung kann dabei in Gruppen oder auch alleine erfolgen.</p> <p>Die Vorlesung gliedert sich inhaltlich in die folgenden Themengebiete:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ideenentwicklung & -bewertung 2. Geschäftsmodellentwicklung 3. Business Planning 4. Gründung 5. Wachstum & Exit <p>Die Vorlesung bildet somit die klassischen Startup-Phasen ab. Der Fokus liegt vor allem auf den Themengebieten 1-3. Hierdurch werden die Studierenden langsam an eine Unternehmensgründung herangeführt und erwerben hierfür das not-</p>					

	wendige Grundlagenwissen sowie hilfreiche Methoden und Instrumente. Die Themengebiete 4 und 5 werden als Ausblick behandelt und geben Einblicke in die mögliche Umsetzung und Weiterentwicklung der eigenen Geschäftsidee.
Hinweis	<p>WICHTIG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voraussetzung für eine Teilnahme an FW_ExGr ist eine erste Geschäftsidee
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BAYSTARTUP. Handbuch Businessplan-Erstellung [online]. Verfügbar unter: www.baystartup.de/know-how-und-kontakte/leitfaden-businessplan-ning-know-how.html • DIETMAR, Grichnik et al., 2017. Entrepreneurship. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3791036595 • RIES, Eric, 2015. The Lean Startup; How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses Therey and Application. • KAWASAKI, Guy, 2015. The art of the start 2.0: the time-tested, battle-hardened guide for anyone starting anything. r. Auflage. [London] [u.a.]: Portfolio Penguin. ISBN 978-0-241-18726-5, 978-1-59184-811-0 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>

2.15 FW: Finanzmathematik mit Modellierung

Modulbezeichnung	Finanzmathematik mit Modellierung	Modulnummer	2.15			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Sinha, Tanja</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Finanzmathematik mit Modellierung (FW_FM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> haben einen Überblick über wichtige finanzmathematische Modelle aus den Bereichen Investitionsrechnung, Kreditfinanzierung, Anleihenfinanzierung und Controlling. können die behandelten finanzmathematischen Modelle kritisch würdigen und kennen die Vorteile, aber auch die Grenzen und Probleme des Einsatzes von Modellen. sind in der Lage finanzmathematische Modelle selbständig in Excel abzubilden und für weitere Anwendungen aufzubereiten. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Möglichkeiten und Grenzen des Arbeitens mit finanztheoretischen Modellen Erstellung von Finanzmodellen in Excel zu ausgewählten Themen wie bspw. <ul style="list-style-type: none"> Investitionsrechenverfahren Eigen- und Fremdfinanzierung Bewertung von Anleihen Kosten- und Leistungsrechnung Controlling 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ERNST, Dietmar und Joachim HÄCKER, 2016. Financial Modeling. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer Poeschel. ISBN 978-3-7910-3541-3 <p><i>Empfohlen:</i></p>					

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• SCHÜLER, Andreas, 2016. Finanzmanagement mit Excel: Grundlagen und Anwendungen. 2. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-5270-9; 3-8006-3662-X |
|--|--|

2.15 FW: Grundlagen der Sozialpsychologie						
Modulbezeichnung	Grundlagen der Sozialpsychologie			Modulnummer	2.15	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Manhart, Andreas</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundlagen der Sozialpsychologie (FW_SozPsy)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> haben einen Überblick über sozialpsychologische Phänomene. können beurteilen, inwieweit die soziale Umwelt die individuellen Entscheidungen beeinflusst. können abschätzen, inwieweit die individuellen Entscheidungen durch soziale Interaktion beeinflusst wird. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Methoden in der Sozialpsychologie – Befragungen und Experimente Über das Selbst und Selbstkonzept Konsistenztheorien z.B. Theorie der kognitiven Dissonanz Streben nach Kontrolle Interpersonale Attraktion: Der Effekt des „Gemocht-Werdens“ Physische Attraktivität Soziale Wahrnehmung Soziale Urteile, Rationalität von Entscheidungen: Urteilsheuristiken Soziale Kognition: Kognitive Konzepte Einstellung und Verhalten 					
Hinweis						
Literatur	<i>Verpflichtend:</i> <ul style="list-style-type: none"> ZIMBARDO, Philip G. und Richard J. GERRIG, 2008. Psychologie. 18., aktualis. Aufl. Pearson Studium. ISBN 9783827372758 					

	<ul style="list-style-type: none">• STROEBE, Wolfgang, Klaus JONAS und Miles HEWSTONE, 2014. Sozialpsychologie. Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-642-41091-8• BIERHOFF, Hans-Werner und Dieter FREY, 2011. Sozialpsychologie - Individuum und soziale Welt. Göttingen [u.a.]: Hogrefe. ISBN 978-3-8017-2154-1 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>
--	--

2.15 FW: Grundlagen der Wirtschaftspsychologie

Modulbezeichnung	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	Modulnummer	2.15			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Graap, Torsten</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (FW_GWP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> verstehen das psychologische Grundwissen und können die jeweiligen Denkschulen unterscheiden. können auf Basis des psychologischen Grundwissens betriebswirtschaftliche Themen analysieren bzw. ganzheitlich verstehen und erweitern dadurch Ihr Urteils- und Entscheidungsvermögen im Unternehmen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Geschichte der Psychologie Psychologische Strömungen in der Wissenschaft (z.B. Verhaltenspsychologie, Neuropsychologie, Phänomenologische Psychologie, Psychoanalyse, Humanistische Psychologie) Persönlichkeitspsychologie (z.B. Persönlichkeitstypologien, inkl. Eigentest) Psychopathologische Phänomene in Betrieben, z.B. Arbeitssucht, Mobbing, Bossing, Burn-Out (inkl. Eigentest), Bore-Out, Depression, Korruption; Abwehrmechanismen menschlichen Verhaltens 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> WIEDEMANN, Wolfgang, 2005. Schnellkurs Psychologie, DuMont. ISBN 978-3832176273. ZIMBARDO, Philip G. und Richard J. GERRIG, 2008. Psychologie. 18., aktualis. Aufl. Pearson Studium. ISBN 9783827372758. JUNG, Hans, 2014. Persönlichkeitstypologie: Instrument der Mitarbeiterführung. 4. aktualisierte und erweiterte Auflage. De Gruyter Oldenbourg. ISBN 9783486763775. 					

	<ul style="list-style-type: none">• KIRCHLER, Erich, 2011. Wirtschaftspsychologie. Hogrefe Verlag Göttingen. ISBN 978-3-8409-2362-3. <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• RIEMANN, Fritz, 2019. Grundformen der Angst. 45. Auflage. Ernst Reinhardt Verlag. ISBN 978-3-497-02422-3.• LEYMANN, Heinz, 2013 Mobbing. Psychoterror am Arbeitsplatz und wie man sich dagegen wehren kann. Rowohlt Verlag. ISBN 978-3-644-50001-3.
--	--

2.15 FW: Immobilienmanagement

Modulbezeichnung	Immobilienmanagement	Modulnummer	2.15			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Pöll, Eleonore</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Immobilienmanagement (FW_IM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> haben einen Überblick über die Grundlagen der Immobilienwirtschaft und den Immobilienmarkt. verfügen über vertiefende Kenntnisse bezüglich Analyse, Investition und die laufende Verwaltung von Immobilien. beherrschen die Methoden der aktiven Steuerung und zielgerichteten Kontrolle von Immobilien. kennen die Bewertung von Immobilien und können diese anwenden. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Management & Strategie bei Immobilien/Immobilienunternehmen Corporate und Public Real Estate Management Immobilien-Portfoliomanagement und –Risikomanagement Immobilienbewertung 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> SCHULTE, Karl-Werner, 2008. Immobilienökonomie: Band I: Betriebswirtschaftliche Grundlagen [online]. München: De Gruyter PDF e-Book. ISBN 978-3-486-58397-7, 978-3-486-84460-3. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1524/9783486844603. SCHULTE, Karl-Werner und E. PÖLL, 2006. Handbuch Immobilienmanagement der öffentlichen Hand. Köln: Müller. ISBN 3-89984-141-7 KLEIBER, Wolfgang, Roland FISCHER und Ullrich WERLING, 2017. Verkehrswertermittlung von Grundstücken: Kommentar und Handbuch zur Ermittlung von Marktwerten (Verkehrswerten) und Beleihungswerten sowie 					

	<p>zur steuerlichen Bewertung unter Berücksichtigung der ImmoWertV. 8. Auflage. Köln: Bundesanzeiger Verlag. ISBN 978-3-8462-0680-5</p> <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• JUST, Tobias, MAENNIG, Wolfgang, 2017. Understanding German Real Estate Markets [online]. Cham: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-319-32031-1. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-319-32031-1.
--	---

2.15 FW: Kommunikations- und Branddesign

Modulbezeichnung	Kommunikations- und Branddesign	Modulnummer	2.15			
Dozent/in <u>Modulverantwortliche/r</u>	<u>Schmelter, Boris</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Kommunikations- und Branddesign (FW_KBD)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind für den Umgang mit Marken sensibilisiert. • sind auf die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Kreativagenturen vorbereitet. • haben einen grundlegenden Überblick über erfolgreiche Marken- und Designprozesse. 					
Inhalte des Moduls	<p>Design ist unverzichtbarer Teil einer erfolgreichen Markenführung. Erst durch das Design entstehen konkrete Markenerlebnisse in unterschiedlichen Medien. Die Aufgabe des Designs ist es, die Identität der Marke zu verstehen und sie in visuelle Konzepte umzuwandeln. Auf diese Weise entsteht ein authentisches Image, das Vertrauen erzeugt und eine Marke nachhaltig erfolgreich macht.</p> <p>Brand Design – oder bei Unternehmen Corporate Design – ist der Grundstein eines Markenerscheinungsbildes und definiert einen stringenten visuellen Rahmen. Der Prozess der Entwicklung, der Einführung und der zukünftigen Pflege wird anhand praktischer Beispiele aufgezeigt. Hierbei geht es insbesondere um die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Kreativagenturen.</p> <p>Kommunikationsdesign beschreibt die Gestaltung von Einzelmaßnahmen in unterschiedlichen Medien, die sich mit definierten Aufgaben an die Zielgruppe wenden. Hierzu zählen z. B. Broschüren, Magazine, Websites, Werbekampagnen und Markenerlebnisse auf Messen und Events. Der Kurs beschreibt den Spagat zwischen kreativer Einzelleistung und Einhaltung des Brand Designs.</p>					
Hinweis						
Literatur	<i>Verpflichtend:</i>					

	<ul style="list-style-type: none"> • BEYROW, Matthias, P. KIEDAISCH und N. DALDROP, 2013. Corporate Identity & Corporate Design: das Kompendium. 3. Auflage. Ludwigsburg: Av-Ed.. ISBN 978-3-89986-185-3, 3-89986-185-X • BURMANN, Christoph, Tilo F. HALASZOVICH und Frank HEMMANN, 2012. Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-2990-7, 3-8349-2990-5 • ABDULLAH, Rayan und Roger CZIWERNY, 2007. Corporate Design (CD): Akquisition, Sensibilisierung, Prozess, Vertragsgestaltung; [Kosten und Nutzen]. 2. Auflage. Mainz: Schmidt. ISBN 978-3-87439-714-8 • SAUTHOFF, Daniel, Gilmar WENDT und Hans Peter WILLBERG, 2010. Schriften erkennen: eine Typologie der Satzschriften für Studenten, Grafiker, Setzer, Kunsterzieher und alle PC-User. 12. Auflage. Mainz: Schmidt. ISBN 978-3-87439-373-7 • HARA, Ken'ya, 2007. Designing design. Baden: Müller. ISBN 978-3-03778-105-0 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>
--	---

2.15 FW: Marketing und Recht

Modulbezeichnung	Marketing und Recht	Modulnummer	2.15			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Haas, Markus</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Marketing und Recht (FW_MR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Teilnehmer sind in der Lage, Marketing- und Kommunikationskampagnen rechtlich sicher zu gestalten und in allen Medien umsetzen zu können.					
Inhalte des Moduls	<p>Anhand von zahlreichen anschaulichen Beispielen aus der Praxis werden u.a. folgende Themen erarbeitet und erläutert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung von Werbeanzeigen und (Video-/Audio-)Spots • Einsatz von Social Media und Online Marketing • Einbindung fremder Texte, Musik, Logos und Bilder in die verschiedenen Mediengattungen (TV, Radio, Print, Online, Social Media, etc.) • Verwendung von (Personen-) Fotos und Videos in den Medien und Kommunikationsplattformen • Irreführende Werbung (Alleinstellungsbehauptung, Lockvogelangebote, Rabattaktionen, etc.) • Gefühlsbetonte Werbung (Schock-, Angstwerbung, etc.) • Vergleichende Werbung • "Schwarze Liste" • Einsatz von Gewinnspielen (Teilnahmebedingungen) • Schleichwerbung und Product Placement • Direktmarketing (insbesondere Telefon und e-mail Werbung) • Urheber- und Markenrecht im medien- und werberechtlichen Kontext • Folgen und Haftung unzulässiger Marketingmaßnahmen (u.a. Abmahnung, Unterlassungserklärung, einstweilige Verfügung, Schadensersatz) • Rundfunk- und presserechtliche Themen in Bezug auf Marketing • Berichterstattung • Rechtliche Themenschwerpunkte: Wettbewerbs-, Marken-, Urheber-, Presse-, Rundfunk-, Datenschutz-, und Persönlichkeitsrecht. 					

Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • FECHNER, Frank, 2017. Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. 18. Auflage. Tübingen: Mohr Siebeck. ISBN 978-3-8252-4801-7, 3-8252-4801-1 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • LETTL, Tobias, 2016. Wettbewerbsrecht. 3. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-68461-6, 3-406-68461-0 • WANDTKE, Artur-Axel, Claire DIETZ-POLTE und Michael KAUERT, 2016. Urheberrecht. 5. Auflage. Berlin: de Gruyter. ISBN 978-3-11-040123-3

2.15 FW: Mathematik I / Wirtschaftsmathematik						
Modulbezeichnung	Mathematik I / Wirtschaftsmathematik			Modulnummer	2.15	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Popp, Heribert</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Mathematik I / Wirtschaftsmathematik (FW_Mathe)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Achtung: Der Kurs findet als virtueller Kurs an der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb) statt. Informationen zum Kurs finden Sie unter https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true</p> <p>Der Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • verfügt über die für die moderne Betriebsführung erforderlichen mathematischen Grundkenntnisse. • hat einen Überblick über die mathematischen Denk- und Arbeitsmethoden der Wirtschaftswissenschaften vornehmlich anhand von Beispielen aus der Wirtschaftspraxis. 					
Inhalte des Moduls	<p>Aus dem vhb-Kurs sind die Kurskapitel 4-11 relevant für THI-Studierende:</p> <p>Die Anwendung der Differentialrechnung auf Funktionen in den Wirtschaftswissenschaften, Grundlagen der Integralrechnung, Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen, Differentialrechnung bei Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen, Matrizenrechnung Lineare Optimierung, Lineare Abbildungen, Determinanten.</p>					
Hinweis	<p>Achtung: Sie müssen sich für das Fach bei der vhb einschreiben und sich sowohl bei der THI als auch bei der vhb zur Prüfung anmelden!</p> <p>Aus dem kompletten Kursangebot sind als FW-Fach die Kapitel 4-11 relevant. Über diese findet die THI-Prüfung statt. Hierfür erhalten die THI-Studierenden 3 ECTS.</p> <p>Informationen zum Kurs finden Sie unter https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true</p>					

Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• PFUFF, Franz, 2009. Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler kompakt: kurz und verständlich mit vielen einfachen Beispielen. 1. Auflage. Wiesbaden: Vieweg + Teubner. ISBN 978-3-8348-0711-3 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>
------------------	--

2.15 FW: Produktionsorganisation

Modulbezeichnung	Produktionsorganisation	Modulnummer	2.15			
Dozent/in <u>Modulverantwortliche/r</u>	<u>Hufnagl, Christine</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotsemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Produktionsorganisation (FW_PRODORG)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der TH Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierende können: Inhalte, Zusammenhänge und Kenngrößen der komplexen Prozesse bei der Entstehung, Produktion und Vertrieb eines Automobils unter dem Blickwinkel von Termintreue, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit und höchster Qualität darstellen.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Digitale Fabrik • Planspiel "stabile Produktion" • Produkt- und Technologieentwicklung • Produktmanagement • Planungsabläufe im Produktentstehungsprozess • Kundenauftragsprozess • Beschaffung / Einkauf • Produktion- und Werksplanung • Personalwirtschaft • Qualitätsanalyse • Logistikplanung • Erschließung neuer Märkte • Energie- und Ressourceneffizienz in der Produktion 					
Hinweis						
Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none"> • DIEZ, Willi, 2016. Grundlagen der Automobilwirtschaft: Das Standardwerk der Automobilbranche. 6. Auflage. München: Autohaus, Buch & Formular. ISBN 978-3-89059-099-8 					

	<i>Empfohlen:</i> Keine
--	----------------------------

2.15 FW: Technology Management (in englischer Sprache)

Modulbezeichnung	Technology Management (in englischer Sprache)	Modulnummer	2.15			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Augsdörfer, Peter</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Technology Management (in englischer Sprache) (FW_TM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung; virtuell.					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The learning outcomes are compatible and complementary with the overall objectives of:</p> <ul style="list-style-type: none"> business administration students wanting to gain knowledge about technology related issues in industrial firms engineering students wanting to complement their education with business elements <p>Students should have acquired the following specific competences at the end of this course:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Students are familiar with the basic models and language of technology and innovation management. 2. Students are able to use the basic tools of technology and innovation management. 3. Students have developed a critical understanding for the evolution of technology. 4. Students are able to evaluate the importance of technology-based competencies in corporate competitiveness. 5. Students have basic knowledge about how to effectively manage research, development and innovative activities in industrial firms. 6. With the help of the methods learnt, students master situations with a strategic dimension 					
Inhalte des Moduls	<p>The content of the course is divided in four sections:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to technology and innovation management 2. Understanding Technology, 					

	<p>3. Corporate Organisation of Innovation</p> <p>4. National Innovation Systems</p>
Hinweis	The learn outcome of this module will be achieved with the help of a 90 min exam at the end of this course.
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BURGELMAN, Robert A., Clayton M. CHRISTENSEN and Steven C. WHEELWRIGHT, 2009. <i>Strategic management of technology and innovation</i>. 5. edition. New York, NY [u.a.]: McGraw-Hill. ISBN 0-07-126329-2, 978-0-07-126329-0. <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>

2.15 FW: Praxis-Reflexion für Dual-Studierende						
Modulbezeichnung	Praxis-Reflexion für Dual-Studierende			Modulnummer	2.15	
Dozent/in	Nigl, Anja; Wittmann, Robert					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxis-Reflexion für Dual-Studierende (FW_PR_Dual)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird. Es ist speziell für Dual Studierende vorgesehen.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> reflektieren ihre bisherigen Praxisphasen im Unternehmen und sind in der Lage, daraus ihre persönlichen Stärken zu identifizieren können ein Problem der Praxis eigenständig analysieren können in Kooperation mit Experten aus der Praxis einen problembezogenen Lösungsansatz erarbeiten sind in der Lage, in Kooperation mit den Experten der Praxis die Erfolgsfaktoren für die Implementierung der erarbeiteten Lösung zu identifizieren und zu priorisieren, sowie adäquate Vorschläge zur Umsetzung zu erarbeiten reflektieren ihre Erfahrungen im Praxisprojekt und sind in der Lage, daraus Potentiale für ihre berufliche Entwicklung abzuleiten 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Zieldefinition für weitere Entwicklungsschritte, Persönlichkeitsprofil, Reflexion des fachlichen und persönlichen Kompetenzportfolios, Marktanalyse im Unternehmen Persönliche und unternehmensbezogene SWOT-Analyse, Strategische Planung für die Entwicklung im Unternehmen Identifikation und Entwicklung eines konkreten Projektdesigns im Dual-Unternehmen mit den möglichen Phasen: <ul style="list-style-type: none"> Analyse Design Entwicklung Vorbereitung der Umsetzung Umsetzung Vernetzung der persönlichen Entwicklung mit Entwicklungsperspektiven im Unternehmen 					
Hinweis	Keine Anmerkungen					

Literatur	Verpflichtend: <ul style="list-style-type: none">• WITTMANN, Robert G. und andere, 2019. Strategy design innovation: how to create business success using a systematic toolbox. Completely revised 5. Auflage. Augsburg: ZIEL. ISBN 978-3-96557-077-1, 3-96557-077-3 Empfohlen: Keine
------------------	--

Wahlpflichtmodule: Sozialkompetenzen (SW)

Es werden folgende SW-Fächer (SPO Anlage Lfd. Nr. 2.16) angeboten.

Hinweis: Sie dürfen keine grundlegenden Kurse in Sprachen wählen, die Sie bereits als Elective Foreign Language I - IV belegt haben (z.B. Elective Language = Chinesisch, dann darf nicht Kurs Chinese Language 1 oder 2 gewählt werden).

1	Biographie, Orientierung, Sinn
2	Chinesische Sprache 1
3	Chinesische Sprache 2
4	Intercultural Business Communication
5	Kommunikation in Krise und Change
6	Presentation Skills and Academic Writing C1
7	Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken
8	Spanisch Business 1
9	Moderations- und Präsentationstechnik
10	Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung
11	Spanisch Business 2

Alternativ können weitere Fächer z.B. aus dem Auslandsstudium nach Antrag anerkannt werden. Ein Anspruch darauf, dass sämtliche Wahlpflichtfächer tatsächlich angeboten werden, besteht nicht. Desgleichen besteht kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden. Es können auch Kurse der Virtuellen Hochschule Bayerns gewählt werden. Im Vorfeld bitte Studiengangleiter kontaktieren.

2.16 SW: Biographie, Orientierung, Sinn

Modulbezeichnung	Biographie, Orientierung, Sinn	Modulnummer	2.16			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Quenzler, Alfred</u> ; Schütz, Stefan					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Biographie, Orientierung, Sinn (SW_BOS)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen, welche Anforderungen Arbeitgeber an AbsolventInnen stellen. • kennen Ihre persönliche Stärken und Schwächen. • denken über Sinn und Ziele aktiv nach. • lernen sich aktiv mit Ihrer Biographie und Einstellungen auseinanderzusetzen. • kennen Interaktionen zwischen Teammitgliedern im beruflichen Alltag • identifizieren Verhaltensmuster in Gruppen. • verstehen, wie Kommunikationsmuster im beruflichen Umfeld ablaufen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendungsfelder von Team- und Projektstrukturen in der Praxis • Modelle der Kommunikation und Menschenbilder • Erfolgreiches Kommunikationsverhalten in der Gruppe • Eigenbild und Fremdbild • Selbstreflexion und Standortbestimmung • Lösungsmöglichkeiten bei konkreten Kooperations- und Kommunikationsproblemen • Gestaltung effektiver Teamprozesse 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • RAUTENBERG, Werner und Rüdiger ROGOLL, 2014. Werde, der du werden kannst: Persönlichkeitsentfaltung durch Transaktionsanalyse. V. Auflage. Freiburg, Br.: Kreuz. ISBN 978-3-451-61292-3, 3-451-61292-5 					

	<ul style="list-style-type: none">• SCHMIDT, Rainer, 2009. Immer richtig miteinander reden: Transaktionsanalyse in Beruf und Alltag. 5. Auflage. Paderborn: Junfermann. ISBN 978-3-87387-392-6, 3-87387-392-3• STEWART, Ian und Vann JOINES, 2010. Die Transaktionsanalyse: [eine Einführung]. 10. Auflage. Freiburg im Breisgau [u.a.]: Herder. ISBN 978-3-451-05523-2 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• BERKEL, Karl, 2014. Konflikttraining: Konflikte verstehen, analysieren, bewältigen. 12. Auflage. Hamburg: Windmühle. ISBN 978-3-86451-023-6• FISHER, Roger, William URY und Bruce PATTON, 2015. Das Harvard-Konzept: die unschlagbare Methode für beste Verhandlungsergebnisse. 25. Auflage. Frankfurt am Main: Campus-Verl.. ISBN 978-3-593-50267-0, 3-593-50267-4
--	--

2.16 SW: Chinesische Sprache 1						
Modulbezeichnung	Chinesische Sprache 1			Modulnummer	2.16	
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Chen, Jing					
Lehrsprache	Chinesisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Chinesische Sprache 1 (SZ_CHIN1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist äquivalent dem gleichnamigen Modul des Sprachenzentrums.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Studierende haben Grundkenntnisse der chinesischen Sprache in allen vier Fertigkeiten Lesen, Hören, Schreiben und Sprechen und kennen chinesische kulturelle Aspekte.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Phonetik (Aussprache An-, Auslaute und Töne des chinesischen Pinyin) • sich vorstellen • Zeit / Uhrzeit • nach dem Preis fragen / chinesische Währung / Preise verhandeln / Kaufwünsche äußern • im Restaurant bestellen / Wünsche äußern / bezahlen • Angaben zu Familie, Beruf und Alter • Redewendungen am Telefon 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • KYBURZ, Christine und andere, 2011. Leben in China: Alltagssprache mit 100 Sätzen. [. Auflage. Beijing: Higher Education Press. ISBN 978-7-04-019054-0 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>					

2.16 SW: Chinesische Sprache 2

Modulbezeichnung	Chinesische Sprache 2	Modulnummer	2.16			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Chen, Jing					
Lehrsprache	Chinesisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Chinesische Sprache 2 (SZ_CHIN2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Chinesische Sprache 1					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist äquivalent dem gleichnamigen Modul des Sprachenzentrums.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden beherrschen die einfache Kommunikation im Alltag.					
Inhalte des Moduls	Chinesische Sprache: <ul style="list-style-type: none"> • Aussprachetraining <ul style="list-style-type: none"> ○ Chinesische Schriftzeichen ○ Essen bestellen und bezahlen ○ Familie, Beruf und Alter ○ Redemittel am Telefon • Chinesische Kultur: <ul style="list-style-type: none"> ○ „Min yi shi wei tian“ - Das Volk erblickt den Himmel im Essen ○ Wer zählt zur Familie in China? ○ Heißen alle Chinesen Wei? 					
Hinweis						
Literatur	<i>Verpflichtend:</i> <ul style="list-style-type: none"> • KYBURZ, Christine, 2006. Chinesisch erleben - Leben in China. Peking: Higher Education Press. ISBN 9787040190540 <i>Empfohlen:</i> Keine					

2.16 SW: Intercultural Business Communication

Modulbezeichnung	Intercultural Business Communication	Modulnummer	2.16			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Reicherstorfer, Anja</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Intercultural Business Communication (SZ_IBC)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students are familiar with the role of culture and cultural differences in general as well as of their effects on professional interaction.</p> <p>They are aware of factors leading to intercultural misunderstandings and are able to consider methods of overcoming these problems in business communication.</p>					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • The importance communication in the context of culture • Cultural Dimensions - Geert Hofstede, Edward Hall • Selected business situations, such as <ul style="list-style-type: none"> ○ International Presentations ○ Negotiations across cultures ○ The role of international managers / managing international teams • Comparing cultures, selected case studies 					
Hinweis	This course is taught in English.					
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • MEYER, Erin, 2014. <i>The Culture Map</i>. New York, NY: Public Affairs Book. ISBN 978-1-61039-250-1 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>					

2.16 SW: Kommunikation in Krise und Change

Modulbezeichnung	Kommunikation in Krise und Change	Modulnummer	2.16			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Vollmer, Valentin</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Kommunikation in Krise und Change (SW_KommKr)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Studierende sind vorbereitet und sensibilisiert auf Verhaltensweisen in krisenhaften Situationen in der Arbeitswelt und erarbeiten entsprechende Handlungsoptionen. - Studierende erkennen operative Folgen von Veränderungssituationen und lernen Maßnahmen kennen, auf diese adäquat zu reagieren. - Studierende besitzen einen Überblick über typische Führungssituationen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation in besonderen (Krisen-)Situationen - Vertiefung: Mechanismen und Verhalten in Change-Prozessen - Führungsstile in operativer Umsetzung inkl. Modulation - Praxis-Beispiele, Erarbeiten von Lösungsstrategien, Erfahren von Handlungsmöglichkeiten 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • LOHMER, Mathias, 2008. Psychodynamische Organisationsberatung. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3021-0 • GIERNALCZYK, Thomas und Mathias LOHMER, 2012. Das Unbewusste im Unternehmen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3213-9 • PATTERSON, Kerry, 2012. Crucial Conversations: Tools for Talking when stakes are high. 2. Auflage. McGraw-Hill Education Ltd; ISBN 978-0071771320 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • VOLLMER, Valentin, 2019. Was junge Mitarbeiter brauchen ... und warum Unternehmen darauf Rücksicht nehmen sollten. ISBN 978-3-7482-1739-8 					

2.16 SW: Presentation Skills and Academic Writing C1

Modulbezeichnung	Presentation Skills and Academic Writing C1	Modulnummer	2.16			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Reicherstorfer, Anja</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Presentation Skills and Academic Writing C1 (SZ_PresSkill)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Students have improved their English language skills while having gained thorough insight into dealing with technical topics in a scientific and academic way. Each student has held a graded presentation in class and lead through a discussion. Furthermore, each student will have completed a writing assignment, which is part of the final grade.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Presentation Skills • Students will work toward a professional presentation in class. • Presentation skills in general are fine-tuned, scientific and academic language is evaluated • Students will look at presenting data and describing trends in a scientific way • The presented topics are discussed in class, students will lead through the discussion. • Peer evaluations are an integral part of the learning process. • Technical/academic writing • Students are improving their skills in academic and scientific writing with a special focus on the use of academic language <p>Selected forms of technical writing-procedures, processes, reports, etc. – are discussed and practiced</p>					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Osmond, Alex, 2016. <i>Academic Writing and Grammar for Students</i>, London: Sage Study. ISBN 978-1-4739-1935-8 					

	<p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Siddons, Suzy, 2008. The Complete Presentation Skills Handbook, London: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-5037-3• HUEMER, Birgt, Eve LEJOT and Katrien L. DEROEY, 2019. Academic writing across languages: multilingual and contrastive approaches in higher education = L'écriture académique à travers les langues: approches multilingues et contrastives dans l'enseignement supérieur = Wissenschaftliches Schreiben sprachübergreifend: mehrsprachige und kontrastive Ansätze in der Hochschulbildung. Wien; Köln; Weimar: Böhlau Verlag. ISBN: 978-3-205-20705-4; 3-205-20705-X
--	--

2.16 SW: Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken

Modulbezeichnung	Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken		Modulnummer	2.16		
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Bayerl, Alexander</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken (SW_SMPCR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • erlernte Verhaltensweisen und erprobte Werkzeuge anzuwenden. • eigene persönliche und berufliche Entwicklung weitgehend unabhängig von äußeren Einflüssen zu gestalten. 					
Inhalte des Moduls	<p>Das Kompetenzspektrum beinhaltet Themen wie selbstständige Motivation, Zielsetzung, Planung, Organisation, Lernfähigkeit und Erfolgskontrolle durch Feedback.</p> <p>Die Struktur definiert sich wie folgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführungsveranstaltung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ausleuchten des Themenfelds, Schwerpunktsetzung und „Hausaufgabe“. • Seminar I bis III: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kennenlernen des Kompetenzspektrums in Teamübungen. ○ Erleben der verschiedenen Tragsäulen des Selbstmanagements unter den Aspekten „Potential“, „Chance“ und „Risiko“ im Outdoor-/ alpinen Kontext. • Workshop 1 & 2: <ul style="list-style-type: none"> ○ Erlebnispädagogische, handlungsorientierte Selbst- und Gruppenerfahrung mit integriertem Leistungsnachweis. 					
Hinweis						
Literatur	<i>Verpflichtend:</i>					

	<ul style="list-style-type: none">• SCHWARTZ, Tony und Tim LOEHR, 2003. Die Disziplin des Erfolgs: von Spitzensportlern lernen - Energie richtig managen. Econ. ISBN 978-3430182034 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• GROßE BOES, Stefanie und Tanja KASERIC, 2018. Trainer-Kit: die wichtigsten Trainingstheorien, ihre Anwendung im Seminar und Übungen für den Praxistransfer? Auflage. Bonn: Manager-Seminare-Verl. ISBN 978-3-936075-45-8
--	---

2.16 SW: Spanisch Business 1

Modulbezeichnung	Spanisch Business 1	Modulnummer	2.16			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Antràs Solè, Teresa</u>					
Lehrsprache	Spanisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Spanisch Business 1 (SZ_SPAN_BUS1)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/S Seminarisitscher Unterricht; Seminar					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Spanisch Level B1					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Los alumnos ampliarán su vocabulario en las áreas de negocios y comerciales. Las habilidades de presentación y discusión serán reforzadas para mejorar su capacidad de interactuar con hispanohablantes. Además, los alumnos serán capaces de comprender y analizar textos del mundo empresarial y económico.					
Inhalte des Moduls	En la primera parte de este módulo el curso se define como una introducción en el mundo de los negocios, mientras mejoramos nuestro nivel global de español. Trabajaremos diferentes textos (estructuras y vocabulario): redactar un CV, una carta de presentación o elaborar informes. También trataremos en el aula el conocimiento intercultural. En forma de textos y de ejercicios aprenderemos a defendernos mejor en el mundo laboral hispanohablante.					
Hinweis	Mindestens Spanischvorkenntnisse B1					
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> DÍAZ GUTIÉRREZ, Eva, Pilar PÉREZ CAÑIZARES und Betsabé GAL-LEGO GIRÁDEZ, 2015. Meta profesional B1: Spanisch für den Beruf. Stuttgart: Klett. ISBN 978-3-12-515470-4 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>					

2.16 SW: Moderations- und Präsentationstechnik

Modulbezeichnung	Moderations- und Präsentationstechnik	Modulnummer	2.16			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Schönherr, Andrea</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Moderations- und Präsentationstechnik (SW_ModPräT)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> wissen, wie eine optimale Selbstpräsentation aussieht. sind in der Lage, eine spannende Präsentation von fachbezogenen Themen mithilfe moderner Techniken vorzustellen. können die Moderation von (Team)Besprechungen und von schwierigen Gesprächen souverän durchführen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Selbstbild und Fremdbild abgleichen Angebot des Einsatzes von Videoaufzeichnungen, auf freiwilliger Basis mit dem Einverständnis der Studenten. Verbale und nonverbale Kommunikation in Einklang bringen. Vorstellung von verschiedenen Moderationstechniken, u.a. die „6 Denkhüte“ von Edward de Bono Die Moderatorenrolle bei schwierigen Gesprächen: Hintergründe, Fallstricke und wie man zu tragfähigen Vereinbarungen kommt. 					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> DWECK, Carol, Januar 2016. Selbstbild: wie unser Denken Erfolge oder Niederlagen bewirkt. Ungekürzte Taschenbuchausgabe, 7. Auflage. München: Piper. ISBN 9783492252270, 3492252273 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> DE BONO, Edward, 2006. Der kluge Kopf: trainieren Sie Ihren Verstand und werden Sie ein faszinierender Gesprächspartner. 1. Auflage. Landsberg am Lech: mvg. ISBN 978-3-636-07153-8 					

2.16 SW: Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung

Modulbezeichnung	Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung	Modulnummer	2.16			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Hofbauer, Günter</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung (SW_SocCom)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmer haben Kompetenzen, um zielgerichtet zu kommunizieren und zu verhandeln.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Psychologie der Kommunikation - Kommunikationsmodelle und theoretische Grundlagen - Der Kreislauf des Verhandlungsmanagements - Vorbereitung und kommunikativer Kontakt - Beziehungsaufbau und Bedürfnisanalyse - Präsentation, Einwand und Vorwand - Preiskommunikation, Verhandlung und Abschluss - Faire und unfaire Methoden in der Kommunikation 					
Hinweis	<p>Die Erstellung des LN wird inhaltlich vorbereitet und gecoacht.</p> <p>In der Präsenzzeit werden viele verschiedene praktische Übungen zur Kommunikation, kommunikativen Wirkung und Verhandlung durchgeführt und ausführlich Feedback gegeben.</p>					
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • HOFBAUER, Günter, Thomas FINK und Karina HOFBAUER, 2014. Erfolgreich verhandeln: so kommen Sie gezielt zum Vertragsabschluss. Berlin: Uni-Edition. ISBN 978-3-944072-25-8 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>					

2.16 SW: Spanisch Business 2

Modulbezeichnung	Spanisch Business 2	Modulnummer	2.16			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Gutierrez-Frei, Georgina</u>					
Lehrsprache	Spanisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Sozialkompetenz und Sprachkompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Spanisch Business 2 (SZ_SPAN_BUS2)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Spanisch B2 Level					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen wichtige spanischsprachige Unternehmen. • haben Kenntnisse über die Wirtschaft und die Geschäftsfelder der hispanischen Welt. • haben einen Wortschatz zur Moderation von Meetings und Verhandlungen • kennen kulturelle Unterschiede sowohl in Spanien als auch in Lateinamerika. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Der Kurs vermittelt die Sprache, die in Besprechungen, Verhandlungen und Präsentationen geschrieben und gesprochen wird. • Indirekte Rede • Passiv • Zeiten des Subjuntivo • Vertiefung der Grammatik vorheriger Niveaus <p>Spanisch Business 2 richtet sich an Studierende mit Spanisch Niveau B.</p>					
Hinweis						
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BOVET, Montserrat, Pilar MARCÉ ALVAREZ und Marisa PRADA SEGOVIA, 2008. Entorno empresarial B2. Edelsa Grupo Didascalía. ISBN 9788477114680 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>					

Wahlpflichtmodule: Nachhaltigkeitskompetenzen (NW)

Es werden folgende NW-Fächer (SPO Anlage Lfd. Nr. 2.17) angeboten:

1	Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit
2	Development Aid Project
3	Values and Consciousness – Werte und Bewusstsein in der Ökonomie
4	Basics in Sustainability
5	Sustainability in China
6	Sustainability & Philosophical Approaches

Alternativ können weitere Fächer z.B. aus dem Auslandsstudium nach Antrag anerkannt werden. Ein Anspruch darauf, dass sämtliche Wahlpflichtfächer tatsächlich angeboten werden, besteht nicht. Desgleichen besteht kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden. Es können auch Kurse der Virtuellen Hochschule Bayerns gewählt werden. Im Vorfeld bitte Studiengangleiter kontaktieren.

2.17 NW: Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit

Modulbezeichnung	Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit	Modulnummer	2.17			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Küst, Stefan</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit (NW_CR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen grundlegend, was sich hinter Corporate Responsibility und Nachhaltigkeit verbirgt. wissen, welche Anforderungen, Möglichkeiten und Instrumente es zur Implementierung, Umsetzung und Kommunikation im Unternehmen gibt. wissen, welche Schwierigkeiten und Chancen die Umsetzung von Nachhaltigkeit mit sich bringt. sind in der Lage, Umsetzungsprojekte unterstützend zu begleiten. 					
Inhalte des Moduls	<p>Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Responsibility, CR) und Nachhaltigkeit nehmen in der Öffentlichkeit und in Unternehmen immer breiteren Raum ein. Meist ausgehend von betrieblichem Umweltengagement erweitert sich das Spektrum um soziale, ökonomische und gesellschaftliche Herausforderungen, denen sich ein verantwortungsvolles, nachhaltiges Unternehmen stellen muss.</p> <ul style="list-style-type: none"> Herausforderung CR/Nachhaltigkeit: Definition, Geschichte, Entwicklung Unternehmerische Verantwortung als Wettbewerbsfaktor Strategien Treiber der Nachhaltigkeit CSR und klassischer Unternehmenswert, Corporate Citizenship, Corporate Governance etc Nachhaltigkeitsmanagement und Standards: Handlungsfelder Standards (ISO 26000, ISO 14001, SA 8000, Global Compact, ...) Organisation des CR-Managements Leitbild Code of Conduct CR-Handlungsfelder: Produktverantwortung Verantwortung in der Supply Chain Umweltverantwortung Verantwortung für die Gesellschaft Verantwortung für die Mitarbeiter 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeitskommunikation: Strategien und Maßnahmen Stakeholderdialog Standards, Leitfäden, Zertifikate Rankings Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts • Der Nachhaltigkeitsmanager: Aufgaben organisatorische Einbindung Ziele Erwartungen Zusammenarbeit mit Management und Fachabteilungen soziale und fachliche Kompetenzen
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • LOTTER, Dennis und Jerome BRAUN, 2010. Der CSR-Manager - Unternehmensverantwortung in der Praxis. Altop Verlags- und Vertriebsgesellschaft mbH. ISBN 978-3925646508 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • RABE VON PAPPENHEIM, Jörg, 2009. Das Prinzip Verantwortung - Die 9 Bausteine nachhaltiger Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-8056-4 • HARDTKE, Arnd, 2010. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen: von der Idee der Corporate Social Responsibility zur erfolgreichen Umsetzung. 1. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-0806-3

2.17 NW: Development Aid Project

Modulbezeichnung	Development Aid Project		Modulnummer	2.17		
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Augsdörfer, Peter</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Development Aid Project (NW_DAP)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	5 h	0 h	70 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> know that a vast amount of communities has limited or no access to basic utilities such as heating, cooking, water, and electricity. know about Luquina, a small community in Peru at the shore of Lake Titicaca, was chosen as the recipient of an easily replicable and sustainable energy system to provide cooking facilities, electricity and water to homes and buildings across the town. 					
Inhalte des Moduls	<p>A group of THI students will work alongside students from our US partner, the Seminole State College, Florida (USA) in order to create, design, and implement a solution in Luquina. This exposure allows for broadening experiences between the two academic cultures and the opportunity to provide minimal utilities to homes in a remote village. Due to limited funding, there are significant constraints on possible solutions, but sponsorship from university grants are pursued.</p> <p>The program provides a once in a lifetime opportunity to help solve a global problem, students applied modern technology with simplistic principles and resources in a way that would not be intrusive on Peruvian culture. Students will strive to implement a solution on a small scale in the village that could be implemented on a global scale due to its simplistic, inexpensive, sustainable, and not intrusive properties. This unique opportunity provides the students to form international relations and a cultural educational experience that, alongside coursework, will be difficult to find anywhere else.</p>					
Hinweis	Suitable for engineering students and business students. All students (male and female) have to have good physical health needed for help with construction works. Business students could also help with finance related matters (loans, etc.). Spanish language is an advantage but no requirement. Students have to pass an interview with Prof. Dr. Augsdörfer					

	<p>Cost</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cost: 2400 US Dollar living cost (food and accomadation) in Luquina (Peru). Students are integrated in local families (living and eating) • Flight (international and national): to be paid by student separately • Duration: approx. 10 days • Timing: During Wintersemester holidays (15. Feb - 15. March) • More information: Prof. Dr. Peter Augsdörfer <p>Please note:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students particpate on their own risk • All recommendations of Auswärtiges Amt have to be followed. https://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/PeruSicherheit.html • Studentes need to have adequate medical vaccinations
<p>Literatur</p>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • MCBRIDE, Melanie, 2016. Project Management Basics: How to Manage Your Project with Checklists [online]. Berkeley, CA: Apress PDF e-Book. ISBN 978-1-4842-2086-3, 978-1-4842-2085-6. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-1-4842-2086-3. <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • CROWDER, James A., FRIESS, Shelli, 2015. Agile project management: managing for success [online]. Cham [u.a.]: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-319-09018-4, 978-3-319-09017-7. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-319-09018-4.

2.17 NW: Values and Consciousness – Werte und Bewusstsein in der Ökonomie

Modulbezeichnung	Values and Consciousness – Werte und Bewusstsein in der Ökonomie	Modulnummer	2.17			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Meng. Birte</u>					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Values and Consciousness – Werte und Bewusstsein in der Ökonomie (NW_VaC)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können interdisziplinär und systemisch denken. • haben ein Bewusstsein für persönliche sowie gesellschaftliche Werte und Ziele. • kennen verschiedene Zukunftsmodelle. • kennen theoretische Hintergründe zu den Schlüsselkompetenzen für eine Gesellschaft und Wirtschaft des 21. Jahrhunderts. • kennen damit in Zusammenhang stehende Leadership-Modelle und können diese beschreiben. • kennen verschiedene Techniken in den einzelnen Kompetenzbereichen (u.a. Systemdenken, Wertebewusstsein, Kreativität, Kommunikation, Teamarbeit, Empathie) und können diese anwenden. • sind dazu fähig, bewusste und zukunftsfähige Entscheidungen zu treffen. • erweitern ihre Soft Skills und Problemlösungskompetenz. 					
Inhalte des Moduls	<p>In Zeiten einer komplexer werdenden und sich immer schneller verändernden Welt sieht die Menschheit sich neuen Herausforderungen gegenübergestellt. In allen menschlichen Bereichen – und so auch in der Ökonomie – stellt sich die Frage nach der Zukunftsfähigkeit der bestehenden Strukturen und der zu treffenden Entscheidungen.</p> <p>Wo stehen wir? Wo wollen wir hin? Was brauchen wir dafür?</p> <p>Die Beantwortung dieser Fragen ist wesentlich für eine bewusste Gestaltung der Zukunft – im persönlichen Leben, in der Gesellschaft sowie in Unternehmen.</p>					

	<p>Das Seminar beleuchtet diese Fragestellungen mit einer grundlegend interdisziplinären Herangehensweise unter Verwendung von Erkenntnissen u.a. aus den Fachgebieten Psychologie, Soziologie, Gesundheitswissenschaften, Neurowissenschaften, Philosophie, Ökologie und Zukunftswissenschaft.</p> <p>Neben der Betrachtung möglicher Zukunftsentwürfe – hier insbesondere der viel diskutierten gesellschaftlichen „Great Transformation“ / „Great Transition“ – mit ihren jeweils zugrundeliegenden Wertemodellen und Weltbildern, wird im Seminar vor allem auch die Relevanz verschiedener menschlicher Fähigkeiten thematisiert, die zunehmend gebraucht werden, um dem Individuum und der Gesellschaft eine bewusste und nachhaltig gesunde Zukunftsgestaltung zu ermöglichen. Diese Fähigkeiten gehen über den rein analytisch-mental und disziplinären Bereich hinaus und schließen vor allem auch sogenannte Soft Skills mit ein (z.B. in den Bereichen der emotionalen, sozialen und kreativen Intelligenz) sowie eine inter- bzw. transdisziplinäre und systemische Sichtweise, die es ermöglicht, persönliche sowie ökonomische Entscheidungen in einen gesamtgesellschaftlichen und ökologischen Kontext stellen zu können. Verschiedene Methoden und Techniken in den einzelnen Fähigkeitsbereichen werden vorgestellt und beispielhaft in Übungen angewendet.</p> <p>In Bezug zu den obengenannten Aspekten wird zudem diskutiert, wie Leadership im 21. Jahrhundert aussehen könnte. Es wird ein Überblick über existierende Modelle gegeben und mit Beispielen aus nationalen und internationalen Unternehmen ergänzt.</p> <p>Im Einzelnen werden im Seminar vorgestellt:</p> <p>Zukunftsentwürfe (z.B. Great Transition Szenario); Theorien zu Persönlichkeit, Motivation und Werten (z.B. Maslow, Graves, Gebser); Theorien und Techniken in den verschiedenen Kompetenzbereichen (z.B. Kreativität, Wertebewusstsein, Kommunikation, Teamarbeit, Empathie); systemisches Denken und Vorstellung systemtheoretischer Modelle; Inter- und Transdisziplinarität; Leadership im 21. Jahrhundert</p> <p>Die Anwendbarkeit auf und Bedeutung für ökonomische Fragestellungen werden beleuchtet und diskutiert. Ergänzt werden die theoretischen Grundlagen durch Praxisbeispiele aus Unternehmen.</p>
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • RASKIN, Paul, BANURI, Tariq, GALLOPIN, Gilberto, GUTMAN, Pablo, HAMMOND, Al, KATES, Robert, SWART, Rob, 2002. Great Transition. The Promise and Lure of the Times Ahead. A report of the Global Scenario Group. [online]. Boston: Stockholm Environment Institute PDF e-Book. ISBN 978-0-97124-181-7. Verfügbar unter: https://greattransition.org/documents/Great_Transition.pdf https://greattransition.org/documents/gt_deutsch.pdf. <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • RIFKIN, Jeremy, 2012. Die empathische Zivilisation. Wege zu einem globalen Bewusstsein. Frankfurt/Main: Fischer. ISBN 978-3-596-19169-7 • SCHEIN, Steve, 2015. A new Psychology for Sustainability Leadership: The Hidden Power of Ecological Worldviews. Sheffield, UK: Greenleaf Publishing. ISBN 978-1-78353-190-5

2.17 NW: Basics in Sustainability

Modulbezeichnung	Basics in Sustainability	Module No	2.17			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	<u>Barfuß, Georg Stephan</u>					
Lehrsprache	Deutsch/Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Basics in Sustainability (NW_Sus)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know the framework for sustainability: the sustainable development approach. • know the most recent concepts of implementing sustainable development: the planetary boundaries and the Sustainable Development Goals (SDGs). • know the important issues regarding sustainability management in an international context and how to present solution concepts. • know how to make use of them for international corporations. • are able to estimate possible consequences on management decisions within questions of internationalization. • are able to put all aspects of sustainability management into context, given specific practical examples. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Sustainable development: concept and framework for sustainability management • Definition, evolution and content of sustainability management • financial, social and ecological perspective of sustainability • different scoping of sustainability in international context • sustainability and innovation • sustainability accounting and controlling • sustainability reporting • case studies from different industries 					
Hinweise						

Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• BLOWFIELD, Michael and Alan MURRAY, 2014. <i>Corporate responsibility</i>. 3. edition. Oxford: Oxford Univ. Press. ISBN 978-0-19-967832-7• FREEMAN, R. Edward, 2010. <i>Stakeholder theory: the state of the art</i>. 1. edition. Cambridge: Cambridge Univ. Press. ISBN 978-0-521-19081-7; 0-521-19081-9; 978-0-521-13793-5; 0-521-13793-4 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>None</p>
------------------	--

2.17 NW: Sustainability in China

Modulbezeichnung	Sustainability in China	Modulnummer	2.17			
Dozent/in <u>Modulverantwortliche/r</u>	<u>Habisch, Andre</u>					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Sustainability in China (NW_SustChina)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	Nachhaltige Entwicklung ist ein globales Ziel des 21. Jahrhunderts, wie es etwa in den UN Sustainable Development Goals Ausdruck gefunden hat. Als bevölkerungsreichstem Land der Erde kommt der VR China dabei eine Schlüsselrolle zu. Zugleich eröffnet das Ringen um nachhaltige Entwicklung in China aber auch hochinteressante unternehmerische Perspektiven. Entsprechend einem spezifisch chinesischen Nachhaltigkeitskonzept werden ökonomische, ökologische und soziale, aber auch kulturelle und Governance-Aspekte der Thematik dargelegt.					
Inhalte des Moduls	<p>Der Kurs findet als Ringvorlesung im wöchentlichen Rythmus in englischer Sprache an der KU Eichstätt statt; er wird in Zusammenarbeit mit dem Competence Centre Sustainability in China (CCSC) und dem AUDI-Konfuzius-Institut (Leitung: Prof. Dr. Peter Augsdörfer) durchgeführt.</p> <p>In transdisziplinärer Perspektive legen chinesische, deutsche und internationale Referenten aus Wissenschaft und unternehmerischer Praxis jeweils Teilaspekte ökonomischer, ökologischer und sozialer Entwicklung in China dar. Dabei wird einerseits Wissen über aktuelle Entwicklungen im heutigen China vermittelt; andererseits stehen nachhaltigkeitsrelevante Aspekte des Wirtschaftens in Schwellenländern im Mittelpunkt. Studierende wählen aus dem Spektrum der Ringvorlesung jeweils ein Thema aus, das sie in Kooperation mit dem entsprechenden Referenten literaturbasiert schriftlich vertiefen.</p>					
Hinweis						
Literatur	<i>Verpflichtend:</i>					

	<ul style="list-style-type: none"> • ZHAO, Rui und Uzezi DIA, 2017. Digital Service through Sharing Economy to Sustainability: A car sharing case in Suzhou, China. LAP LAMBERT Academic Publishing. ISBN 978-6202062244 • CRANE, A drew und Dirk MATTEN, 2016. Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization. 4. Auflage. Oxford University Press. ISBN 978-0199697311 • HABISCH, André und René SCHMIDPETER, 2016. Cultural Roots of Sustainable Management: Practical Wisdom and Corporate Social Responsibility. Berlin: Springer. ISBN ISBN 978-3-319-28287-9 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>
--	---

2.17 NW: Sustainability & Philosophical Approaches

Modulbezeichnung	Sustainability & Philosophical Approaches	Modulnummer	2.17			
Dozent/in Modulverantwortliche/r	Barfuß, Georg Stephan; von Stietencron, Sinan					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtfach zur Nachhaltigkeitskompetenz					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Sustainability & Philosophical Approaches (NW_S&PA)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Dieses Modul ist für alle Studiengänge der THI Business School geöffnet, soweit dies im Modulhandbuch des jeweiligen Studienganges angeboten wird.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - Seminararbeit					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Students know the concept of sustainability as defined by the United Nations and are able to raise sustainability issues on their own and discuss them from different perspectives (stakeholder theory). Students know the responsibility for companies that derives from it: Corporate Social Responsibility (CSR). They are able to discuss CSR from the different perspectives of society: NGOs, politics, investors, etc. Students know the basics about philosophical reasoning. They are able to define a philosophical question and discuss it in the proper way. In addition, they are able to moderate a philosophical discussion. 					
Inhalte des Moduls	<p>Content Sustainability:</p> <ul style="list-style-type: none"> Definition of "sustainable development", "the Sustainable Development Goals" and "Science Based Targets". Discussion of the question "what's a business for?" and definition and history of "Corporate Social Responsibility" practical examples from the automotive and other industries regarding the implementation of sustainability management. Limitations of economics, business administration and law to answer questions like "what is climate justice?", "who owns nature?" or "are the rich countries exploiting the poor?". These limitations are used as a "bridge" to the second part of this course: Philosophy. <p>Content Philosophy:</p> <p>Seen from a historical perspective philosophy is nothing less than the mother of all sciences. Yet over the two centuries it has become an exotic, often overly abstract subject with a general lack of practical relevance. Today this epoch of detached philosophy is rapidly coming to an end. In a globalized world, facing</p>					

	<p>challenges such as climate change, globalisation of commerce and culture, automatization and digitalisation, philosophy experiences an unprecedented revival as interdisciplinary and low-threshold platform for fundamental questions of ethics, essence and purpose:</p> <p>How do we want to live in the future? How does technology change the way we see the world? What is justice in a globalized world? What does it truly mean to be “online”? What is the relationship between human and nature? And many more...</p> <p>The seminar introduces philosophy as a method of reflecting upon the world in open, moderated group discourses. It demonstrates the importance of philosophizing as a basic human act and shows its relevance in the context of sustainability. In “live sessions” the students will have the chance to philosophize self-chosen questions. Furthermore, it conveys methods of finding philosophical questions in daily life as well as in a scientific or commercial context. Through the so called philosophical stance and with reference to communication psychology it introduces a method for personal self-reflection and character development. Finally, the students will develop their own approaches to philosophically deal with their personal core questions in the field of sustainability.</p>
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ohne Autor. Sustainable Development [online]. [Zugriff am:]. Verfügbar unter: https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • CRUTZEN, Paul J., Michael MASTRANDREA und Stephen H. SCHNEIDER, 2011. Das Raumschiff Erde hat keinen Notausgang: Energie und Politik im Anthropozän. ISBN 978-3-518-06176-3 • FREEMAN, R. Edward und andere, 2010. Stakeholder theory: the state of the art. 1. Auflage. Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press. ISBN 978-0-521-19081-7, 0-521-19081-9

2.18 Projekt „Soziales Engagement“

Module Title	Projekt „Soziales Engagement“	Module No	2.18			
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Alt, Markus; Barfuß, Georg Stephan; Bregulla, Markus; Clostermann, Jörg; Decker, Alexander; Doyé, Thomas; Fend, Lars; Fischer, Heinz Joachim; <u>Habermann, Mandy</u> ; Quenzler, Alfred; Regler, Michaela; Scheed, Bernd; Schmidt, Karin; Wittmann, Robert					
Language of instruction	Deutsch/Englisch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Parts of the module	Projekt „Soziales Engagement“ (IG_SoPro)					
Learning methods	2.18: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Prerequisite of attendance	Keine					
Usability of the module for this or for other study programmes	The module is offered also in other bachelor programmes of our business school (Betriebswirtschaft, Digital Business and Internationales Handelsmanagement). It can be accredited for in B.A. Global Economics and Business Management if conducted in English.					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	2	3	24 h	0 h	51 h	75 h
Method of assessment / Requirements for credit points	LN - Seminararbeit					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Objectives	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eigenverantwortlich entgeltlose Tätigkeiten im gemeinnützigen/ehrenamtlichen Bereich definieren und wahrnehmen. • Projekte selbstständig initiieren, planen und durchführen. • im Team Konzepte und Strategien entwickeln. • Mitarbeiter führen und motivieren. • Projektergebnisse sicher und ergebnisorientiert präsentieren. 					
Content	<p>Es handelt sich um ein ehrenamtliches, gemeinnütziges Projekt, welches die Studierenden alleine oder im Team eigenverantwortlich und selbstständig initiieren und durchführen. Das Projekt kann auch die Fortführung eines bestehenden Projekts sein, allerdings muss auch in diesem Fall ein Konzept entwickelt werden, welches die Weiterentwicklung und Verbesserung des bestehenden Projekts deutlich macht.</p> <p>Das Prozedere ist wie folgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden gehen mit Ihrer Projektidee direkt auf den jeweiligen Professor (siehe https://moodle.thi.de/moodle/course/view.php?id=1046) zu. • Signalisiert der Professor die Bereitschaft, das Projekt zu übernehmen, ist von den Studierenden eine Projektvereinbarung (Vorlage siehe https://moodle.thi.de/moodle/course/view.php?id=1046) anzufertigen. Das Template für die Projektvereinbarung findet man in Moodle unter "Clostermann" und "Projekt Soziales Engagement". • Nachdem der betreuende Professor die Projektvereinbarung gegengezeichnet hat, können die Studierenden starten. 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Das Projekt soll eine Arbeitsbelastung von 75-90 Zeitstunden pro Studierenden repräsentieren. Es kann während des Semesters, semesterüberlappend oder aber auch in den Semesterferien durchgeführt werden. Es ist ein formloses Zeit-Protokoll zu führen, woraus sich Ihre Arbeitsbelastung herauslesen lässt. • Nach der Projektdurchführung fragt man bei dem betreuenden Professor nach einem Präsentationstermin. Die Präsentation hat einen zeitlichen Umfang von 5-7 Minuten pro Projektteilnehmer. Inhalt der Präsentation ist, Motivation, Projektinhalt, Ergebnisse, Lessons Learned. (Achtung: Die Anfrage nach einem Präsentationstermin sollte mindestens 4 Wochen vor Beginn des Prüfungszeitraums erfolgen, ansonsten ist ein Noteneintragung im gleichen Semester nicht garantiert!) • Nach erfolgreicher Präsentation fertigen die Studierenden einen Steckbrief und ein Poster über das Projekt und liefern diesen per Email an Jörg Clostermann. Das Template für den Steckbrief und das Poster findet man in Moodle unter „Clostermann“ und "Projekt Soziales Engagement". <p>In dem Steckbrief werden u.a. die Teammitglieder namentlich genannt. Wer gegen die Veröffentlichung des Projekt-Steckbriefs in jeglicher Form ist, soll bitte per Email an Jörg Clostermann (joerg.clostermann@thi.de) Einspruch erheben.</p>
Hint	
Literature	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • WURSTER, Michael T., SACHSEN-ALTENBURG, Maria von, 2015. <i>Helden gesucht: Projektmanagement im Ehrenamt: Mit Illustrationen von Werner Tiki Küstenmacher</i> [online]. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg PDF e-Book. ISBN 978-3-662-43923-4, 978-3-662-43922-7. Available via: https://doi.org/10.1007/978-3-662-43923-4. <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>

2.19 Seminar Wissenschaftliches Arbeiten						
Module Title	Seminar Wissenschaftliches Arbeiten			Module No	2.19	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	Ruschinski, Monika; Bibliothek					
Language of instruction	Deutsch					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester nur Wintersemester					
Parts of the module	Seminar Wissenschaftliches Arbeiten (IG_SemWA)					
Learning methods	2.19: S - Seminar					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Die Teilnehmer müssen mindestens 42 ECTS aus dem ersten Studienabschnitt erzielt haben.					
Prerequisite of attendance	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium ist notwendig.					
Usability of the module for this or for other study programmes	Der Kurs ist inhaltlich gleichwertig zum entsprechenden Kurs im Studiengang Betriebswirtschaft und internationales Handelsmanagement. Die Inhalte des Kurses sind essentiell für die weitere Bearbeitung von Seminararbeiten sowie der Bachelorarbeit. Das Bestehen des Kurses ist Voraussetzung für die Prüfung in Modul 2.20 Bachelorarbeit.					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	2	2	16 h	4 h	30 h	50 h
Method of assessment / Requirements for credit points	Schriftliche Ausarbeitung 8-10 Seiten m.E./o.E.					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Objectives	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens und wenden die Methoden situationsadäquat an. • wenden Recherchemethoden an um relevante Informationen für ihre wissenschaftlichen Arbeiten zu sammeln. • wissen um korrekte Zitationsweisen von Quellen im Text und deren Ausweis in Literaturverzeichnissen. • können das Programm „Citavi“ mit seinen Möglichkeiten und Funktionen sicher anwenden. • sind in der Lage ein Exposé zu formulieren, das die Grundlage für die Strukturierung ihrer Bachelorarbeit bildet. 					
Content	<p>Die Studierenden arbeiten in kleinen Gruppen von max. 25 Teilnehmern um auf Basis ihres (potenziellen) Bachelorarbeits- oder Seminararbeitsthemas Strategien und Quellen der Informationsgewinnung und die Grundlagen des wissenschaftlichen Schreibens zu erarbeiten. Inhalte sind dabei:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftliches Arbeiten und Publizieren • Methoden der Informationsgewinnung • Vorgehensweise einer systematischen und zielorientierten Forschung • Die wichtigsten Instrumente in diesem Kontext kennenlernen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bibliothekskataloge ○ Fernleihe ○ Wissenschaftliche Datenbanken ○ E-books 					

	<p>Für die wissenschaftliche Arbeiten außerdem relevant sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zitationsregeln • Literaturverzeichnisse • Systeme zum Literaturmanagement <p>Das SCS vermittelt überdies weiterführende Informationen zu rechtlichen Grundlagen und Voraussetzungen der Bachelorarbeit.</p>
Hint	<p>Es besteht Anwesenheitspflicht. Weiterführende Informationen entnehmen Sie bitte dem Stundenplan sowie den Informationen auf Moodle.</p>
Literature	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • THI BUSINESS SCHOOL: <i>Richtlinien wissenschaftliches Arbeiten</i>. 2018 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>

2.20 Bachelor Thesis						
Module Title	Bachelor Thesis			Module No	2.20	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	All Professors from THI Business School					
Language of instruction	German/English possible					
Kind of module	Compulsory Subject					
Duration / Frequency	1 semester winter and summer term					
Parts of the module	Bachelor Thesis (IG_BA)					
Learning methods	2.20: BA - bachelor thesis					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Successful attendance of 2.19 Seminar Wissenschaftliches Arbeiten. The advanced practical study semester (internship abroad) has to be successfully completed plus 20 ECTS from the third and fourth semester.					
Prerequisite of attendance	It is recommended to prepare the bachelor thesis at the end of the study programme.					
Usability of the module for this or for other study programmes	None					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	0	12	0 h	0 h	300 h	300 h
Method of assessment / Requirements for credit points	Bachelor-Thesis Für Dual Studierende: Die Bachelorarbeit ist zwingend im Praxisunternehmen abzuleisten (§18 (5) APO). Der Betreuer steht im wissenschaftlichen Austausch mit dem Unternehmen. Die Ergebnisse der Arbeit sind dem betreuenden Professor und dem Unternehmen vorzustellen.					
Weighting for the composition of the final grade	See study and examination regulation					
Objectives	<p>Working on the bachelor thesis, the student</p> <ul style="list-style-type: none"> demonstrates the ability to work in a truly scientific mode e.g. structuring the problem, finding solutions via different channels such as literature, etc. applies his knowledge and experiences successfully to real world problems in a global context. writes a thesis within a given time frame. <p>Additional objectives for dual students:</p> <ul style="list-style-type: none"> Dual students are able to scientifically analyze a problem in their dual partner company and find an appropriate solution. Dual students additionally show that they are able present the problem analysis and solution in a management-like manner and defend their opinion. 					
Content	<p>The thesis should preferably relate to practical problems of international companies. The preparation of the thesis is supervised and evaluated by a professor of your choice. The thesis can be written in German or in English language after consultation of the supervising professor. The thesis should reflect a workload of approximately 300 hours. The time period of exclusively working on the Bachelor Thesis should not be more than two months in total. The maximum time period is five months. The usual scope of a bachelor's thesis is approximately 60,000 characters including spaces (one-sided, $\pm 10\%$). This is the equivalent of approximately 40-60 pages of pure text (without contents, figures, bibliography, etc., including tables and figures). Details regarding the Bachelor Thesis are available in Moodle:</p> <ul style="list-style-type: none"> Allgemeine Informationen der Business School 					

	<p>https://moodle.thi.de/moodle/course/view.php?id=939</p> <ul style="list-style-type: none"> • Service Center Studienangelegenheiten <p>https://moodle.thi.de/moodle/course/view.php?id=1315</p> <p>Additionally, for dual students:</p> <p>The thesis must be written in cooperation with the dual partner company. The dual student selects the thesis topic in close interaction of thesis examiner and dual partner. The results are presented to the dual partner as well as first examiner.</p>
Hint	<p>PLEASE NOTE</p> <p>Workload: The time frame of 5 months for writing the bachelor thesis is applicable for a thesis which is done simultaneously with the designated workload of the study program in the respective semester.</p>
Literature	<p><i>Compulsory:</i></p> <p>Own research</p> <p><i>Recommended:</i></p> <p>Own research</p>

P2.2 Praktisches Studiensemester (20 Wochen)						
Module Title	Praktisches Studiensemester (20 Wochen)			Modulnummer	2.2	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	N.A.					
Language of instruction	diverse					
Kind of module	Pflichtfach					
Duration / Frequency	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Parts of the module	Praxissemester					
Learning methods	Praktikum					
Prerequisite according to Study and examination regulation	Der Eintritt in das Praxissemester setzt neben dem vollen Erbringen der Leistungspunkte aus dem ersten und zweiten Studiensemester die Erbringung von mindestens 20 ECTS-Leistungspunkten aus dem dritten und vierten Studiensemester sowie die erfolgreiche Ableistung des Grundpraktikums voraus.					
Prerequisite of attendance	Es wird dringend empfohlen das theoretische und praktische Studiensemester en bloc, d.h. aufeinanderfolgend innerhalb eines Jahres abzuleisten					
Usability of the module for this or for other study programmes	The module meets the requirements of the internship (20 weeks) in B.A. Global Economics and Business Management.					
Workload	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	0	30	0 h	0 h	750 h	750 h
Method of assessment / Requirements for credit points	Praktikumsbericht Nur für Dual-Studierende: Das Praxissemester ist im jeweiligen Dual Unternehmen abzuleisten. Im Praxisbericht wird die inhaltliche Verzahnung zwischen Studium und Praktikum aufgezeigt.					
Weighting for the composition of the final grade	Siehe SPO					
Objectives	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Tätigkeitsgebiete in Unternehmen oder vergleichbaren Organisationen definieren Managementaufgabenstellungen und bewältigen sie in Ansätzen erwerben Managementfähigkeiten sind in der Lage, Aufgaben zu bewältigen und Tätigkeiten durchzuführen gemäß einem Absolventen der Betriebswirtschaft bewegen sich sicher im interkulturellen Kontext. <p>Für Dual Studierende gilt außerdem:</p> <ul style="list-style-type: none"> Durch die bereits erfolgten Praxisphasen im Unternehmen sind die Dual Studierenden in der Lage, sich schneller in die Aufgabengebiete im Unternehmen einzuarbeiten. Sie können daher auch anspruchsvolle Aufgaben übernehmen. 					
Content	Das Praktische Studiensemester baut auf dem Grundpraktikum sowie den erworbenen Studienkenntnissen insbesondere aus dem Studium von Studienschwerpunkten auf. Der Studierende verbringt 20 Wochen in einem internationalen Unternehmen. Der Studierende erhält einen vertieften Einblick in die Tätigkeit eines Betriebswirtes durch selbständige Arbeiten an betriebswirtschaftlichen Aufgabenstellungen. Er erwirbt Fertigkeiten und Fähigkeiten, die eine zügige Einarbeitung in betriebliche Aufgabenstellungen ermöglicht und einen Berufseinstieg vorbereitet. Ebenso wird durch die Tätigkeit im Ausland die interkulturelle Kompetenz geschult.					

	Für Dual-Studierende ist das Praxissemester gemäß §18 (5) APO im Dual Unternehmen abzuleisten. Im Praxisbericht wird die Verzahnung von Studium und praktischer Tätigkeit thematisiert.
Hint	
Literature	<i>Verpflichtend:</i> Keine <i>Empfohlen:</i> Keine

English Refresher 1						
Module Title	English Refresher			Module No	None	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Kyrmanidou, Elli</u>					
Language of instruction	English					
Kind of module	Specialised Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester winter and summer term					
Parts of the module	English Refresher (SZ_ENG_REFR)					
Learning methods	1: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None Voluntary course, no credit points					
Prerequisite of attendance	None					
Usability of the module for this or for other study programmes	None					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	2	0	24 h	0 h	24 h	48 h
Method of assessment / Re-quirements for credit points	LN - without assessment					
Weighting for the composition of the final grade	None					
Objectives	<p>Students are able to follow, proactively participate in and successfully complete courses taught in English, including courses from all areas of major of the University.</p> <p>In Refresher 1 students improve their language ability from level A2 to B1. The course is also appropriate for students with a B1 level with the goal to reach B2. The level of B2 enables students to participate in courses taught in English. The student thus makes the leap from elementary language use to independent language use.</p>					
Content	<p>This course is designed for students who want to refresh their English. Topics include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grammar • Language skills, both written and oral • This course focuses on the individual needs of the participants, with a special emphasis on Business English, Technical English, Computer Science and Engineering. 					
Hint	This course is offered without an exam or ECTS credit points. The course is aimed at students who are interested in improving their English skills, e.g. to prepare for a stay abroad or to take part in an English course here at THI.					
Literature	To be recommended by the lecturer based on the needs and field of study of individual students.					

English Refresher 2 - Writing Skills						
Module Title	English Refresher 2 - Writing Skills			Module No	None	
Lecturer(s) / <u>responsible for module</u>	<u>Kyrmanidou, Elli</u>					
Language of instruction	English					
Kind of module	Specialised Elective Subject					
Duration / Frequency	1 semester winter and summer term					
Parts of the module	English Refresher 2 - Writing Skills (SZ_ENG_REFR2)					
Learning methods	1: SU/Ü - seminar classes/exercise					
Prerequisite according to Study and examination regulation	None Voluntary course, no credit points					
Prerequisite of attendance	None					
Usability of the module for this or for other study programmes	None					
Workload	SWS	ECTS	Attendance	WBT-Effort	Self-study	Total
	2	0	24 h	0 h	24 h	48 h
Method of assessment / Re-quirements for credit points	LN - without assessment					
Weighting for the composition of the final grade	None					
Objectives	<p>To enable students to develop writing skills for courses taught in English, including courses from all faculties of the university. For students to practice academic writing suitable for assignments and assessments in English. To refresh and improve writing skills in English. To develop an understanding of the basic structure of texts and a feeling for how to write grammatically correct and comprehensible texts in English with simple to moderately complex language skills.</p>					
Content	<p>The course content is geared towards levels B1+ to B2. Text work:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sentence structure • Paragraph structure • Structure of an essay • Word choice/grammar - correct formulations • Academic Writing • Scientific referencing and citation • This course focuses on the individual needs of the participants, with a special emphasis on Business English, Technical English, Computer Science and Engineering. 					
Hint	This course is offered without an exam or ECTS credit points. The course is aimed at students who are interested in improving their English writing skills.					
Literature	To be recommended by the lecturer based on the needs and field of study of individual students.					