

Modulhandbuch



Onlinestudium

Bachelor

New Work/ Transformation Management

Stand: 11.09.2023



Inhaltsverzeichnis

PM 01 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	4
PM 02 Marketing und Absatz	6
PM 03 Grundlagen der Wirtschaft 5.0 - Digitale Transformation und Nachhaltigkeit	7
PM 04 Arbeitswelt 5.0 - New Work, Gesellschaft und Recht	9
PM 05 Personalwirtschaft	11
PM 06 Wissenschaftliches Arbeiten	12
PM 07 Mathematische Methoden und Anwendungen	14
PM 08 Unternehmensführung	16
PM 09 Statistik	18
PM 10 Volkswirtschaft	19
PM 11 Transformation der Unternehmenskultur	21
PM 12 Management der VUCA-Welt - Umwelt und Beschaffung 5.0	23
PM 13 Organisation	25
PM 14 Projekt- und Prozessmanagement	26
PM 15 Wirtschaftsprivatrecht I: Grundlagen	28
PM 16 Nachhaltigkeitsmanagement	29
PM 17 International Business	31
PM 18 Controlling	33
PM 19 Digitalisierung in Wirtschaft & Gesellschaft	35
PM 20 Agiles Management - Projekte, Strukturen und Werkzeuge	37
PM 21 Investition und Finanzierung	39

PM 22 Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie	41
PM 23 Behavioral Economics in der gesellschaftlichen Transformation	43
PM 24 Recht der Digitalisierung	45
PM 25 (e) Customer-Relationship-Management	47
PM 26 Digitale Organisation - Modelle, Strukturen und Nachhaltigkeit	49
PM 27 Entrepreneurship	51
PM 28 Praxistransfermodul	53
PM 29 Bachelor-Thesis	55

Modulbezeichnung Deutsch	PM 01 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
Modulbezeichnung Englisch	Introduction to Business Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jürgen Zeis
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ▪ Rechtsformwahl und Standortwahl ▪ Unternehmensführung und Organisation ▪ Produktionswirtschaft ▪ Beschaffung und Materialwirtschaft ▪ Absatzwirtschaft ▪ Personalwirtschaft ▪ Investitionen und Finanzierung ▪ Betriebswirtschaftliches Rechnungswesen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden werden mit den Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre vertraut gemacht und erhalten einen Überblick über die Betriebswirtschaftslehre. Sie lernen die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Funktionen (Beschaffung, Produktion, Absatz, Personal, Rechnungswesen) kennen. Sie sind in der Lage, wesentliche theoretische und praktische Zusammenhänge der Betriebswirtschaftslehre zu erkennen und den Zusammenhang zwischen den einzelnen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen zu verstehen und zu erläutern. Sie können einfache praktische Probleme aus den Zielkonflikten dieser Funktionsbereiche erkennen, bewerten und Lösungsansätze formulieren. Die Studierenden werden in dieser einführenden Lehrveranstaltung auf die im weiteren Studium folgende Vertiefung der Lehre der einzelnen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereiche durch die Vermittlung des notwendigen Basiswissens vorbereitet.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	<p>150 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen)

	<ul style="list-style-type: none">▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 02 Marketing und Absatz
Modulbezeichnung Englisch	Marketing and Sales
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Wilke
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Marketings ▪ Verhaltens-, Informations- und Aktionsgrundlagen der Marketingentscheidung ▪ Strategische Marketingplanung ▪ Die Marke als Klammer der Marketing-Mix-Instrumente ▪ Produkt- und Programmpolitik ▪ Preispolitik ▪ Kommunikationspolitik ▪ Distributionspolitik ▪ Marketingcontrolling
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden verstehen die Begriffe und Grundzusammenhänge des Marketings, können diese anwenden und berücksichtigen die wachsende unternehmenspolitische und funktionsübergreifende Bedeutung des Marketings. Sie sind in der Lage, Käuferverhaltensweisen, Marketingforschung und Marktsegmentierung als Verhaltens-, Informations- und Aktionsgrundlagen für Marketingentscheidungen heranzuziehen. Sie besitzen die Kompetenz, die entsprechenden strategischen Marketingplanungsschritte durchführen zu können, um im Anschluss die marketingmixpolitischen Instrumente der Markenpolitik, Produkt- und Programmpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Distributionspolitik zum Einsatz zu bringen.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 03 Grundlagen der Wirtschaft 5.0 - Digitale Transformation und Nachhaltigkeit
Modulbezeichnung Englisch	Fundamentals of Business 5.0 - Digital Transformation and Sustainability
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan Helmke
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Digitale Transformation und Begriffsklärung (Automatisierung, Industrie 5.0 und Digitalisierung) ▪ Grundlagen der digitalen Wirtschaft (Geschäftsmodelle, traditionell vs. Digital, Business Model Canvas, Digitale Medien und Prozesse, E-Commerce, Digitale Dienstleistungen, Agilität, DevOps, Change-Management) ▪ Einführung in digitale Technologien (Web-Technologien, Cloud, Datenanalyse, Lloyd's Algorithmus, Blockchain Technologien) ▪ Nachhaltigkeitsverständnis, Nachhaltigkeitsbegriffe ▪ Räumliche und zeitliche Dimensionen der Nachhaltigkeit, Transformationsprozesse und deren Zielkonflikte ▪ Sustainable Development Goals (SDG) ▪ Deutscher Nachhaltigkeitskodex ▪ Nachhaltigkeitskonzepte ▪ Digitalisierung und Nachhaltigkeit
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erwerben das Grundverständnis und Wissen über die Technologien der Digitalisierung und verstehen, wo diese mit der Betriebswirtschaftslehre und deren Prozessen verzahnen. Dazu werden die unterschiedlichen Technologien in der Digitalisierung vermittelt und Anwendungsmöglichkeiten aufgezeigt. Die Studierenden sollen Inhalte, Chancen und Risiken sowie die Anwendungsbereiche kennen und verstehen lernen.</p> <p>Die Studierenden sind ebenfalls fähig, die Implikationen des Nachhaltigkeitsbegriffs zu erkennen und in seiner Wirkung auf die Transformation der Wirtschaft kritisch zu beurteilen. Sie kennen grundlegende Ansätze zum Verhältnis von Mensch, Gesellschaft, Natur bzw. Umwelt und der Wirtschaft. Sie sind in der Lage historische Entwicklungsphasen der Umwelt- und Entwicklungspolitik zu unterscheiden und in einen wirtschaftlichen Kontext zu bringen. Sie kennen den Diskurs um Nachhaltigkeit und sind mit den darin enthaltenen Schwerpunktsetzungen vertraut. Sie kennen aktuelle politische Vorgaben und deren Bedeutungen im Bezug auf die Nachhaltigkeitsentwicklung.</p> <p>Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden einen Überblick für eine digitale und nachhaltige Unternehmensentwicklung erworben und kennen wichtige Methoden, um Impulse für die digitale und nachhaltige Entwicklung einer Organisation zu kreieren.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Synchroner Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischer Unterricht) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 04 Arbeitswelt 5.0 - New Work, Gesellschaft und Recht
Modulbezeichnung Englisch	Working World 5.0 - New Work, Society and Law
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Walter
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriffsentwicklung (gesellschaftliche, politische und soziale Umbrüche, Arbeitswelt der Zukunft) ▪ New Work als interdisziplinärer Ansatz ▪ Megatrends (Globalisierung, Digitalisierung und Konnektivität, Individualisierung und Werte, Demografischer Wandel und Diversity) ▪ Organisation von New Work (Starre Organisationsformen, agile Organisationsformen, Auswirkungen agiler Organisationsformen) ▪ Führung und Zusammenarbeit in New Work (Empowerment, Leadership, neue Formen der agilen Zusammenarbeit, neue Rahmenwerke, Methoden und Tools der Zusammenarbeit) ▪ Kompetenzentwicklung (Kompetenzen, Einstellungen und Mindset, Lernen) ▪ Rahmenbedingungen und Kritik (kritische Einordnung von New Work in Bezug auf Gesellschaft und Recht)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Das Modul vermittelt eine Einführung in die komplexe und aktuelle Thematik der neuen Arbeitswelt und -struktur. Ausgehend von einer Begriffsbestimmung und Abgrenzung des Themas werden gesellschaftliche Megatrends als wesentliche Einflussfaktoren auf Personalmanagement und Organisation diskutiert. Darauf aufbauend wird der Dipol starrer und agiler Organisationsstrukturen und den daraus folgenden Auswirkungen für Führung, Personalmanagement und Mitarbeiter diskutiert. Zusammenarbeit und Führung im Zuge der Einführung von New-Work-Strukturen und -Methoden sowie die dazu notwendigen Kompetenzen werden thematisiert. Im Rahmen der Kompetenzentwicklung wird behandelt, wie Lernen, Einstellungen und Kompetenzen zusammenspielen müssen um Unternehmen agiler zu machen. Abschließend wird das New-Work-Konzept mit Vor- und Nachteilen für alle Beteiligten - Arbeitgeber, Arbeitnehmer und Stakeholder - vor rechtlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen kritisch reflektiert. Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Herausforderungen des technologischen und gesellschaftlichen Wandels zu benennen und zu verstehen. Die entstehenden Herausforderungen auf das Personalmanagement und die Führungskultur in Unternehmen zu übertragen. Die Konzepte agiler und fluider Organisationen sowie die daraus resultierenden Konsequenzen nachzuvollziehen. Lösungsansätze für komplexere Umwelteinflüsse für Führung und Personalmanagement zu benennen.</p>
Sprache	Deutsch

Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchroner Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischer Unterricht) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 05 Personalwirtschaft
Modulbezeichnung Englisch	Human Resources Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklungsgeschichte und Menschenbilder in der Personalwirtschaftslehre ▪ Das Spannungsfeld zwischen ökonomischer und sozialer Effizienz ▪ Theorie und Praxis der Motivation zur Mitarbeit ▪ Planung und Realisierung personalwirtschaftlicher Aufgaben ▪ Bewertung von Arbeitsleistung, Personalentlohnung und Wertschöpfungsverteilung ▪ Die Rolle des HR-Bereichs als interner Dienstleister
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende personalwirtschaftliche Aufgaben in einem Unternehmen. Sie erhalten einen Einblick in die wesentlichen personalwirtschaftlichen Spannungsfelder im Unternehmen und werden in die Lage versetzt, das unternehmerische Geschehen aus Sicht der Mitarbeiter zu bewerten und zu gestalten. Sie können operative und strategische Fragestellungen der Personalpolitik eines Unternehmens erkennen und unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Interessen der Handelnden eigenständig lösen. Sie sind sich der ethischen Implikationen der Personalarbeit bewusst und können diese in der Praxis einfließen lassen.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 06 Wissenschaftliches Arbeiten
Modulbezeichnung Englisch	Research Techniques
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Guido Hölker
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wissenschaftliches Arbeiten in Theorie und Praxis ▪ Grundsätze, Begriffe und Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens ▪ Themenfindung, Informationsbeschaffung und Recherche ▪ Strukturelemente einer wissenschaftlichen Ausarbeitung ▪ Problemformulierung ▪ Belegen, Referenzieren und Zitieren ▪ Wissenschaftliche Sprache und Schreibstile ▪ Technik und Projektmanagement
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden beherrschen die Grundsätze des Aufbaus und der Erstellung wissenschaftlicher Texte und der Dokumentation und Nachvollziehbarkeit wissenschaftlicher Arbeiten (insbes. Zitierweise, Quellenangaben, Gliederungsstruktur). Den Studierenden ist die zwingende Notwendigkeit seriösen wissenschaftliches Arbeitens bewusst. Sie kennen Grundlagen der Wissenschaftstheorie, der Einordnung von BWL als Sozialwissenschaft und die Relevanz und Folgen wissenschaftlicher Paradigmen, insbesondere von kritischem Rationalismus und Sozialkonstruktivismus. Sie können grundsätzliche Vorgehensweisen des empirischen Arbeitens identifizieren.</p> <p>Sie kennen die gängigen Verfahren der Quellenrecherche und nutzen sie. Sie sind in der Lage, eigenständig Texte zu verfassen, die den üblichen akademischen Anforderungen entsprechen, und darin einen Überblick über den aktuellen Diskurs in einem selbstgewählten Thema mit Bezug zur BWL zu geben.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	<p>150 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen)

	<ul style="list-style-type: none">▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none">▪ Ebster/Stalzer: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, aktuelle Auflage

Modulbezeichnung Deutsch	PM 07 Mathematische Methoden und Anwendungen
Modulbezeichnung Englisch	Mathematical Techniques and Applications
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Petra Leitert
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul ist unterteilt in drei Hauptabschnitte.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zunächst erhalten die Studierenden eine Zusammenfassung der Funktionen und lernen erste ökonomische Anwendungsmethoden – wie den Vergleich von Angeboten - auf der Grundlage der linearen Funktionen kennen. ▪ Danach erfolgen die Einführungen in die Nutzung der Matrizenrechnung sowie der Zahlenfolgen und Zahlenreihen für ökonomische Prozesse. ▪ Darauf aufbauend werden im zweiten Teil die Lösungsmethoden der Finanzmathematik vorgestellt und anhand von typischen Praxisbeispielen besprochen. Themen der Finanzmathematik sind die Zins- und Zinseszinsrechnung, die Tilgungs- und Rentenrechnung, die Investitionsrechnung sowie die Abschreibung. Im letzten Teil des Moduls lernen die Studierenden die Grundlagen der Differentialrechnung kennen. Sie werden befähigt, wichtige Anwendungsverfahren auf ökonomische Aufgabenstellungen im Marketingbereich anzuwenden.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden eignen sich in diesem Kurs das Wissen und die Fähigkeiten an, wichtige ökonomische Aufgabenstellungen des Marketings mathematisch zu formulieren, entsprechende Lösungsmethoden auszuwählen und anzuwenden sowie die Ergebnisse für die ökonomische Entscheidungsfindung zu interpretieren.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden

	<ul style="list-style-type: none">▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen)▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 08 Unternehmensführung
Modulbezeichnung Englisch	Corporate Governance
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Harald Bendl
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung ▪ Funktionen im Managementprozess ▪ Planung und Kontrolle ▪ Organisation ▪ Personalmanagement ▪ Ebenen der Unternehmensführung ▪ Normative Unternehmensführung ▪ Strategische Unternehmensführung ▪ operative Unternehmensführung ▪ Innovationsmanagement
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Absolventen verfügen über grundlegendes Wissens über die Führung von und im Unternehmen und Organisationen. Sie kennen die Zusammenhänge auf den Ebenen der Unternehmensführung (normativ, strategisch, operativ) ebenso wie für die Praxis relevante Methoden und Prozesse. Sie sind sich über die Bedeutung der permanenten Weiterentwicklung zum Erhalt und Aufbau von Wettbewerbsvorteilen bewusst, welche durch einen ersten Einstieg in das Innovationsmanagement vermittelt wird.</p> <p>Die Verbindungen zu dem Modul Einführung in die Betriebswirtschaftslehre stellt sicher, dass die Teilnehmer ein grundlegendes Verständnis des Gesamtsystems und seiner Managementprozesse für die Verbindung der anderen Module nutzen können.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	<p>150 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen)

	<ul style="list-style-type: none">▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 09 Statistik
Modulbezeichnung Englisch	Statistics
Modulverantwortliche(r)	Prof. Hans Eggert Reimers
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen/-begriffe der Statistik ▪ Deskriptive und explorative Analysen uni- und multivariater Daten ▪ Wahrscheinlichkeitstheorie als Basis der induktiven Statistik
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen das Basiswissen der beschreibenden und explorativen Statistik in ihrer Bedeutung für die Volks- und Betriebswirtschaftslehre als Erfahrungswissenschaften. Somit sind sie mit der Erhebung und Darstellung statistischer Daten, Ermittlung von Kennzahlen wie Mittelwerte, Streuungs- und Konzentrationsmaße, Korrelations- und Regressionsanalyse von Daten sowie mit der elementaren Zeitreihenanalyse und der Konstruktion von Indexzahlen vertraut. Damit haben sie die Fähigkeit zur Interpretation und zum Einsatz geeigneter Verfahren, in Abhängigkeit von Fragestellung und Datenverfügbarkeit. Insbesondere können die Studierenden auch die Grenzen der beschreibenden Statistik im Hinblick auf die Datengrundlage und die benutzte Stichprobe erkennen. Weiterhin kennen die Studierenden die theoretischen Grundlagen der Wahrscheinlichkeitstheorie als notwendiges Basiswissen für die schließende Statistik (Rückschluss von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit mit Vertrauensintervallen und statistischen Signifikanztests).
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 10 Volkswirtschaft
Modulbezeichnung Englisch	Principles of Economics
Modulverantwortliche(r)	Dr. Silvio Städter
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung und Grundlagen (volkswirtschaftliches Modelldenken, volkswirtschaftliche Grundbegriffe) ▪ Grundzüge der Mikroökonomik (Nachfrage (Haushaltstheorie), Angebot (Unternehmenstheorie), Polypol vs. Monopol (Markt- und Preistheorie), Marktversagen und Staatseingriffe (Mikro-Wirtschaftspolitik)) ▪ Grundzüge der Makroökonomik (Arbeitsmarkt, Produktion & Gütermarkt, Konjunkturschwankungen, Geld und Inflation, Fiskal- und Geldpolitik (Makro-Wirtschaftspolitik))
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Das Modul soll die Studierenden mit dem Gegenstand und den Prinzipien der ökonomischen Analyse vertraut machen. Dazu sind die Grundfragen der Volkswirtschaftslehre zu beantworten, die sich aus der Existenz des Knappheitsproblems in jeder Gesellschaft stellen. Über die optimale Güterversorgung und deren institutionelle Regelungen hinaus sind bei der Steuerung der ökonomischen Prozesse die gesamtwirtschaftlichen Ziele wie Wirtschaftswachstum, Vollbeschäftigung oder Preisniveaustabilität zu berücksichtigen. Die konkrete Auswahl wirtschaftspolitischer Maßnahmen hängt auch davon ab, ob stärker eine nachfrage- oder angebotsorientierte Politikkonzeption vertreten wird. Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, kennen die zentralen mikro- und makroökonomischen Fragestellungen im Zusammenhang mit der Güterversorgung und dem wirtschaftspolitischen Zielsystem. Sie haben die Fähigkeit, Stärken und Schwächen der Marktallokation zu erkennen und staatliche Interventionen in den Marktprozess wohlfahrtstheoretisch zu bewerten. Sie verfügen über das Wissen, relevante Ursachen gesamtwirtschaftlicher Ungleichgewichtssituationen zu identifizieren. Die Studierenden sind in der Lage, das ihnen verfügbare ökonomische Instrumentarium für Problemlösungen zu nutzen und fallbezogen eigene Lösungsansätze zu entwickeln</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester

Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 11 Transformation der Unternehmenskultur
Modulbezeichnung Englisch	Transformation of the Corporate Culture
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rahmenbedingungen für Organisationsveränderungen ▪ Organisationen im Umbruch ▪ Neue Formen der Organisation ▪ Grundlagen der Unternehmenskultur ▪ Leitbildprozesse und Corporate Identity ▪ Grundlagen der Organisationskultur ▪ Einstellungen und Verhalten als Determinanten von Performance und Commitment ▪ Organisationale und gruppenbezogene Mechanismen ▪ Individualcharakteristika und -mechanismen ▪ Konzept zum Auf- und Ausbau einer Unternehmenskultur
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Um wettbewerbsfähig zu bleiben, sind Organisationen einem ständigen Wandel unterworfen. Dieses Modul zeigt die wichtigsten Modelle und Menschenbilder auf, die als Grundlage für eine Weiterentwicklung von Organisationen dienen. Da die Unternehmenskultur ein zentraler Bestandteil dieses Prozesses ist, werden sowohl die Analyse als auch die Entwicklung der Unternehmenskultur dargestellt. Außerdem werden die wichtigsten Aspekte der lernenden Organisation thematisiert. Die Unternehmenskultur wird aber auch von anderen Mechanismen geprägt. Dieses Modul beschäftigt sich daher auch mit den psychologischen, soziologischen und anthropologischen Grundlagen und Dynamiken in Organisationen. Dabei werden Führungsstile, Machtstrukturen, Verhandlungsstrategien sowie Gruppendynamik und Heterogenität untersucht. Aber auch Individualmechanismen wie Arbeitszufriedenheit, Stress, Motivation, Fairness, Vertrauen werden betrachtet. Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Grundzüge der Organisationsentwicklung zu erläutern und die grundlegenden Modelle und Menschenbilder der Organisationsentwicklung zu benennen. Ebenso können sie die Bedeutung und Ausgestaltung der Unternehmenskultur innerhalb der Organisationsentwicklung skizzieren und mögliche Entwicklungswege hin zur lernenden Organisation aufzuzeigen. Die Studierenden kennen zudem die wesentlichsten Felder und Mechanismen der „Organisational Behavior“ und können die Wechselwirkung mit der Unternehmenskultur nachvollziehen. Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden alle wesentlichen Einflussfaktoren auf die Unternehmenskultur, können diese bewerten und zielgerichtete Veränderungsprozesse anstoßen.</p>
Sprache	Deutsch

Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchroner Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischer Unterricht) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 12 Umwelt und Beschaffung 5.0 - Management der VUCA-Welt
Modulbezeichnung Englisch	Environment and Procurement 5.0 - Managing the VUCA World
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan Helmke
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausprägungen und Phänomene von VUCA in verschiedenen Märkten und Branchen ▪ Strategie, Planung und Führung ▪ Agile Beschaffung auf volatilen Märkten ▪ Übersicht geeigneter Modelle für das VUCA-Management ▪ System Thinking ▪ Advanced Analytics ▪ Agile Management ▪ Customer Journey Analysis ▪ Scenario and Contingency Planning ▪ Supply Chain Management ▪ Total Quality Management (TQM) ▪ Customer Satisfaction Management ▪ Konzeptionelle Umsetzung von Agilitätsprinzipien im unternehmerischen Alltag
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die unter VUCA beschriebenen „Problemfelder“ Volatility, Uncertainty, Complexity und Ambiguity sind einzeln betrachtet nicht neu. Im „Veränderungsmanagement“ werden sie seit langem diskutiert und ihr erfolgreiches Meistern ist ein Schlüssel für den Unternehmenserfolg. Die Herausforderung liegt heute in der Vielschichtigkeit und kurzfristigen Häufung der Faktoren. Moderne Strategieplanung muss also den vorherrschenden Rahmenbedingungen angepasst sein. Sie muss agiler, offener und partizipativer sein. Dieses Modul adaptiert die klassische Unternehmensführung und das Veränderungsmanagement auf die komplexe VUCA-Welt und will die Studierenden insbesondere auf die sich schnell veränderten Umweltbedingungen und Probleme in den Beschaffungsmärkten einstellen. Um diese vielschichtigen Herausforderungen zu meistern, werden eine Vielzahl von geeigneten Methoden, wie z.B. Advanced Analytics, Agile Management, Customer Journey Analysis, Scenario and Contingency Planning, Supply Chain Management, TQM und Customer Satisfaction diskutiert und angewendet. Zusammenfassend will dieses Modul ein grundsätzliches Verständnis von VUCA hinsichtlich dessen Wirkung auf Menschen und Organisation vermitteln und Werkzeuge und Modelle vorstellen, die Managemententscheidungen, insbesondere auf volatilen Beschaffungsmärkten, erleichtern.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Synchroner Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischer Unterricht) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 13 Organisation
Modulbezeichnung Englisch	Organisation
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Burchard Stier
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Organisation ▪ Elemente der Aufbauorganisation ▪ Organisationskonzepte ▪ Prozessmanagement
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen die Bedeutung der Organisation für ein Unternehmen erkennen, sich mit wichtigen Grundbegriffen der Organisation auseinandersetzen und sie in den Gesamtzusammenhang der Unternehmensführung einordnen. Die Merkmale von Organisationseinheiten und die Bildung von Organisationseinheiten werden beleuchtet. Der Abstimmungsbedarf zwischen einzelnen Organisationseinheiten und die formalen und informalen Beziehungen zwischen Organisationseinheiten sollen erkannt und kritisch hinterfragt werden. Bei den Organisationskonzepten sollen die praxisrelevanten Formen der Primär- und Sekundärkoordination dargestellt und hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile bewertet werden. Abschließend sollen die Studierenden die Mängel der traditionellen Organisationskonzepte erkennen und sich mit der prozessorientierten Organisationsausgestaltung auseinandersetzen und den Ansatz des Prozessmanagement richtig einordnen.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	<p>150 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 14 Projekt- und Prozessmanagement
Modulbezeichnung Englisch	Project and Process Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Frank Maaser
Inhalte des Moduls	<p><u>Einführung und Grundbegriffe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Projekt- und Prozessmanagement und das System der Unternehmensführung <p><u>Prozessmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kennzeichen und Merkmale von Prozessen ▪ Geschäftsprozesse - Grundlagen und Management ▪ Prozessziele und Zielgrößen ▪ Prozessgestaltung und Prozessoptimierung <p><u>Projektmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ziele, Zweck und Bausteine ▪ Anwendungsgebiete ▪ Erfolgsfaktoren für das Projektmanagement ▪ Operatives Projektmanagement ▪ Bausteine der operativen Projektplanung ▪ Organisation und Führung in Projekten ▪ Projektsteuerung und Projektcontrolling
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind mit den allgemein anerkannten und praktisch anwendbaren Grundlagen des aktuellen Projekt- und Prozessmanagements vertraut. Sie sind befähigt Projekte und Prozesse nach Merkmalen zu differenzieren und zu bewerten. Dies bildet die Grundlage für operative Handlungsfähigkeit wie auch für die Ableitung grundlegender Schlussfolgerungen für die Unternehmensführung.</p> <p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, abzuleitende Schlussfolgerungen und Vorschläge für Managemententscheidungen logisch zu begründen und überzeugend zu vertreten. Sie haben die Fähigkeit, auf der Grundlage dieses Moduls selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten. Ferner sind sie sich bewusst, dass Projekt- und Prozessmanagement eine Vielzahl an Schnittstellen zum Managementsystem der Unternehmung/Organisation hat.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester

Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 15 Wirtschaftsprivatrecht I: Grundlagen
Modulbezeichnung Englisch	Company Law I: Basics
Modulverantwortliche(r)	Prof. Peter Kiel
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in die Struktur des deutschen Wirtschaftsrechts und die juristische Arbeitstechnik ▪ Grundlagen des Vertragsrechts (Gegenstand von Verträgen, Vertragsparteien, Abschluss, Zustandekommen und Wirksamkeit von Verträgen) ▪ Das vertragliche Pflichtenprogramm und seine Erfüllung ▪ Leistungsstörungen/Pflichtverletzungen, insbes. kaufrechtliche Gewährleistung ▪ Gesetzliche Schuldverhältnisse einschließlich Produkt- und Produzentenhaftung ▪ Grundzüge des Sachenrechts
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sind mit der Grundstruktur des deutschen Rechtssystems vertraut. Sie sind befähigt, Rechtsprobleme von Unternehmen auf dem Gebiet des Wirtschaftsprivatrechts zu erkennen und einzuordnen. Sie sind in der Lage, für einfache Fälle eine sachgerechte juristische Lösung aus dem Gesetz abzuleiten. Sie sind kompetente Kommunikationspartner für interne oder externe Rechtsberater.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 16 Nachhaltigkeitsmanagement
Modulbezeichnung Englisch	Sustainability Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Walter
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hintergrund, Entwicklung, Themen und Meilensteine des Nachhaltigkeitsmanagements ▪ Limitationen und Barrieren des Nachhaltigkeitsmanagements ▪ Ausgewählte Werkzeuge des Nachhaltigkeitsmanagements ▪ Analyse und Bewertung von Nachhaltigkeitskonzepten ▪ Anwendung ausgewählter Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements, z.B. Bewertung von Nachhaltigkeitsberichten ▪ Weiterentwicklung des Qualitätsmanagements zu einem integrierten Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement ▪ Entwicklung von Eckpunkten einer neuen Nachhaltigkeitsstrategie
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Durch das Modul wird ein Einblick in die umfassenden Aktivitäten der letzten Jahrzehnte zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung ermöglicht. Außerdem werden Methoden und Instrumente diskutiert, die die Studierenden dazu befähigen sollen, den notwendigen Wandel mitzugestalten. Das grundsätzliche Verständnis einer nachhaltigen Wirtschaftsweise ist nicht grundsätzlich neu, der damit verbundene Wandel auf globaler gesellschaftlicher Ebene und auf der Ebene der Unternehmen ist aber fundamental. Für ein nachhaltiges Management von Unternehmen ergeben sich deshalb aus strategischer Sicht zukünftig grundsätzliche Veränderungen. Im Rahmen dieses Moduls werden Zugänge geschaffen, um die Herausforderungen zu erkennen und um Veränderungsprozesse bei Unternehmen anzustoßen. Nach dem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die wesentlichen Meilensteine des Nachhaltigkeitsdiskurses. Sie können Ziele einer nachhaltigen Entwicklung am Beispiel erläutern und Barrieren einer nachhaltigen Entwicklung identifizieren. Sie sind in der Lage, Ziele eines Nachhaltigkeitsmanagements auf ein Unternehmensbeispiel zu übertragen und wettbewerbsstrategische Gründe für die Relevanz eines Nachhaltigkeitsmanagements mit Hilfe von Praxisbeispielen zu erläutern. Die Studierenden können darlegen, welche Barrieren bei der Integration eines Nachhaltigkeitsmanagements denkbar sind und ihre Erkenntnisse in ein Konzept für Nachhaltigkeitsmanagement überführen.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Synchroner Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischer Unterricht) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 17 International Business
Modulbezeichnung Englisch	International Business
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Helmut Kohlert
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regionale Integration, Globalisierung und multinationale Unternehmen ▪ Politische Systeme und Implikationen für internationale Managemententscheidungen ▪ Ethische Fragestellungen und interkulturelle Faktoren ▪ Einzel- und gesamtwirtschaftliche Aspekte von Auslandsdirektinvestitionen ▪ Währungs- und Wechselkursmanagement ▪ Internationales strategisches Management ▪ Organisationsformen und Personalpolitik bei internationaler Geschäftstätigkeit ▪ Markteintrittsstrategien und strategische Allianzen ▪ Globale Produktionsnetzwerke, Outsourcing und International Supply Chain Management ▪ Produktentwicklung und -vermarktung bei internationaler Geschäftstätigkeit
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden kennen die politischen, kulturellen und ökonomischen Rahmenbedingungen für internationale Managemententscheidungen. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile von Auslandsdirektinvestitionen aus verschiedenen Perspektiven zu benennen und zu bewerten. Die Studierenden können die Problemstellungen des Währungs- und Wechselkursmanagements qualitativ erläutern und einfache Aufgabenstellungen quantitativ lösen. Sie kennen verschiedene strategische Konzepte einer internationalen Unternehmenstätigkeit und können daraus Organisations-, Personal-, Markteintritts- und Kooperationsentscheidungen ableiten. Die Studierenden können die spezifischen Probleme der betrieblichen Leistungserstellung und -vermarktung bei internationaler Unternehmenstätigkeit erläutern.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Leistungspunkte	6

Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none">▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen)▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 18 Management Accounting
Modulbezeichnung Englisch	Management Accounting
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Heuer
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das Controlling: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition, Ziele, Funktionen und Aufgaben des Controllings ▪ Institutionalisierung des Controllings und Abgrenzung 2. Controlling-Instrumente für die Kosten- und Erlössteuerung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostenträgerrechnung und Kostenmanagement ▪ Kalkulation von Selbstkosten und Verkaufspreisen ▪ Deckungsbeitragsrechnung und Break-Even-Analyse ▪ Kennzahlen und Performance-Indikatoren ▪ Wertorientiertes Controlling 3. Budgetierung und Planung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erstellung von Budgets und Budgetplanungsprozesse ▪ Kontrolle von Budgetabweichungen und Abweichungsanalysen 4. Strategische Controlling-Instrumente <ul style="list-style-type: none"> ▪ Investitions-Controlling ▪ Balanced Scorecard als strategisches Steuerungsinstrument ▪ Management-Dashboards und Performance Measurement 5. Bereichscontrolling <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketing-Controlling ▪ IT-Controlling ▪ Personalcontrolling
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Qualifikationsziele des Moduls sind darauf ausgerichtet, den Studierenden ein umfassendes Verständnis für die Konzepte, Techniken und praktischen Anwendungen des Controllings zu vermitteln. Am Ende des Moduls sollen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ eine klare Vorstellung von den Grundlagen des Controllings entwickeln, ▪ mit verschiedenen Controlling-Methoden vertraut sein, darunter Kostenrechnung, Budgetierung, Kosten- und Erlössteuerung und Kennzahlenmanagement. ▪ verschiedene Controlling-Instrumente praktisch anwenden, um Kosten zu analysieren, Budgets zu erstellen, Leistungsindikatoren zu messen und strategische Ziele zu unterstützen.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ reale Geschäftsprobleme identifizieren, analysieren und mit Hilfe von Controlling-Konzepten und -Techniken effektive Lösungen entwickeln. ▪ die Verbindung zwischen Controlling und strategischem Management verstehen, einschließlich der Rolle des Controllings beim Umsetzen und Überwachen von Unternehmensstrategien. ▪ finanzielle und leistungsbezogene Daten analysieren, um Trends zu erkennen, Abweichungen identifizieren und fundierte Entscheidungen treffen. ▪ ihre Analysen und Erkenntnisse klar und verständlich kommunizieren, sowohl schriftlich als auch mündlich, und in der Lage sein, Präsentationen für verschiedene Zielgruppen zu erstellen. ▪ ein Bewusstsein für ethische Aspekte im Controlling entwickeln und verstehen, wie nachhaltige und soziale Verantwortung in die Controlling-Praktiken integriert werden können. ▪ in Gruppen zu arbeiten und gemeinsam an Fallstudien und praktischen Projekten im Kontext des Controllings zu arbeiten. ▪ ihre eigenen Ansichten und Lösungsansätze kritisch zu hinterfragen, sich in das komplexe Umfeld des Controllings einzufühlen und Reflexion über die Auswirkungen ihrer Entscheidungen zu praktizieren. <p>Durch die Erreichung dieser Qualifikationsziele sollen die Studierenden optimal auf die Herausforderungen vorbereitet werden, denen sie in ihren beruflichen Karrieren im Bereich des Controllings begegnen werden.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchron Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischer Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 19 Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft
Modulbezeichnung Englisch	Digitalisation in Economy and Society
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan Helmke
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklungsschritte, Probleme und Limitationen der Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft ▪ Modelle für die digitale Transformation von Unternehmen (Referenzmodell, Reifegradmodell, Vorgehensmodell) ▪ Digitale Transformation von Geschäftsmodellen ▪ Digitale Transformation von Prozessen und digitales Prozessmanagement (digitale Prozesse und Reifegradmessung, Robotic Process Automation, Digitales Prozessmanagement, Process Mining) ▪ Digitale Transformation von Daten (Unterschiedliche Arten von Daten, Stammdatenmanagement, Reifegradmodell für die digitale Transformation von Daten, Datenanalyse) ▪ Digitale Transformation von Mitarbeitern (Reifegradmodell für die digitale Transformation von Mitarbeitern, Transformation von Arbeitsplätzen, Chatbots als neue Kollegen) ▪ Digitale Transformation von Produkten und Vernetzung (Reifegradmodell für die digitale Transformation von Produkten, Digitalisierte und intelligente Produkte, Internet of Things)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Dieses Modul gibt einen Überblick zu ausgewählten Themen rund um die digitale Transformation (z.B. Grundlagen von Veränderungsprozessen unter besonderer Berücksichtigung des Managements von (digitalen) Innovationen, Entwicklung und Auswirkungen der Digitalisierung, Herausforderungen aus technologischer Sicht wie etwa zu den Technologien und Enabler der digitalen Wertschöpfung, Herausforderungen aus ökonomischer und unternehmerischer Sicht wie beispielsweise digitale Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellinnovationen sowie Herausforderungen aus gesellschaftlicher Sicht wie die Auswirkungen auf Arbeitnehmer und die Arbeitswelt. Die Studierenden erwerben grundlegende Fach- und Methodenkompetenz zur digitalen Transformation, um insbesondere Treiber, zentrale Eigenschaften und Implikationen aus technologischer, unternehmerischer und gesellschaftlicher Sicht kennenzulernen, analysieren, verstehen und bewerten zu können. Sie erhalten dadurch einen Überblick zu zentralen Anforderungen eines solchen Veränderungsprozesses sowie zu möglichen „Werkzeugen“, um den Veränderungen eines solch kontinuierlichen Veränderungsprozesses begegnen zu können. Daher erwerben Studierende auch grundlegende</p>

	Gestaltungskompetenzen für das Management der digitalen Transformation.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchroner Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischer Unterricht) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 20 Agiles Management - Projekte, Strukturen und Werkzeuge
Modulbezeichnung Englisch	Agile Management - Projects, Structures and Tools
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Walter
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des agilen Managements ▪ Treiber der Agilität ▪ Agile Konzepte (Scrum, Kanban, Design Thinking) ▪ Agile Organisation (Transformation und Reifegradmodell der Organisation, Trafo-Modell zur agilen Organisationsentwicklung) ▪ Agile Führung ▪ Agile Planung ▪ Agiler Personaleinsatz ▪ Kontrolle in agilen Organisationen ▪ Digitale Tools als Voraussetzung für Agilität (Kollaborationstools, neue Technologien) ▪ Konzeptionelle Umsetzung von agilem Management (mit kritischer Reflexion)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Agilität ist ein neuer Begriff, der sich sowohl in der Unternehmenspraxis als auch in der Managementliteratur als zentraler Aspekt der Unternehmens- und Mitarbeiterführung wiederfindet. Ein Ziel dieses Moduls ist es daher, die Bedeutung sowie die Besonderheiten des agilen Managements herauszustellen und den Studierenden einen Überblick über den aktuellen Stand der Diskussion zu geben. Dabei werden nicht nur die Begriffe der Agilität und des agilen Managements definiert, sondern auch die Treiber der Agilität und die in der Praxis vorwiegend verwendete agile Konzepte wie Scrum und Kanban aufgegriffen. Dabei stehen die Einflüsse von Agilität auf die klassischen Managementfunktionen im Vordergrund. Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, den Begriff des agilen Managements zu erklären und die Grundlagen ebenso wie die Treiber von Agilität zu benennen. Wichtige Konzepte der Agilität wie Scrum und Kanban und ihre Merkmale aufzuzeigen. Die Grundlagen des agilen Managements zu beschreiben und die Einflüsse von Agilität in Bezug auf die funktionalen Managementdimensionen (Organisation, Führung, Planung, Personaleinsatz, Kontrolle) wiederzugeben. Grenzen und Risiken von Agilität zu verstehen.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester

Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 21 Investition und Finanzierung
Modulbezeichnung Englisch	Investment and Finance
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Manuela Möller Claudia Walden-Bergmann
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teilgebiete der betrieblichen Finanzwirtschaft (Finanzierung, Investition, Risikomanagement) ▪ Finanzwirtschaftliches Zielsystem (Liquidität, Rentabilität, Sicherheit, Unabhängigkeit) und finanzwirtschaftliche Führung (Planung, Organisation, Kontrolle, Steuerung) ▪ Kapital und Vermögen (Eigen- und Fremdkapital, Mezzanines Kapital, konkretes Kapital) ▪ Finanzierungsarten und Finanzkreislauf ▪ Finanzwirtschaftliche Deskriptionsebenen und Liquiditätsbegriffe (Strom- und Bestandsgrößen, absolute und relative Liquidität) ▪ Finanzplanung (Zeithorizonte, Grundsätze, Organisation) ▪ Cashflow (Begriff, Perspektiven, Ermittlungsmethoden) ▪ Finanzierungsregeln und Finanzkennzahlen (Regeln, Leverage, Kapitalstruktur, Kennzahlen) ▪ Beteiligungsfinanzierung (Arten, Grundlagen, Notierungen und Kurse, Gründung, Kapitalerhöhungen) ▪ Kreditfinanzierung (Arten, Risiken, Analyse, Entscheidungen) ▪ Investitionsrechnung (Arten, Entscheidungen, Methoden, Umgang mit Unsicherheit)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden können die Phasen des betrieblichen Finanzprozesses erläutern und kennen die korrespondierenden Begrifflichkeiten. Sie sind in der Lage, die verschiedenen Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu unterscheiden sowie qualitativ und quantitativ zu bewerten. Die Studierenden können statische und dynamische Liquiditätskonzepte erläutern und für rechnerische Zwecke einsetzen. Sie kennen die einzelnen Elemente des Finanzmanagements sowie die Vor- und Nachteile gängiger Finanzierungsregeln.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Investitionsentscheidungen mittels dynamischer Verfahren zu fundieren und in den betrieblichen Kontext einzuordnen.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester

Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 22 Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie
Modulbezeichnung Englisch	Workplace, Organisational and Business Psychology
Modulverantwortliche(r)	Dr. Stefan Klaußner
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen und Geschichte der Arbeits- und Organisationspsychologie ▪ Problematik rationalen Verhaltens ▪ Motivations- und Kognitionstheorien ▪ Interaktionstheorien und Gruppenprozesse ▪ Psychologie makroökonomischer Prozesse ▪ Psychologie mikroökonomischer Prozesse ▪ Organisationskultur und Mikropolitik ▪ Gerechtigkeit in Organisationen ▪ Grundlagen der Organisationsentwicklung ▪ Psychologische Erklärungen von Widerständen gegen Änderungen ▪ Arbeitsanalyse und -gestaltung ▪ Personalauswahl, -beurteilung und -entwicklung ▪ Psychologie der Entlohnung
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden kennen die zentralen Theorien, empirischen Befunde und praxisbezogenen Methoden der Arbeits- und Organisationspsychologie. Sie sind in der Lage, Situationen der Praxis vor dem Hintergrund des erarbeiteten Wissens zu reflektieren und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Zudem können die Studierenden ihr eigenes Verhalten und ihre Erfahrungen hinterfragen und Konsequenzen für das eigene Handeln ableiten.</p> <p>Makroökonomische Prozesse (u.a. Geldwert, Einkommen, Steuern, Sparen, Geldanlage) sind von den Studierenden unter psychologischer Perspektive benenn- und erklärbar.</p> <p>Die Studierenden haben ferner ein klares Bild von der mikropsychologischen Ebene der Arbeit, der Arbeitsgestaltung, der Organisation, von Macht und Mikropolitik, von Führung und Wandel. Sie kennen die wichtigsten Motivations- und Zufriedenheitstheorien und können daraus Implikationen ableiten. Sie erkennen die Bedeutung der Organisationskultur und wissen, welche Methoden der Organisationsentwicklung eingesetzt werden können, um Reaktanz zu begegnen. Die Studierenden kennen die wichtigsten (psychologischen) Führungs- und Gerechtigkeitstheorien und können diese zur Analyse realer Situationen nutzen. Sie verstehen die psychologische Ebene der zentralen Aufgabenfelder des Personalmanagements.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Synchroner Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischer Unterricht) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120 oder APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 23 Behavioral Economics in der gesellschaftlichen Transformation
Modulbezeichnung Englisch	Behavioural Economics in Management and Transformation
Modulverantwortliche(r)	Dr. Silvio Städter
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in die Verhaltensökonomie ▪ Zeitpräferenzen ▪ Soziale Präferenzen ▪ Entscheiden unter Unsicherheit ▪ Risikowahrnehmung und Entscheidungen ▪ Prosoziales Verhalten ▪ Lösungsorientierter Einsatz der Theorien in vorstrukturierten Kontexten (z.B. Fallstudien) ▪ Begründen und bewerten eigenständig erarbeiteter Positionen. ▪ Entwicklung eines Verständnisses für die Auswirkung von Entscheidungen unter Beachtung ökologischer, ökonomischer, sozialer und/oder ethischer Kriterien.
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Das immer komplexere Informations- und Entscheidungsverhalten von wirtschaftlichen Akteuren macht die Erkenntnisse der Verhaltensökonomie zu einem Schlüssel im Management. In diesem Modul werden dazu die Grundlagen vermittelt. Dazu gehören neben dem Konzept der begrenzten Rationalität auch Entscheidungen unter Unsicherheit und Risiko, Selbstkontrolle, Fairness, Reziprozität, referenzpunktbasierte Präferenzen und Anpassung. Die Studierenden können in diesem Zusammenhang die zentralen Konzepte und Verhaltensmodelle der verhaltenstheoretischen Entscheidungstheorie erläutern. Sie können die Unterschiede der Verhaltensökonomie zu klassischen ökonomischen Theorien erklären, insbesondere in Bezug auf Präferenzen, Urteilsverzerrungen sowie im Entscheidungsverhalten. Die Studierenden stellen im Rahmen der Lehrveranstaltung einen Bezug zwischen den vermittelten Themen des Behavioral Economics (Verhaltensökonomie) und ihrem bereits erworbenen Wissen aus dem Bereich der Volkswirtschaftslehre und des Managements her. Die Studierenden sind damit in der Lage, die in der Unternehmenspraxis – auch unter den Eindrücken von Transformation und Digitalisierung – anzutreffenden tatsächlichen Entscheidungs- und Verhaltensprozesse zu analysieren und zu erklären und diese zielführend zu beeinflussen.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)

Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 24 Recht der Digitalisierung
Modulbezeichnung Englisch	Digitalisation Law
Modulverantwortliche(r)	Rechtsanwalt Tim F. Schulz
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen – Daten und Recht ▪ Der Schutz personenbezogener Daten: Datenschutzrecht und DSGVO ▪ Der Schutz nicht-personenbezogener Daten: Ökonomische Relevanz und (mögliche) rechtliche Schutzkonzepte ▪ Konzepte zur Zuschreibung rechtlicher Verantwortung für „digitales Verhalten“ ▪ Schuldverträge über digitale Inhalte: Vom Fernabsatz bis zur aktuellen Richtliniensetzung (EU) ▪ Kartellrechtliche Steuerung digitaler Märkte ▪ Framework für Schutzrechte und Haftung bei Nutzung „Künstlicher Intelligenz“
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden kennen wirtschaftsnahe Aspekte der Regulierung der Digitalisierung – in Gestalt von Rechtsgrundsätzen und Rechtsvorschriften – und können diese beschreiben und in die Gesamtrechtsordnung einordnen. Sie können zugleich die normativen Grundlagen der Rechtsgrundsätze und Rechtsvorschriften für rechtlich-regulative Techniksteuerung identifizieren und offenlegen. Sie kennen die Grundlagen des Datenschutzes, die Anforderungen der DSGVO und wichtige gesetzliche Vorschriften, die für die Beurteilung von datenrechtlich relevanten Sachverhalten wesentlich sind, und können deren Bedeutung und Voraussetzungen identifizieren, analysieren und beschreiben. Die Studierenden kennen die systemischen Zusammenhänge zwischen einzelnen Grundsätzen bzw. Vorschriften des Datenrechts und können diese beschreiben. In der Zusammenschau sind sie in der Lage, aus den gewonnenen Erkenntnissen Risikopotentiale für die Unternehmenspraxis zu identifizieren und zu bewerten und in aufbauende Handlungsempfehlungen für die Unternehmenspraxis zu überführen und zur Entschlussfindung des Managements beizutragen.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 25 e-Customer-Relationship-Management
Modulbezeichnung Englisch	e-Customer-Relationship-Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Walter
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relevanz und Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagements ▪ Informatorische Voraussetzungen eines Kundenbeziehungsmanagements ▪ Neukundenakquisition im Kontext des Kundenbeziehungsmanagements ▪ Kundenbindung im Kontext des Kundenbeziehungsmanagements ▪ Kündigungsprävention und -rückgewinnung im Kontext des Kundenbeziehungsmanagements ▪ Trends im Kundenbeziehungsmanagement (Social CRM, Mobile CRM, Vendor Relationship Management, Extended-Relationship- Management) <p>Die Studierenden werden in die prozessuale Perspektive in Marketing, Vertrieb und Kundendienst eingeführt. Ihnen werden „best practises“ für optimierte kundengerichtet Prozesse aufgezeigt. Die Studierenden werden in die Paradigmen des CRM unter Bezugnahme auf die traditionellen Marketinglehren eingeführt.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden gewinnen eine übergreifende, prozessuale Sicht auf kundengerichtete Aktivitäten von Unternehmen und Organisationen. Sie verstehen die Bezüge zur Unternehmensführung. Sie kennen als zukünftige Entscheidungsträger die Konzepte einer kundenzentrierten Unternehmensführung und sind mit deren Instrumenten vertraut.</p> <p>Sie kennen die marktüblichen CRM-Programme und ihre Grundfunktionen und können die klassischen Funktionalitäten des CRM auf moderne Anwendungsgebiete des digitalen Zeitalters übertragen.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 26 Digitale Organisation - Modelle, Strukturen und Nachhaltigkeit
Modulbezeichnung Englisch	Digital Organisation - Models, Structures and Sustainability
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Walter
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen und Entwicklung von Geschäftsmodellen (Begriffsbestimmung und Grundlagen digitaler Transformation, Wandel von Geschäftsmodellen, Merkmale digitaler Geschäftsmodelle, Konzepte zur Systematisierung und Entwicklung von Geschäftsmodellen (Canvas, St. Galler Business Model Navigator)) ▪ Ausgestaltung digitaler Geschäftsmodelle (Digitale Ökosysteme und Plattform-Strategien, Digitale Kundeninteraktion und -integration, technologiegetriebene digitale Geschäftsmodelle) ▪ Finanzierung von Geschäftsmodellen (Venture Capital, Private Equity, Corporate Venturing, Crowdfunding, Öffentliche Förderung)
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte zur Systematisierung von Geschäftsmodellen sowie die wichtigsten Instrumente zu deren Entwicklung, speziell auch Methoden der Ideengenerierung. Verbunden mit Faktenwissen zu einzelnen Gestaltungsfeldern der Digitalen Transformation sowie zum digitalen Reifegrad von Unternehmen sind die Studierenden darauf aufbauend in der Lage, eine Identifikation sowie Fragen der Ausgestaltung von digitalen Geschäftsmodellen, differenziert nach technologiegetriebenen oder hybriden Formen vorzunehmen. Die Studierenden kennen zudem Standardverfahren zur Bewertung und Finanzierung von Geschäftsmodellen und können deren Tauglichkeit für die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle bewerten. Die Studierenden sind in der Lage, Geschäftsmodelle im Allgemeinen sowie digitale Geschäftsmodelle im Besonderen zu dokumentieren, zu analysieren sowie auf Basis einschlägiger Methoden der Ideengenerierung neu oder weiter zu entwickeln. Sie sind zudem befähigt, klassische und moderne Instrumente der Finanzierung von Geschäftsmodellen situativ anzuwenden und zu bewerten. Die Studierenden haben ein integratives Verständnis entwickelt, wie digitale Geschäftsmodelle im Spannungsfeld von Kosten- und Finanzierungserfordernissen einerseits sowie Erlöspotenzialen durch marktbezogene nutzenstiftende Leistungen andererseits auszugestalten sind. Sie sind in der Lage, die sich aus dem Zusammenspiel von betriebswirtschaftlichen, technologischen und sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen ergebenden Geschäftsmodelle (z.B. Smart Factories) als Schlüsselfaktoren für den Unternehmenserfolg zu verstehen.</p>
Sprache	Deutsch

Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K 120
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 27 Entrepreneurship
Modulbezeichnung Englisch	Entrepreneurship
Modulverantwortliche(r)	Stephan Beier
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen Entrepreneurship und Unternehmertum ▪ Unternehmerische Betätigung ▪ Möglichkeiten zur Findung und systematischen Ableitung von Geschäftsideen ▪ Unternehmensgründung ▪ Businessplan ▪ Geschäftsmodell ▪ Finanzierung von Unternehmensgründungen ▪ Umsetzung der Gründungsidee und Aufbau des Unternehmens in der Gründungs- und Wachstumsphase ▪ Fallstudien zu Gründungs- und Wachstumsmanagement
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden lernen die theoretischen und praktischen Grundlagen zu den Themen Entrepreneurship und Unternehmertum kennen. Sie beschäftigen sich mit den Themen Selbstständigkeit und Unternehmensgründung und werden an das unternehmerische Denken durch die Vermittlung von Zusammenhängen für unternehmerische Entscheidungen herangeführt. Sie sind in der Lage, verschiedene Möglichkeiten zur systematischen Ableitung von Geschäftsideen zu analysieren und aus einer Geschäftsidee einen Businessplan und ein Geschäftsmodell zu entwickeln. Sie kennen außerdem die Herausforderungen der Finanzierung von Unternehmensgründungen.</p> <p>Durch praxisnahe Lehre erhalten die Studierenden Einblick in die Herausforderungen, Risiken und Chancen einer unternehmerischen Betätigung. Ferner werden die nach der Gründung relevanten Aufgaben zum Aufbau des Geschäftsbetriebes und zum Wachstumsmanagement vermittelt.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden

	<ul style="list-style-type: none">▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen)▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 28 Praxistransfermodul
Modulbezeichnung Englisch	Practical Application and Experience in Business
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Walter
Inhalte des Moduls	<p>Der Praxistransfer dient der Umsetzung des theoretischen Wissens der Studierenden in die berufliche Praxis.</p> <p>Es soll sich um ein Projekt handeln, das die Studierenden im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit bzw. im Rahmen eines Praktikums auf wissenschaftlicher Basis durchführen. Ziel ist es eine Praxisarbeit zu erstellen, die anschließend in einem Webinar in der geschlossenen Benutzergruppe des Studiengangs vor dem betreuenden Hochschullehrer und den Kommilitonen vorgestellt wird.</p> <p>Dabei wird das gewählte Problem vorgestellt und für das Projekt ein konkreter Projektauftrag formuliert.</p> <p>Bei dem Projekt kann es sich um eine Analyse (z.B. eine Prozessanalyse), eine Entwicklung eines spezifischen Vorgehensvorschlages, Entwicklung und Bewertung von Lösungsalternativen oder z.B. in einem Lösungsentwurf bei gegebener Analyse handeln.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden nutzen ihr erworbenes Wissen wirkungsvoll und sind in der Lage, exemplarisch systematisch und fachspezifisch vorzugehen. Sie bearbeiten ein reales Problem, eine Fragestellung von praktischer Relevanz oder entwickeln einen fachspezifischen Vorgehens- oder Verbesserungsvorschlag.</p> <p>Der Gegenstand des Praxisprojektes kann sich (bei gleichem Umfang) sowohl auf eine vertiefend zu behandelnde Problemstellung beziehen als auch ein einfacheres Projekt (nahezu) vollständig bearbeiten. Hierdurch wird die Fähigkeit der fokussierten Bearbeitung von Aufgaben ebenso gefördert wie die Abstimmung und Kommunikation im Team.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asynchrone Online-Vorlesung ▪ Synchrone Online-Veranstaltung (Tutorien in Form seminaristischen Unterrichts) und Selbststudium (mit unterstützenden Online-Vorlesungen)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	1 Semester
Angebotsturnus	Winter- und Sommersemester
Voraussetzung für die Teilnahme	Keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung APL
Leistungspunkte	6
Arbeitsaufwand	150 Stunden <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Stunden Kontaktzeit (Online-Veranstaltungen) ▪ 142 Stunden Selbststudium mit unterstützenden Online-Vorlesungen
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben

Modulbezeichnung Deutsch	PM 29 Bachelor-Thesis
Modulbezeichnung Englisch	Bachelor's Thesis
Modulverantwortliche(r)	Jeweils der Betreuer der Bachelor-Thesis
Inhalte des Moduls	<p>Es handelt sich um eine praxisbezogene theoretische Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen aus einem Teilgebiet des Bachelor-Studiums. Die Bachelor-Thesis sollte inhaltlich anspruchsvoll, wissenschaftlich theoretisch fundiert und zugleich praxisbezogen ausgerichtet sein. Mit Hilfe der Analyse und Auswertung aktueller Erkenntnisse des Fachgebietes, sollen die Studierenden auf der Basis ihres Wissens eigene Standpunkte aufstellen, Lösungsansätze entwickeln und diese in geeigneter Weise darstellen. Wesentlicher Inhalt des Kolloquiums ist die mündliche Präsentation der Inhalte und Ergebnisse der vorangegangenen Bachelor-Thesis der Studierenden. Im Anschluss an die mündliche Präsentation erfolgt eine Diskussion über eventuelle Unklarheiten oder Schwachstellen der Thesis sowie über themenübergreifende, das Studium betreffende Inhalte.</p> <p>Die Themenfindung der Bachelor-Thesis erfolgt in Absprache mit dem Betreuer unter Berücksichtigung folgender Punkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einordnung in den Studiengang ▪ Umfang ▪ wissenschaftlicher Anspruch ▪ Praxisrelevanz ▪ ausreichendes Vorhandensein entsprechender Literatur
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Der Anspruch eines Bachelor-Studiums ist es, neben der fachspezifischen Vermittlung von berufspraktischen Inhalten, Studierende zur selbstständigen wissenschaftlichen und interdisziplinären Recherche und Problemanalyse zu befähigen.</p> <p>Im Rahmen einer Bachelor-Thesis wird dokumentiert werden, ob die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein fachspezifisches Problem selbstständig mit dem im Studium erlernten Fach- und Methodenwissen nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten, einen Themenbereich vertieft zu analysieren und weiterentwickeln zu können sowie gewonnene Ergebnisse in die wissenschaftliche und fachpraktische Diskussion einzuordnen.</p> <p>Die Bachelor-Thesis wird durch das Kolloquium ergänzt. Im Rahmen des Kolloquiums wird festgestellt, ob die Studierenden in der Lage sind, die Ergebnisse ihrer Bachelor-Thesis in überzeugender Weise, unter Berücksichtigung der fachlichen Grundlagen und interdisziplinären Zusammenhänge, mündlich zu präsentieren und selbstständig zu begründen sowie ggf. die Bedeutung für die Praxis mit einzubeziehen. Ebenso erhalten die Studierenden die Möglichkeit auf eventuelle Unklarheiten und</p>

	Schwachstellen ihrer Thesis einzugehen und diese richtig zu stellen.
Sprache	Deutsch / Englisch
Lehr- und Lernformen	Schriftliche Abschlussarbeit und Referat mit anschließender Diskussion
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul
Dauer des Moduls	-
Angebotsturnus	-
Voraussetzung für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Für die Zulassung zur Bachelor-Thesis: Erwerb von mindestens 150 Credits ▪ Für die Zulassung zum Kolloquium: Erwerb von mindestens 168 Credits
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bachelor-Thesis ▪ Kolloquium (mündliche Verteidigung der Bachelor-Thesis)
Leistungspunkte	12
Arbeitsaufwand	300 Stunden Selbststudium
Literaturangaben	Die zur Anfertigung einer Bachelor-Thesis benötigte Literatur ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren und zu besorgen. Dabei sollte auf Angemessenheit, Relevanz und Aktualität sowie auf eine ausreichende Bandbreite geachtet werden, um Vergleichbarkeit und Repräsentativität zu gewährleisten. Für das Kolloquium kann ggf. weiterführende, ergänzende Literatur zu Rate gezogen werden.