

Studienbereich Wirtschaft

**Modulhandbuch
Betriebswirtschaftslehre
Dienstleistungsmanagement-
Sportmanagement**

Stand: 05.09.2019

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W3BW_101)

Principles of Business Administration

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	W3BW_101	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Simone Besemer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die grundlegenden Zusammenhänge betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns zu verstehen. Darauf aufbauend können sie die wesentlichen rahmengebenden konstitutiven Entscheidungsfelder beschreiben und beispielhaft erläutern und kennen die Teilaufgaben im unternehmerischen Entscheidungszyklus. In gleichem Maße sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Schritte des wirtschaftlichen Leistungsprozesses einer Unternehmung zu skizzieren.</p> <p>Dies trifft in besonderem Maße auf die marktorientierten Prozesse zu. Die Studierenden können die Grundideen, Aufgaben und Methoden des Marketing darlegen und die Komplexität von Marktprozessen erläutern. Sie sind in der Lage zu erklären, warum Marketing-Prozesse nicht isoliert, sondern eingebettet in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext zu sehen sind. Die Studierenden haben einen Überblick über die Schritte des Marketingplanungsprozesses gewonnen und kennen verschiedene Marketing-Strategien. Zum Verständnis des Begriffs Marketingplanung aus wissenschaftlicher und praktischer Sicht können sie Stellung nehmen. Zudem haben sie ein erstes Verständnis für das Zusammenwirken der Marketinginstrumente zur Beeinflussung des Konsumentenverhaltens und der Steuerung von Kundenprozessen gewonnen.</p>
Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten, verhaltenswissenschaftlichen und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlaufe ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen zielorientiert analysieren und interpretieren können. Die Studierenden können vorgegebene Problemstellungen im Bereich Marketing anhand gegebener Informationen selbstständig analysieren, strukturieren und zu einer Lösung führen.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>Die Studierenden kennen die Zieldimensionen einer Unternehmung und sind mit den divergierenden Ansprüchen unterschiedlicher Interessensgruppen vertraut. Aus der Auseinandersetzung mit alternativen Rationalitätsprinzipien des Wirtschaftens haben sie ein grundlegendes Verständnis für die ökonomische, politische, soziale, ökologische und ethische Perspektive einer Unternehmung entwickelt. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft sowie die unterschiedlichen Vorgehensweisen betriebswirtschaftlicher Forschungskonzeptionen. Sie können einfache Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses einer Unternehmung unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme mit grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden selbstständig analysieren und einfache Erklärungsansätze formulieren. Sie haben ein Verständnis für die Marketingorientierung einer Unternehmung und die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix entwickelt. Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	40,0	60,0
<ul style="list-style-type: none">- Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der Betriebswirtschaftslehre- Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre- Unternehmensumwelt: Ziele und Entscheidungen- Kernfunktionen des Managements: Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung, Konzentration und Kooperation- Standortentscheidungen- Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses im Überblick		
Marketing	20,0	30,0
<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen, Ziele und Aufgaben des Marketing- Ansätze und neuere Entwicklungen des Marketing- Prozess der Marketingplanung- Marketingstrategien- Instrumente des Marketing-Mix- Marketingorganisation- Kundenbedürfnisse erkennen, analysieren und verstehen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

- Bruhn, M.: Marketing : Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer - Gabler
- Esch, F.-R./Herrmann, A./Sattler, H.: Marketing. Eine managementorientierte Einführung, München: Vahlen
- Homburg, Chr.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer – Gabler
- Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München – Wien: Oldenbourg
- Kirsch, J./Müllerschön, B.: Marketing kompakt, Sternenfels: Verl. Wiss. und Praxis
- Meffert, H./Burmam, C./Kirchgeorg, M.: Marketing; Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Thommen, J.-P. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Springer: Wiesbaden
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

Unternehmensrechnung (W3BW_102)

Corporate Accounting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Unternehmensrechnung	W3BW_102	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Wolfgang Bihler

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der internen Unternehmensrechnung und können Zusammenhänge systematisch analysieren. Ihr Wissen können sie gezielt zur Lösung betrieblicher Aufgabenstellungen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen anwenden. Sie sind in der Lage, Bedeutung und Konsequenzen der internen Unternehmensrechnung in betrieblichen Situationen zu bewerten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden beherrschen die wesentlichen Methoden der internen Unternehmensrechnung und können deren Stärken und Schwächen kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, in Entscheidungssituationen adäquate Methoden anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und zu beurteilen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, Fragen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie der Investition und Finanzierung auch im Team zu diskutieren und konstruktive Lösungen zu entwickeln. Eigene Standpunkte werden fundiert begründet, kritisch reflektiert und weiterentwickelt. Ergebnisse können bewertet und adressatenorientiert aufbereitet sowie kommuniziert werden.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind fähig und bereit, Aufgabenstellungen der internen Unternehmensrechnung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Kosten- und Leistungsrechnung	30,0	45,0
- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung - Vollkostenrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung/Betriebsergebnisrechnung - Teilkostenrechnung: Grundzüge und entscheidungsorientierte Anwendungen		
Investition und Finanzierung	30,0	45,0
- Grundlagen der Investition und Finanzierung - Betriebliche Investitionsentscheidungen, insbesondere statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung - Finanzierungsalternativen - Finanz- und Liquiditätsplanung		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Prof. Dr. Heike Schwadorf (Ravensburg) - Modulverantwortung

Voraussetzungen

-

Literatur

- Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G.: Investition. München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./ Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse. Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Drukarczyk, J./Lobe, S.: Finanzierung. München: UKV/Lucius
- Ermschel, U./Möbius, C./Wengert, H.: Investition und Finanzierung. Berlin: Springer
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: eine entscheidungsorientierte Einführung. München: Vahlen
- Macha, R.: Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung. München: Vahlen
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung. München: Vahlen
- Putnoki, H./Schwadorf, H./Then Bergh, F.: Investition und Finanzierung. München: Vahlen
- Walz, H./Gramlich, D.: Investitions- und Finanzplanung. Frankfurt: Recht und Wirtschaft

Technik der Finanzbuchführung (W3BW_103)

Methods of Financial Accounting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Technik der Finanzbuchführung	W3BW_103	Deutsch/Englisch	Prof. Stefan Fünfgeld

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die Grundbegriffe der doppelten Buchführung und können diese in das System des Rechnungswesens einordnen. Sie beherrschen die gesetzlichen Grundlagen, kennen die relevanten Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, können einen Jahresabschluss von den Eröffnungsbuchungen über die laufenden Buchungen bis zu den Abschlussbuchungen erstellen. Sie verstehen die wesentlichen Grundsätze und Begriffe nach HGB (z.B. Anschaffungs-, Herstellungskosten, künftiger Erfüllungsbetrag) und kennen ausgewählte Unterschiede im Vergleich zur steuerlichen Behandlung.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können die wesentlichen Buchungsvorfälle selbständig bearbeiten. Sie kennen die Anforderungen von unternehmensinternen und externen Adressaten und können die Finanzbuchhaltung gesetzeskonform danach ausrichten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können komplexe fachbezogene Themen der Finanzbuchführung gegenüber ihren Gesprächspartnern im Studium und Beruf begründet vertreten und gemeinsam Lösungsvorschläge erarbeiten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Mit Abschluss dieses Moduls sind wichtige Grundlagen für die Rechnungslegung von buchführungspflichtigen Kaufleuten gelegt. Die Studierenden können in der Finanzbuchhaltung grundlegende Sachverhalte erfassen und daraus eine Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung gesetzeskonform ableiten. Die Bedeutung und Wichtigkeit der gelernten Grundlagen für darauf aufbauende Inhalte (Bilanzierung, betriebliche Steuerlehre, Konzernrechnungslegung) sind bekannt.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen der Finanzbuchführung	30,0	45,0
<ul style="list-style-type: none"> - Begriff, Aufgaben, Ziele, Adressaten, gesetzliche Grundlagen, Kaufmannsarten - System der doppelten Buchführung, Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung - Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle - Kontenrahmen, Umsatzsteuer, Warenverkehr, Privatvorgänge - Weitere ausgewählte laufende Buchungsfälle (z.B. Personalbuchungen, Privatentnahmen, Steuerbuchungen) - Buchungsfälle (von der Eröffnung der Buchführung bis zum Jahresabschluss) 		
Fortgeschrittene Finanzbuchführung	30,0	45,0
<ul style="list-style-type: none"> - Weitere Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung - Abschlussvorbereitung, Abschlussbuchungen, zeitliche Abgrenzung - Besonderheiten aus dem Steuerrecht für die laufende Buchführung nach HGB - Grundsätze der Bilanzierung aus Sicht des Finanzbuchhalters - ausgewählte Buchungsfälle, z.B. zum Anlagevermögen (Abschreibungen), Umlaufvermögen (Bewertungsvereinfachung), Forderungen (Abschreibungen, Einzel-, Pauschalwertberichtigungen), Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzung 		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 1
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 2
- Falterbaum, H./Bolk, W./Reiß, W., u.a.: Buchführung und Bilanz
- Horschitz, H./Groß, W./Fanck, B., u.a.: Bilanzsteuerrecht und Buchführung
- Wöhe, G./Kußmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik

Bilanzierung und Besteuerung (W3BW_104)

Accounting and Taxation

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Bilanzierung und Besteuerung	W3BW_104	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Wolfgang Bihler

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der Bilanzierung und Besteuerung. Sie verstehen die zentralen handels- und steuerrechtlichen Vorschriften der Jahresabschlusserstellung. Diese können sie in betrieblichen Fällen anwenden und deren Konsequenzen kritisch bewerten. Wesentliche Unterschiede zur internationalen Rechnungslegung können von den Studierenden identifiziert werden. Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse zu analysieren und zu interpretieren. Sie können Bedeutung und Konsequenzen des Jahresabschlusses als wichtiges Informationsinstrument einschätzen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden verstehen die relevanten Gesetzestexte und können diese selbstständig auf betriebliche Sachverhalte anwenden. Sie beherrschen die wesentlichen Methoden der Jahresabschlusserstellung und der Jahresabschlussanalyse. Steuerberechnungen können selbstständig durchgeführt und hinsichtlich ihrer Entscheidungswirkung analysiert werden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind sich der Änderungsdynamik im Bereich der Bilanzierung und Besteuerung bewusst. Sie sind in der Lage, sich kontinuierlich aktuelles Wissen anzueignen. Sie können eigene Standpunkte einnehmen, kritisch reflektieren und weiterentwickeln. Sie sind fähig und bereit, Fragen der Bilanzierung und Besteuerung im Team zu diskutieren, Lösungen zu entwickeln und adressatengerecht zu kommunizieren. Sie haben gelernt, dass Verantwortung und Vertrauen im Kontext der Rechnungslegung unabdingbar sind.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind fähig und bereit, Aufgabenstellungen der Bilanzierung und Besteuerung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Bilanzierung und Grundzüge der Jahresabschlussanalyse	33,0	57,0
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Jahresabschlusses - Rechnungslegung nach Handelsrecht (HGB), insbesondere Bilanz - Gewinn- und Verlustrechnung - Möglichkeiten der Jahresabschlusspolitik - Internationale Rechnungslegung (IFRS) im Überblick - Grundzüge der Jahresabschlussanalyse 		
Betriebliche Steuerlehre	22,0	38,0
<ul style="list-style-type: none"> - Steuerrechtliche Grundlagen - Steuerarten, insbesondere Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer - Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen 		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf: IDW
- Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Berlin: ESV
- Brönnner, H. u.a.: Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Küting, P./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Kußmaul, H.: Steuern: Einführung in die betriebswirtschaftliche
- Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen, Heidelberg: C. F. Müller

Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement (W3BW_105)

Human Resource Management, Organization and Project Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement	W3BW_105	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Uwe Schirmer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Case Study, Inverted Classroom, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Präsentation	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden können die Relevanz personalpolitischer Entscheidungen für das Gesamtunternehmen nachvollziehen und bewerten. Sie haben einen Überblick über sämtliche relevanten personalwirtschaftlichen Prozesse gewonnen, von der Personalplanung bis zur Personalfreisetzung und können auch die Relevanz betrieblicher Mitbestimmung einordnen. Darüber hinaus kennen sie die grundlegenden Theorien und Konzepte der Organisationsgestaltung. Die unterschiedlichen Formen und Modelle der Aufbau- und Ablauforganisation sind ihnen vertraut, was auch die Rahmenbedingungen und Besonderheiten des Projektmanagements einschließt. Auf dieser Basis können sie reale Organisationskonzepte qualifiziert beurteilen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden lernen die Instrumente der betrieblichen Personalarbeit sowie die theoretischen Organisationskonzepte kennen und sind in der Lage, deren jeweilige Relevanz einzuschätzen und auf praktische Anwendungsfälle - bspw. im Rahmen von Projektmanagement - zu übertragen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden lernen Merkmale kennen, welche ein partizipatives, kultursensibles und tolerantes Verhalten auszeichnen. Ebenso haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale/ethische Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt und können hierbei auch die Bedeutung von Betriebsräten einordnen. Daneben haben sie ein Verständnis für die verhaltensgestaltende Kraft organisatorischer Regelungen entwickelt.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind fähig, basierend auf der strategischen Gesamtausrichtung eines Unternehmens die grundsätzlichen Rahmenbedingungen für das Personalmanagement und die Organisation zu erkennen und zu bewerten. Sie haben die Bandbreite der personalwirtschaftlichen Instrumente kennengelernt und können deren Wirkungen nachvollziehen. Die Studierenden erkennen ebenso die Bedeutung der organisatorischen Gestaltung als wesentliches Element im Managementprozess, können den Beitrag organisationspolitischer Entscheidungen für die Unternehmenssteuerung beurteilen und können dies auch auf konkrete Handlungsfelder des Projektmanagements übertragen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Personalwirtschaft	33,0	57,0
<ul style="list-style-type: none">- Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit- Personalbedarfsplanung- Grundzüge des Personalmarketings- Personalbeschaffung- Betriebliche Entgeltpolitik- Personalentwicklung- Personalfreisetzung- Organisationsmodelle für den HR-Bereich		
Organisation und Projektmanagement	22,0	38,0
<ul style="list-style-type: none">- Unternehmen und Organisation- Organisationstheorien- Aufbauorganisation- Ablauforganisation/Prozessmanagement- Gestaltung des organisatorischen Wandels (Organisationsentwicklung)- Projektmanagement (Projektkonzeption, Projektrealisierung, Projektsteuerung)		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Modulverantwortung Prof. Dr. Ernst Deuer (RV)

Voraussetzungen
-

Literatur

<ul style="list-style-type: none">- Bach, N.; Brehm, C.; Buchholz, W.; Petry, T.: Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen – Prozesse – Strukturen, Wiesbaden: SpringerGabler- Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart: Schäffer-Poeschel- Lindner, D.; Lindner-Lohmann, F.; Schirmer, U.: Personalmanagement, Heidelberg: Springer- Oechsler, W.A. / Paul, C: Personal und Arbeit, München, Wien: Oldenbourg- Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen- Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, München: Vahlen- Schreyögg, G. / Geiger, G.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Heidelberg: Springer- Stock-Homburg, R.: Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: SpringerGabler- Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
--

Integriertes Management (W3BW_106)

Integrated Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Integriertes Management	W3BW_106	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Carsten Brehm

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden haben einen Überblick über die verschiedenen Ansätze und/oder Bestandteile der Mitarbeiter- und Unternehmensführung und können diese in ein Gesamtverständnis „integrativ“ einordnen. Sie haben Kenntnisse über die Beziehungen und Abhängigkeiten im Integrierten Management zwischen diesen Ansätzen. Sie haben sich mit den zentralen Einflussgrößen auf den Unternehmens-/Führungserfolg auseinandergesetzt und ein umfassendes Verständnis für eine situative Interpretation des Führens von Unternehmungen entwickelt. Sie können darüber hinaus die einzelnen Ansätze strukturiert darstellen, an Beispielen veranschaulichen und inhaltlich zusammenfassen. In der Würdigung sind sie in der Lage, Ursachen und Erfolgswirkungen zu trennen.
Methodenkompetenz	Sie sind in der Lage, anhand von Fallstudien und/oder Führungssituationen Führungsherausforderungen mehrdimensional zu analysieren, in ihrer sachlichen oder sozialen Komplexität zu strukturieren und zu verstehen sowie diese selbständig oder in Gruppen zu lösen. Sie kennen dazu die situationsadäquaten, wesentlichen Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen der verschiedenen Führungsinstrumente und -methoden der Unternehmens- wie Mitarbeiterführung. Sie können die Relevanz der Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld einschätzen und sie gegebenenfalls daran anpassen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können Verantwortung für ihre eigene Arbeit übernehmen. Bzgl. ihres Handelns sowie dessen Ergebnisse sind sie in der Lage, sachangemessen und nachvollziehbar zu argumentieren. Sie können wertschätzend Kritik an Ergebnissen äußern und annehmen. Im sozialen Umgang bei der gemeinsamen Lösung von Problemen können sie Zielkonflikte transparent machen und kommunikativ, moderierend Lösungsansätze aufzeigen. Bezogen auf mögliches Führungshandeln als Person oder als Institution sind sie zur Reflexion sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen fähig.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können nach Abschluss aus der integrierten Managementperspektive heraus ihr eigenes Beobachten, Verhalten und Entscheiden kritisch reflektieren und daraus individuell ein angepasstes situationsangemessenes Handeln ableiten. Sie sind in der Lage, alternative Ansätze zu bewerten, kritisch miteinander zu vergleichen und auf ihre praktische Arbeit sowie auf die Situation ihres Ausbildungsunternehmens zu übertragen. Mit Blick auf zukünftige, neue Fragestellungen sind sie in der Lage mit Weitblick und Umsichtigkeit ihre Lösungsmuster anzupassen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Unternehmensführung	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen ganzheitlicher Unternehmensführung - Unternehmensführungsmodelle (Ebenen, Funktionen) - Normative Unternehmensführung - Nachhaltige, wertorientierte Unternehmensführung - Strategische Unternehmensführung (Planung und Umsetzung) und Geschäftsmodelle - Operative Unternehmensführung und Schnittstelle Controlling - Ausgewählte Managementsysteme/-instrumente - Aktuelle Entwicklungen (z.B. Disruption, Digitalisierung, Vernetzung) 		
Mitarbeiterführung	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"> - Psychologische Grundlagen - Motivation - Führungskräfte und -eigenschaften - Führungstheorien - Führungsstile/-modelle - Führungsinstrumente - Kommunikation - Ethische bzw. soziale Verantwortung einer Führungskraft - Aktuelle Entwicklungen/Führungsansätze 		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Prof. dr. Gerhard Jäger (Lörrach) - Modulverantwortung
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur

- Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, Berlin – New York: Campus
- Blessin, B./Wick, A.: Führen und führen lassen: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung, Konstanz: UVK
- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung – Management & Leadership, München: Vahlen
- Hungenberg, H.: Strategisches Management, Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden: Gabler
- Hungenberg, H./Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Heidelberg: Springer
- Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis, Wiesbaden: Gabler
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management – wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M.E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
- Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung, Heidelberg: Springer
- Weibler, J.: Personalführung, München: Vahlen
- Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre, Köln: Luchterhand

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik (W3BW_501)

Principles of Economics and Microeconomics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik	W3BW_501	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Petra Radke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und die Entwicklung der Volkswirtschaftslehre zu verstehen. Sie können wirtschaftliche Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie die Funktionsweise von Märkten beschreiben. Studierende können erklären, unter welchen Annahmen die Interaktion von Haushalten und Unternehmen zu einem effizienten Marktergebnis führt und welche staatlichen Eingriffe bei Marktversagen zur Effizienzverbesserung beitragen.
Methodenkompetenz	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende mikroökonomische Problemstellungen anzuwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Durch einführende wohlfahrtsökonomische Fragestellungen können die Studierenden bereits erste wissenschaftlich fundierte Urteile über Marktversagen ableiten und diese in einen gesellschaftlichen, historischen und ethischen Rahmen einordnen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Fundierte Kenntnisse über die Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen helfen den Studierenden, die Situation in ihren jeweiligen Unternehmen zu verstehen und gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Einführung in die Volkswirtschaftslehre und Grundlagen der Mikroökonomik	30,0	45,0
<ul style="list-style-type: none"> - Grundfragen und -begriffe der Volkswirtschaftslehre - Inhalte, Abgrenzung, Methoden der Volkswirtschaftslehre - Nachfrage, Angebot und Marktgleichgewicht auf einem Gütermarkt - Faktormarkt - Markteffizienz bei vollkommener Konkurrenz - Staatliche Eingriffe in die Preisbildung 		
Fortgeschrittene Mikroökonomik	30,0	45,0
<ul style="list-style-type: none"> - Haushaltstheorie - Unternehmenstheorie - Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistische Konkurrenz) - Vertiefte Aspekte der Mikroökonomik (z.B. Marktversagen, Verhaltensökonomik, Neue Institutionenökonomik) 		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Beck, H.: Behavirol Economics, Heidelberg: Springer-Gabler
- Erlei, M./Leschke, M./Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Goolsbee, A./Levitt, St./Syverson, C. : Mikroökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Natrop, J.: Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie, München: Oldenbourg
- Pindyck, R.S./Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München: Pearson
- Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München: Oldenbourg

Makroökonomik (W3BW_502)

Macroeconomics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Makroökonomik	W3BW_502	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Jan Greitens

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, kurz- und langfristige makroökonomische Entwicklungen der Volkswirtschaft zu beschreiben und anhand von Modellen zu analysieren. Die Studierenden können die Geldentstehung, den Geldwert und die Geldwirkungen anhand verschiedener Konzepte und im Zusammenhang mit dem Finanzsystem darstellen und auf aktuelle Fragen anwenden. Sie kennen wichtige währungstheoretische Zusammenhänge und können währungspolitische Entscheidungen erklären.
Methodenkompetenz	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende makroökonomische Problemstellungen anzuwenden. Dabei sind sie in der Lage, die notwendigen Abstraktionen und Vereinfachungen auf die wesentlichen Faktoren durchzuführen und in Kausalketten zu argumentieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können die Komplexität von makroökonomischen Zusammenhängen erkennen und die zum Teil widersprüchlichen Erklärungen vergleichen. Dabei verstehen die Studierenden die Abhängigkeit der ökonomischen Erklärungen von historischen und kulturellen Bedingungen.
Übergreifende Handlungskompetenz	In diesem Modul lernen die Studierenden die Abhängigkeiten eines Unternehmens von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung kennen. Sie verstehen, wie ein Unternehmen von konjunkturellen Abläufen oder von geldpolitischen Entscheidungen beeinflusst wird und welche Reaktionen auf solche Entwicklungen möglich sind. Die Studierenden können die Möglichkeiten, aber auch die Grenzen und Risiken der Nutzung von Modellen und ihren Annahmen in der Makroökonomie nachzuvollziehen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen der Makroökonomik	28,0	48,0
<ul style="list-style-type: none">- Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung- Grundideen makroökonomischer Paradigmen: keynesianische vs. neoklassische Ansätze- Modellbasierte makroökonomische Analyse der geschlossenen Volkswirtschaft (z. B. IS-LM-Modell, AS-AD-Modell, Solow-Modell)- Wirtschaftspolitische Implikationen (z. B. Fiskal- und Geldpolitik)		
Geld und Währung	27,0	47,0
<ul style="list-style-type: none">- Monetäre Grundbegriffe, Finanzsystem- Geldnachfrage und Geldangebot- Grundlagen der Geldpolitik- Institutionelle Ausgestaltung der Geldpolitik- Inflation und Deflation- Aktuelle Themen der Geldpolitik- Devisenmarkt- Wechselkursatheorien- Internationale Währungsordnung		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

- Arnold, L.: Makroökonomik, Mohr Siebeck, Tübingen
- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, Pearson, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, Vahlen, München
- Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Schäffer Poeschel, Stuttgart
- Rose, K., Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Spahn, P.: Geldpolitik, Vahlen, München
- Stiglitz, J. E./Walsh, C. E.: Makroökonomie, Oldenbourg, München

Wirtschaftspolitik (W3BW_503)

Economic Policy

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Wirtschaftspolitik	W3BW_503	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Torsten Bleich

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Seminararbeit (mit Präsentation)	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, volkswirtschaftliche Theorien zu verwenden, um außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen fundiert zu analysieren und zu bewerten.
Methodenkompetenz	Studierende haben die Kompetenz erworben, grundlegende mikro- und makroökonomische Analysemethoden auf außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Dabei können sie statistische Auswertungen interpretieren und in den theoretischen und politischen Hintergrund einordnen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Werturteilen für unterschiedliche wirtschaftspolitische Empfehlungen. Sie können die erlernten theoretischen Konzepte auf aktuelle politische Fragen anwenden und verstehen die Konflikte zwischen ökonomischer Theorie und politischer Praxis.
Übergreifende Handlungskompetenz	In diesem Modul erlernen die Studierenden eine eigene, fundierte und reflektierte Position zu den wirtschaftspolitischen Fragen einzunehmen. Dabei können sie andere begründete Positionen tolerieren und einen konstruktiven Austausch über die unterschiedlichen Annahmen führen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Einführung in die Wirtschaftspolitik und Außenwirtschaft	25,0	50,0
- Einführung in die Wirtschaftspolitik: Ziele, Instrumente, Träger - Reale Außenwirtschaft: Theorie und Politik (z. B. absoluter und komparativer Vorteil, tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse) - Aktuelle Themen der Außenwirtschaft (z.B. Europäische Integration, Globalisierung, Handelspolitik) - Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik.		
Ausgewählte Themen der Wirtschaftspolitik	25,0	50,0
- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik (soweit nicht in Unit 1 behandelt) - Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen

-

Literatur

- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Bénassy-Quéré/Coeuré/Jaquet/Pisany-Ferry: Economic Policy
- Blankart, C. B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, Vahlen, München
- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, Vahlen, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Krugman, P. R./Obstfeld, M./Melitz, M. J.: Internationale Wirtschaft, Pearson, Hallbergmoos
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Mussel, G./Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, Vahlen, München
- Rose, K./Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Zimmermann, H./Henke, K./Broer, M.: Finanzwissenschaft, Vahlen, München

Bürgerliches Recht (W3BW_504)

Civil Law

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Bürgerliches Recht	W3BW_504	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Klaus Sakowski

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung erkennen die Studierenden die umfassende Praxisrelevanz des Fachs und verfügen über grundlegendes Faktenwissen im Bürgerlichen Recht. Sie können die wichtigsten BGB-Vorschriften und Zusammenhänge benennen, erklären und auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Auf diese Weise sind sie in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen und verstehen die wichtigsten Methoden zur Auslegung von Vorschriften, insbesondere hinsichtlich unbestimmter Rechtsbegriffe. Sie verstehen die juristische Gutachtenstil-Methode und können diese auf Fallgestaltungen anwenden. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind bei Gruppenarbeit (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten und können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen zudem über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen des Rechts, BGB Allgemeiner Teil und Schuldrecht Allgemeiner Teil	30,0	45,0
<ul style="list-style-type: none">- Überblick über Rechtssystem, Rechtsgebiete, Gerichtsaufbau und juristische Arbeitstechniken- Einführung in das BGB- Rechtssubjekte und Rechtsobjekte, Willenserklärung- Anfechtung- Grundsatz und Grenzen der Vertragsfreiheit- Stellvertretung- Verjährung- Fristen und Termine- Schuldverhältnisse, Schadensersatz, Verschulden, Leistungsstörungen- Allgemeine Geschäftsbedingungen		
Schuldrecht, Sachenrecht und Grundlagen des Prozessrechts	30,0	45,0
<ul style="list-style-type: none">- Verbraucherverträge (insbes. Fernabsatz)- Rücktritt- Gesamtschuld- Kaufvertrag- Werkvertrag- Sonstige Vertragstypen in Grundzügen (je nach Studienrichtung, z.B. Mietvertrag, Darlehensvertrag, Dienstvertrag)- Grundzüge der ungerechtfertigten Bereicherung- Unerlaubte Handlungen- Grundzüge des Sachenrechts (Besitz, Eigentum, Sicherungsrechte)- Überblick über das Verfahrens- und Prozessrecht		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.
Prüfungsdauer bezieht sich auf Klausur.

Voraussetzungen

-

Literatur

- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeiner Teil des BGB. München: Vahlen
- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeines Schuldrecht. München: C. H. Beck
- Brox, H./Walker, W.-D.: Besonderes Schuldrecht. München: C. H. Beck
- Eisenhardt, U: Einführung in das bürgerliche Recht. Stuttgart: Utb, Facultas
- Ens, R./Hümer, M./Knies, J./Scheel, T.: Unternehmensrecht, Bad Wörishofen: Holzmann (daraus Scheel, T.: Zivilrecht)
- Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht. München: Vahlen
- Führich, E./Werdan, I: Wirtschaftsprivatrecht in Fragen und Fällen. München: Vahlen
- Kallwass, W./Asbels, P.: Privatrecht. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Hau, W: Grundkurs BGB. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Voit, W: Grundkurs ZPO. München: Vahlen
- Sakowski, K.: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts. Berlin Heidelberg: Springer Gabler
- Wolf, M./Wellenhofer, M.: Sachenrecht. München: Beck

Wirtschaftsrecht (W3BW_505)

Economic Law

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Wirtschaftsrecht	W3BW_505	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Klaus Sakowski

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung verfügen die Studierenden über grundlegendes Faktenwissen und kritisches Verständnis der gelehrt Rechtsmaterien. Sie kennen die wichtigsten Vorschriften und können diese auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Sie sind in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können Fallgestaltungen analytisch-kritisch sowie methodengestützt bearbeiten. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind bei Gruppenarbeiten (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten. Sie können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile und können darüber mit Fachleuten oder Laien kommunizieren.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Handels- und Gesellschaftsrecht	28,0	48,0
<ul style="list-style-type: none">- Prinzipien und Rechtsquellen des Handelsrechts- Kaufmann- Handelsregister- Firma- Vollmachten- Hilfspersonen, Handelsvertreter (Überblick)- Grundzüge bei Handelsgeschäften (z.B. Formfreiheit)- Bedeutung von Handelsbräuchen, Handelskauf- Überblick Gesellschaftsformen (national/EU), Typenvermischung- Entstehung, laufender Betrieb, Geschäftsführung und Vertretung- Vermögensordnung- Überblick Kapitalaufbringung und -erhaltung, Haftung, Beendigung- Überblick Konzern		
Arbeitsrecht, Grundzüge des Insolvenzrechts	27,0	47,0
<p>(Anm. Insolvenzrecht optional, je nach Studienrichtung)</p> <ul style="list-style-type: none">- Grundbegriffe und Rechtsquellen Arbeitsrechts- Arbeitnehmerbegriff- Anbahnung und Begründung des Arbeitsverhältnisses- Pflichten des Arbeitnehmers- Pflichten des Arbeitgebers (privat und öffentlich-rechtlich)- Ausgewählte Inhalte des Arbeitsverhältnisses (z.B. Umfang, Vergütung, Urlaub, Krankheit, Einsatz von Medien im Arbeitsleben, Beschäftigtendatenschutz)- Beendigung des Arbeitsverhältnisses- Tarifvertragsrecht- Streikrecht- Betriebsverfassungsrecht <ul style="list-style-type: none">- Regelinsolvenzverfahren- Verbraucherinsolvenzverfahren- Organe des Insolvenzverfahrens- Rechtstellung des Insolvenzverwalters- Insolvenzgründe- Insolvenzantrag- Sicherungsmaßnahmen- Wirkungen des eröffneten Verfahrens – Einfluss auf Vertragsverhältnisse- Sicherheitenverwertung- Gläubigerbenachteiligung- Anfechtbare Handlungen und Rechtsfolgen- Haftung und Insolvenzdelikte		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.

Voraussetzungen
Grundkenntnisse aus Modul Bürgerliches Recht

Literatur

<ul style="list-style-type: none">- Bitter, G./Heim, S.: Gesellschaftsrecht. München: Vahlen- Bork, R.: Einführung in das Insolvenzrecht. Tübingen: Mohr-Siebeck- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M.: Arbeitsrecht. Stuttgart: Kohlhammer- Brox, H./Henssler, M.: Handels- und Wertpapierrecht. München: Beck- Keller, U.: Insolvenzrecht. München: Vahlen- Paulus, C.: Insolvenzrecht. München: Beck- Preis, U.: Arbeitsrecht – Individualarbeitsrecht. Köln: Dr. Otto Schmidt- Preis, U.: Arbeitsrecht – Kollektivarbeitsrecht. Köln: Dr. Otto Schmidt- Sakowski, K.: Arbeitsrecht. Berlin Heidelberg: Springer Gabler

Mathematik und Statistik (W3BW_601)

Mathematics and Statistics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Mathematik und Statistik	W3BW_601	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	60	ja
Klausur oder Portfolio	60	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Mit Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegendes Wissen und kritisches Verständnis der Mathematik und Statistik für ökonomische Fragestellungen. Sie sind in der Lage, die Methoden und Ansätze auf konkrete Analyse-, Planungs- und Entscheidungsprobleme anzuwenden sowie die Ergebnisse zielbezogen zu präsentieren und zu interpretieren.
Methodenkompetenz	Die Studierenden haben die Ideen mathematischer Techniken erfasst und die Kompetenz erworben, sie bei ökonomischen Fragestellungen einzusetzen. Sie haben die Statistik als Entscheidungshilfe in der betrieblichen Praxis bzw. als Hilfsmittel bei der empirischen Überprüfung von Hypothesen verstanden und die Fähigkeit erworben, den möglichen Einfluss des Datenentstehungsprozesses, der Datenquellen und der Datenpräsentation auf das Ergebnis zu erläutern sowie vorgegebene Datensätze hinsichtlich gewünschter Informationen selbstständig auszuwerten und zu beurteilen.
Personale und Soziale Kompetenz	Mit Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, dass die quantitativen Methoden eine Möglichkeit (neben anderen) der Erkenntnisgewinnung darstellen, insbesondere, dass die Realität nicht nur in Zahlen abgebildet werden kann. Sie sind sich des Einflusses der Methoden auf das Ergebnis bewusst und sind damit sensibilisiert für einen verantwortungsvollen Umgang.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten mathematischer und statistischer Methoden bei volks- und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen bekommen und ihre Anwendung durch entsprechende Beispiele geübt. Dadurch sind sie befähigt, diese Methoden selbstständig anzuwenden und die Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Mathematik	30,0	45,0
<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen der Mathematik (Zahlenmengen, algebraische Grundstrukturen, Logik)- Analysis (wesentliche Elemente der Infinitesimalrechnung für Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen)- Finanzmathematik (Folgen und Reihen, Angewandte Finanzmathematik)- Lineare Algebra (Gleichungssysteme, Matrizen, Vektoren, Determinanten)- Studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen.		
Statistik	30,0	45,0
<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen (Datenentstehung)- Deskriptive Statistik (univariate und multivariate Häufigkeitsverteilungen mit ihren deskriptiven Maßzahlen)- Induktive Statistik (insbesondere Wahrscheinlichkeitstheorie)- Schließende Statistik (Schätzungen, Testverfahren, wirtschaftsstatistische Anwendungen)- studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Modul mit zwei Prüfungsleistungen
<ul style="list-style-type: none">- Klausur nach dem ersten Semester- Klausur oder Portfolioprfüfung nach dem zweiten Semester- Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur

<ul style="list-style-type: none">- Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M.: Statistik, München: Oldenbourg- Bley Müller, J./Gehlert, G./Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Vahlen- Bosch, K.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg- Bronstein, I./Semendjajev, K. A.: Taschenbuch der Mathematik, Thun/Frankfurt a. M.: Verlag Harri Deutsch- Heinrich, G.: Basiswissen Mathematik, Statistik und Operations Research für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg- Holey, T./Wiedemann, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Heidelberg: Physica-Verlag- Sachs, M.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik, München: Hanser- Stiefel, J.: Wirtschaftsstatistik, München: Oldenbourg- Sydsaeter, K./Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Hallbergmoos: Pearson Studium- Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum- Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum

Bachelorarbeit (W3BW_901)

Bachelor Thesis

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Bachelorarbeit	W3BW_901		

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Bachelorarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
360,0	,0	360,0	12

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über breites fachliches Wissen und sind in der Lage, auf Basis des aktuellen Forschungsstandes und ihrer Erkenntnisse aus der Praxis in ihrem Themengebiet praktische und wissenschaftliche hemenstellungen zu identifizieren und zu lösen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen das Spektrum der in ihrer Fachdisziplin zur Verfügung stehenden Methoden und können diese im Kontext der Bearbeitung von praktischen und wissenschaftlichen Problemstellungen kritisch reflektieren und anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können selbständig und eigenverantwortlich betriebliche Problemstellungen bearbeiten und neue innovative Themenfelder in die praktische Diskussion einbringen. Vor dem Hintergrund einer guten Problemlösung legen sie bei der Bearbeitung besonderes Augenmerk auf die reibungslose Zusammenarbeit mit Kollegen und mit Dritten. In diesem Kontext zeigen sie Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Konfliktfähigkeit.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können ihr Fachwissen und ihr Methodenverständnis zur Ableitung einer innovativen und aktuellen betrieblichen Problemstellung für ihre Abschlussarbeit einsetzen. Die Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, lösen sie selbstständig unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet innerhalb einer vorgeschriebenen Frist. Hierbei berücksichtigen Sie aktuelle wissenschaftliche und branchenbezogene Quellen sowie die Regeln wissenschaftlichen Arbeitens. Die kritische Reflektion von theoretischen Ansätzen und praktischen Lösungsmustern ist für die Studierenden selbstverständlich. Die Studierenden beherrschen weiterhin die Fachterminologie und sind in der Lage, Begriffe zu operationalisieren, Daten zu erheben, auszuwerten und Ergebnisse zu visualisieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Bachelorarbeit	,0	360,0
Selbstständige Bearbeitung und Lösung einer in der Regel betrieblichen Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet. Schriftliche Aufbereitung der Lösungsansätze in Form einer wissenschaftlichen Arbeit gemäß den allgemeinen Richtlinien und Vorgaben der Prüfungsordnung.		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

Aktuelle Spezialliteratur und Online-Quellen zu den gewählten Themenfeldern und Funktionsbereichen.

Einführung in das Dienstleistungsmanagement (W3BW_DLM201)

Introduction to Service Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Einführung in das Dienstleistungsmanagement	W3BW_DLM201	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Beate Sieger-Hanus

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Laborübung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	180	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
300,0	120,0	180,0	10

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, den Wert der Dienstleistungsbranche zu verstehen. Sie haben einen Überblick über Geschäftsmodelle, Prozesse, Methoden, Produkte, Akteure, Berufsbilder, betriebswirtschaftliche Problemstellungen und Trends in der Dienstleistungsbranche. Nach Abschluss des Moduls kennen sie die branchenspezifischen Wertschöpfungsprozesse im Dienstleistungsbetrieb und können daraus Konsequenzen für unternehmerische Entscheidungen erkennen. Die Studierenden sollen zudem grundlegende Kenntnisse über das in Dienstleistungsbetrieben wesentliche Projektmanagement erwerben und die Psychologie des Verhaltens von in den Dienstleistungsprozess integrierten Kunden verstehen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls fähig, die jeweils geeigneten Methoden und Modelle nach wissenschaftlichen Prinzipien herauszufinden/ auszuwählen und diese im praktischen Anwendungsfeld entsprechend der Besonderheiten der einzelnen Dienstleistungsbereiche einzusetzen. Sie verfügen auf der Grundlage des entscheidungs- und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlaufe ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen zielorientiert strukturieren und einer Lösung zuführen können.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden haben ihre Kompetenz nach Abschluss des Moduls durch eine erste kritische Auseinandersetzung mit ökonomischen Fragestellungen dahingehend verbessert, dass sie ein grundlegendes Verständnis für die Notwendigkeit einer modellhaften Analyse betrieblicher Phänomene in der Dienstleistungsbranche erworben haben. Bereits jetzt sind die Studierenden in der Lage, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer einfachen betriebswirtschaftlichen Argumentation zu reflektieren und zu begründen. Die Studierenden kennen das Dienstleistungsunternehmen als ökonomisches und soziales System. Durch Gruppenübungen wird zum Aufbau und zur Aufrechterhaltung sozialer Kooperationen beigetragen und sie lernen konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten.
Übergreifende Handlungskompetenz	-

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Geschäftsmodelle in der Dienstleistungsbranche	36,0	54,0
Systematik der Dienstleistungsbereiche – Geschäftsmodelle, Bedeutung, besondere Aspekte, Aufgaben, Methoden, Produkte und Berufsbilder der Dienstleistungsbranche im Überblick – Definition einzelner Funktionen in einem Dienstleistungsbetrieb und deren Spezifika – Akteure der Dienstleistungsbranche – spezifische betriebswirtschaftliche Problemstellungen der Dienstleistungsbranche – aktuelle Herausforderungen der Unternehmensumwelt – aktuelle Trends in der Dienstleistung		
Grundlagen des Dienstleistungsmanagement und Wertschöpfungsprozesse	44,0	66,0
Der Dienstleistungsbegriff, Charakteristika ökonomische Bedeutung von Dienstleistungen, Besonderheiten des Managements von Dienstleistungen – Kundenintegration – Beschäftigungsstruktur im Dienstleistungssektor – Interaktionsintensitäts-Typen im Dienstleistungs-Erstellungsprozess –Schwerpunkte der Dienstleistungsforschung – Dienstleistungstheorien – Dienstleistungstypologien – Theorien, Modelle und Konzepte des Dienstleistungsmanagements – Qualität im Dienstleistungskontext (z.B. GAP-Modell der Dienstleistungsqualität) – Strategisches Dienstleistungsmanagement – Beziehungsaufbau und -pflege zu Subdienstleistern – aktuelle Trends im Dienstleistungssektor – Internationalisierung von Dienstleistungen – Einsatz von Servicetechnologien – Modellierung kundenintegrativer Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen (insbesondere Service Blueprinting) – Materielle und immaterielle Güter und die Bedeutung von Value Added Services – Grundlagen der Produktion und Wertschöpfung von Dienstleistungen versus Sachleistungen – Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen des Service Operationsmanagement (insbesondere Kapazitätsmanagement, Ansätze zur Steigerung der Flexibilität in der Dienstleistungsproduktion) – spezifische Entscheidungsfelder und -kalküle		
Projektmanagementgrundlagen	16,0	24,0
Definitive Grundlagen von Projekt und Projektmanagement – Ziele des Projektmanagement – Projektorganisationsformen und Aufteilung von Projektaufgaben (Projektrollen) – Projektplanung: Projektphasen und Meilensteine – Überblick über traditionelle und agile Projektmanagementmethoden		
Kundenverhalten im Kontext von Dienstleistungen	24,0	36,0
Arten von Kunden und Konsumenten – Kunden- und Konsumentengruppen und ihre Charakteristika – Erklärungsansätze des Konsumentenverhaltens (Grundmodelle, Partialmodelle) – Determinanten des Kunden- und Konsumentenverhaltens (u.a. aktivierende und kognitive Prozesse): Involvement, Gefühle/Emotionen, Wissen/Kognition, Motive/Bedürfnisse, Einstellung/Image, Werte/Normen – Lebensstile – Limbisches Modell zur Erklärung des Käuferverhaltens (Neuromarketing) – Kundenwert (monetäre Bedeutung eines Kunden) – Konsumentenverhalten von Organisationen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

3. Modulverantwortliche Person: Prof. Dr. Dirk Hartel (S)
 4. Modulverantwortliche Person: Prof. Dr. Yvonne Zajontz (HN)

Voraussetzungen

-

Literatur

- Benölken, H./ Greipel, P.: Dienstleistungsmanagement: Service als strategische Erfolgsposition, Wiesbaden: Gabler
 Biermann, T.: Kompakt-Training Dienstleistungsmanagement, Ludwigshafen: Kiehl
 Bieger, T.: Dienstleistungsmanagement: Einführung in Strategien und Prozesse bei persönlichen Dienstleistungen, Mit Fallstudien verschiedener Praktiker. Bern, Stuttgart, Wien: UTB/ Haupt
 Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Grundlagen, Konzepte, Methoden. Berlin: Springer
 Bruhn, M./ Stauss, B. (Hrsg.): Dienstleistungsqualität: Konzepte - Methoden – Erfahrungen. Wiesbaden: Gabler
 Burr, W./Stephan, M.: Dienstleistungsmanagement, Stuttgart: Kohlhammer
 Corsten, H./ Roth, S. (Hrsg.): Handbuch Dienstleistungsmanagement. München: Vahlen
 Fließ, S.: Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Gabler
 Foscht, T.; Swoboda, B.: Käuferverhalten, Wiesbaden: Gabler
 Felser, G: Werbe- und Konsumentenpsychologie, Berlin: Spektrum
 Haller, S.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen - Konzepte – Instrumente. Wiesbaden: Gabler
 Hugentobler, W. / Schaufelbühl, K. / Blattner, M.: Betriebswirtschaftslehre für Bachelor. Zürich, Stuttgart: UTB / Orell Füssli
 Kroeber-Riel, W.; Weinberg, P. / Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München: Vahlen
 Litke, H.D.: Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, München: Hanser
 Maleri, R.: Grundlagen der Dienstleistungsproduktion, Berlin: Springer
 Meffert, H./ Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler
 Pepels, W.: Käuferverhalten. Basiswissen für Kaufentscheidungen von Konsumenten und Organisationen, Berlin: Erich Schmidt
 Preußig, J.: Agiles Projektmanagement: Scrum, Use Cases, Task Boards & Co., Freiburg: Haufe Lexware
 Solomon, M.R.: Konsumentenverhalten, München: Pearson

Grundlagen der Automatisierung und Digitalisierung von Dienstleistungen (W3BW_DLM202)

Fundamentals of Service Automation and Digitization

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen der Automatisierung und Digitalisierung von Dienstleistungen	W3BW_DLM202	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Friedrich Augenstein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	<p>Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein grundlegendes Verständnis für die Zusammenhänge zwischen Informations- und Kommunikationstechniken und der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfung. Sie haben die Kompetenz erworben, mit allgemeinen Begrifflichkeiten und Konzeptionen des Informationsmanagement umzugehen und sie ansatzweise kritisch im Spannungsfeld zwischen Technologie und wirtschaftlicher Anwendung zu reflektieren.</p> <p>Die Studierenden verfügen über einen Überblick über die Theorieansätze des Informationsmanagement und zugehöriger Technologien. Sie haben informations- und kommunikationstechnisches Basiswissen sowie tiefergehende Kenntnisse über informationstechnische Herausforderungen in der Dienstleistungsbranche erworben.</p>
Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen zur Digitalisierung der Arbeitswelt mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Sie verfügen über ein angemessenes Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im Informationsmanagement, aus dem sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Das vermittelte Methodenwissen versetzt sie in die Lage, in definierten Situationen mit festgelegten Rahmenbedingungen bestehende Probleme zu erfassen und die Lösung vorzubereiten.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>Die Studierenden haben die Fähigkeit erworben, ausgewählte gesellschaftliche Auswirkungen der Durchdringung der Berufs- und Privatwelt mit den Neuen Medien kritisch zu erfassen und ansatzweise in Entscheidungsprozesse einzubinden. Die Studierenden haben gelernt, operative Implikationen moderner Informations- und Kommunikationstechniken zu diskutieren. Sie kennen die Schnittstelle zwischen betriebswirtschaftlichen und informationstechnischen Anforderungen im Betrieb und können bei einer bereichsübergreifenden Entscheidungsvorbereitung unterstützend tätig werden.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, betriebswirtschaftliche Entscheidungen in Bezug auf den Einsatz von und die Investitionen für Informationstechnik grundlegend beurteilen zu können.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen des Informationsmanagements	32,0	48,0
Begriff und Bedeutung von Information, Kommunikation und Wissen – Informationsökonomie – Informationswirtschaft – Grundlagen der Informationstechnologie und der Programmierung, Management von Daten, Prozessen und Kommunikation – Grundkonzepte der Digitalisierung, Netzwerktechnik, Robot Process Automation und Künstlichen Intelligenz – Grundkonzepte betrieblicher Anwendungssysteme		
Informationssysteme in der Dienstleistungsbranche	28,0	42,0
Digitalisierung von Services – Automatisierung von Geschäftsprozessen – Enterprise Resource Planning (ERP)-Systeme – Web-basierte Technologien und Anwendungen – optionale Ausgestaltungen und neuere Entwicklungen des Informationsmanagements in der Dienstleistungsbranche		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Abts, D.; Müller, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik. Eine kompakte und praxisorientierte Einführung, Wiesbaden: Vieweg
Gronau, N.: Enterprise Resource Planning : Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen, München: De Gruyter Oldenbourg
Krcmar, H.: Einführung in das Informationsmanagement, Berlin/Heidelberg: Springer
Krcmar, H.: Informationsmanagement, Berlin/Heidelberg: Springer
Leimeister, J.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Berlin/Heidelberg: Springer
Linde, F.: Ökonomie der Information, Göttingen: Universitätsverlag
Minkus, A.: Informationsversorgung in Dienstleistungsorganisationen, Wiesbaden: Gabler
Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand, R.T.: Die grenzenlose Unternehmung. Information, Organisation und Management, Wiesbaden: Gabler
Scheer, A.-W.: Wirtschaftsinformatik: Referenzmodelle für industrielle Geschäftsprozesse, Berlin/Heidelberg: Springer.

Controlling und Qualität im Dienstleistungsmanagement (W3BW_DLM203)

Financial and Quality Analyses in Service Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Controlling und Qualität im Dienstleistungsmanagement	W3BW_DLM203	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Mohr

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden erwerben solides Faktenwissen und erlangen Begriffssicherheit im Bereich Controlling und Finanzplanung. Sie bauen Verständnis für und eine eigenständige Anwendbarkeit der Erfolgsfaktoren Service-Excellence und Qualitätsmanagement auf. Hierbei werden spezifische Anforderungen der Dienstleistungswirtschaft berücksichtigt.
Methodenkompetenz	Die Studierenden wenden wichtige Methoden der Planung und Budgetierung und der Prognoserechnungen sicher an und können Kennzahlen- und Leistungsmessungssysteme gestalten. Sie wenden Instrumente kritisch an und können Modelle auf die betriebliche Praxis im Sinne von Total Quality Management transferieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Bei der ökonomisch-rationalen Entscheidungsfindung berücksichtigen die Studierenden soziale, ethische und nicht-monetäre Aspekte. Sie können die Regelkonformität (Compliance) von Entscheidungen beurteilen. Außerdem erlangen sie die Fähigkeit zur Übernahme einer Kundenperspektive bei der Vorbereitung und Umsetzung unternehmerischer Entscheidungen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden üben vernetztes Denken und Handeln im Kontext der Unternehmensführung ein. Sie kommunizieren und präsentieren ihre Arbeitsergebnisse fachadäquat und selbstsicher. Problemlösungen sowie deren praktische Umsetzung, u.a. mit IT-Werkzeugen, werden selbstständig erarbeitet. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, mit schlecht strukturierten und unvollständig beschriebenen Problemstellungen pragmatisch umzugehen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Dienstleistungscontrolling und Finanzplanung	35,0	60,0
Controllingkonzeptionen und –organisation – Bereichscontrolling (z.B. Marketing- und Vertriebscontrolling) – Strategisches vs. Operatives Controlling – Projektcontrolling – Planung/ Budgetierung/ Forecasting – Kennzahlen und Kennzahlensysteme – Instrumente des Kostenmanagements – Management Reporting – Performance Measurement – Finanzplanung		
Service-Excellence und Qualitätsmanagement	20,0	35,0
Service-Excellence: Begriffliche Grundlagen, DIN SPEC 77224, Prinzipien, Erfolgsfaktoren, Bedeutung des Faktors Mensch, Modelle für Service Excellence, Service Excellence im internationalen Kontext, Benchmarkbeispiele aus Industrie, Handel und Dienstleistung – Qualitätsmanagement: Qualität als kritischer Erfolgsfaktor von Unternehmen, Grundlagen der Potenzial-, Prozess- und Ergebnisqualität, Grundlagen der Zertifizierung von Qualität, Besonderheiten der Dienstleistungsqualität		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

Erfolgreicher Abschluss der Module Technik der Finanzbuchführung, Unternehmensrechnung

Literatur

Becker, H.P.: Investition und Finanzierung. Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Wiesbaden: Gabler
Benes, G./ Groh, P.: Grundlagen des Qualitätsmanagements, München/Wien: Hanser
Britzelmaier, B.: Controlling. Grundlagen - Praxis – Umsetzung, München: Pearson
Bruhn, M./ Stauss, B. (Hrsg.): Dienstleistungscontrolling, Gabler, Wiesbaden
Gleich, R./ Horváth, P./ Michel, U. (Hrsg.): Management Reporting - Grundlagen, Praxis und Perspektiven, Planegg: Haufe
Gouthier, M.: Kundenbegeisterung durch Service Excellence, Berlin: Beuth
Gouthier, M./ Kohler, G./ Moll, A. (Hrsg.): Management der Kundenbegeisterung, Düsseldorf: Symposion Publishing
Guserl, R./ Pernsteiner, H.: Finanzmanagement. Grundlagen - Konzepte – Umsetzung, Wiesbaden: Gabler
Herrmann, J./Fritz, H.: Qualitätsmanagement, München: Hanser
Horváth, P./ Gleich, R./ Seiter, M.: Controlling, München: Vahlen
Linß, G.: Training Qualitätsmanagement, München: Hanser
Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen. Die systemgestützte Controlling-Konzeption mit Analyse- und Reportinginstrumenten, München: Vahlen
Schawalder, M./ Lenz, V./ Röllin, H.: Industrielle Services strategisch optimieren, Berlin/Heidelberg: Springer
Schmitt, R./Pfeifer, T.: Qualitätsmanagement, München/Wien: Hanser
Troßmann, E.: Controlling als Führungsfunktion, München: Vahlen
Troßmann, E./ Baumeister, A.; Werkmeister, C.: Fallstudien im Controlling - Lösungsstrategien für die Praxis, München: Vahlen
Weber, J./ Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
Wildemann, H.: Leitfaden Total Quality Management, München: TCW

Marketing und Innovation im Dienstleistungsmanagement (W3BW_DLM204)

Marketing and Innovation in Service Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Marketing und Innovation im Dienstleistungsmanagement	W3BW_DLM204	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ulrich Bucher

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	<p>Die Studierenden kennen die zahlreichen Entscheidungsbereiche, die es bei der Gestaltung des Marketing-Mix eines Dienstleistungsunternehmens zu berücksichtigen gibt. Sie kennen die Bedeutung, Potenziale und Grenzen der verschiedenen Instrumente des Dienstleistungsmarketing und die Wechselbeziehungen zwischen diesen. Sie können ein auf den Unternehmenskontext angepasstes Konzept entwickeln, das sich aus den übergeordneten Zielen und Strategien ableitet und bei dem die verschiedenen Entscheidungsbereiche so aufeinander abgestimmt sind, dass ein integrierter und kundenorientierter Marketing-Mix entsteht.</p> <p>Weiterhin kennen die Studierenden die Bedeutung von Innovation ebenso wie die Risiken / Herausforderungen, die bei der Entwicklung von neuen Dienstleistungen auftreten können. Die Studierenden kennen verschiedene Ansätze, um eine Dienstleistungsinnovation zu entwickeln und auf den Markt zu bringen, um damit deren Erfolgswahrscheinlichkeit zu erhöhen. Insbesondere sind die Studierenden in der Lage, verschiedene Kreativitätstechniken anzuwenden, um Ideen für neue Dienstleistungen zu generieren.</p>
Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden können die Relevanz der Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld ebenso einschätzen wie deren Praktikabilität und Grenzen. Die Studierenden sind in der Lage, die vorgegebenen Methoden auf konkrete Problemstellungen selbstständig anzuwenden. Die Studierenden können die dazu notwendigen Daten eigenständig erheben und auswerten.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>Die Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität bzgl. deren eigener Denkprozesse und deren Kreativität auf. Dadurch lernen sie, gewöhnliche Denkpfade zu verlassen und zu völlig eigenständigen, neuen Lösungen zu gelangen. Sie lernen mit gescheiterten Projekten umzugehen und statt auf diese mit Resignation zu reagieren diese als integralen Bestandteil eines Lernprozesses zu verstehen und als Impulse für zukünftige Projekte. Zudem lernen die Studierenden in der Gruppe neue Lösungen auf kreative Weise zu entwickeln und gemeinsam die Lösungen zu bewerten.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Ansätze zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen des Dienstleistungsmarketing zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des bereits erworbenen Wissens zu den Marketinginstrumenten und zur Entwicklung neuer Dienstleistungen können sie Gestaltungsideen entwickeln, kritisch bewerten und ihre Handlungsempfehlungen plausibel begründen.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Instrumente des Dienstleistungsmarketing	30,0	52,0
Philosophie und Konzept des Dienstleistungsmarketing – Informationsgrundlagen des Dienstleistungsmarketing – Besonderheiten der Marktsegmentierung im Dienstleistungsbereich – Marketingstrategie – Kunden- und Markenmanagement bei Dienstleistern – Positionierung von Dienstleistungsmarken – Marketing-Mix im Dienstleistungskontext (Leistungs- und Preispolitik – Distributionspolitik – Kommunikationspolitik – Physical Facilities – Prozesspolitik – Personalmarketing – Integriertes Marketing) Optimierung des Marketing-Mix – Kundenbeziehungslebenszyklus – Neue Entwicklungen im Dienstleistungsmarketing		
Service Design und Innovationsmanagement	25,0	43,0
Phasenmodelle – Service Creation – Ideenfindung und -bewertung – Service Engineering – Kreativitätstechniken – Anforderungsanalyse – Kundenorientiertes Design – Service Management – Fast Failure		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Im Rahmen des Moduls kann ein Planspiel zum Einsatz kommen – die Durchführung eines Planspiels ist jedoch nicht obligatorisch.

Voraussetzungen

keine

Literatur

Disselkamp, M.: Innovationsmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
Froböse, M. / Kaapke, A.: Marketing – Eine praxisorientierte Einführung mit Fallbeispielen, Frankfurt/Main: Vahlen
Haller, S.: Dienstleistungsmanagement – Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Springer Gabler
Hauschildt, J. / Salomo, S.: Innovationsmanagement, München: Vahlen
Lovelock, C. / Wirtz, J.: Services Marketing – People, Technology, Strategy, London: Prentice Hall
Meffert, H. / Bruhn, M. / Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing – Grundlagen – Konzepte – Methoden, Wiesbaden: Springer Gabler
Mudie, P. / Pirrie, A.: Services Marketing Management, Oxford: Routledge
Zeithaml, V.A. / Bittner, M.J. / Gremler, D.D.: Services Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm, New York: McGraw-Hill Professional

Marketingforschung im Dienstleistungskontext (W3BW_DLM205)

Market Research in Services Marketing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Marketingforschung im Dienstleistungskontext	W3BW_DLM205	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Yvonne Zajontz

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Projekt, Laborübung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Portfolio oder Projektbericht (mit Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden Gegenstand und Methoden der Dienstleistungsmarketingforschung kennen gelernt und sind in der Lage, Nutzen und Grenzen der Dienstleistungsmarketingforschung erklären und beurteilen zu können. Die Teilnehmer haben die Grundlage aller relevanten Erhebungsinstrumente der quantitativen und qualitativen Marketingforschung und Datenauswertungsverfahren verstanden und haben die Fachkompetenz erworben, mit diesem Instrumentarium ein Studiendesign zu entwickeln, selbstständig Daten zu erheben und diese auszuwerten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, Daten – unter Berücksichtigung aller wissenschaftlichen Regeln und Standards – zu erheben, diese deskriptiv und interferenzstatistisch auszuwerten und zu interpretieren. Auf Basis der Ergebnisse sollen neue Lösungen im beruflichen Anwendungsfeld erarbeitet werden können.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden lernen, selbständig und eigenverantwortlich Daten zu erheben und auszuwerten. Dies schließt mit ein, Datenerhebung zeitlich angemessen umsetzen und thematisch priorisieren zu können. Sie sind in der Lage nach Abschluss des Moduls, Daten zu reflektieren und kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls auf Basis der erworbenen Fachkompetenz gelernt haben, Daten kreativ zu nutzen und damit als Impulsgeber für Weiterentwicklungen im beruflichen Kontext fungieren zu können. Die Studierenden haben ein Verständnis für die Bedeutung der Datenerhebung/Datenerfassung/Datenspeicherung und Verarbeitung entwickelt und können die Folgen eines unverantwortlichen Handels einschätzen. Die Studierenden sollen effektiv und konstruktiv in Arbeitsgruppen mitarbeiten (z.B. gemeinsame Entwicklung eines standardisierten Fragebogens) und sind offen für Anregungen. Sie haben gelernt, Ihren Standpunkt unter Heranziehen einer betriebswirtschaftlichen Argumentation zu verteidigen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden erwerben ein fundiertes konzeptionelles wie methodisches Wissen zu Fragen der Datenerhebung, Datenanalyse und Dateninterpretation sowie die Bedeutung der Dienstleistungsmarketingforschung für berufliche Anwendungsfelder. Studierende werden mit unterschiedlichen quantitativen und qualitativen Marketingforschungsmethoden vertraut gemacht (unter Einbezug apparativer Verfahren) und können diese anwenden. Sie erlernen den Umgang mit Datenanalyseverfahren und deren lösungsorientierte Ergebnisverwendung im Unternehmen. Studierende können nach Abschluss des Moduls Erklärungen und Prognosen von betriebswirtschaftlichen Phänomenen auf Basis des erlernten Methoden- und Auswertungskanons abgeben.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Angewandte Dienstleistungsmarketingforschung/Apparative Verfahren	33,0	57,0
<p>Grundlagen der Informationsbeschaffung für Dienstleistungsunternehmen - Unterscheidung: Marketingforschung, Marktforschung, empirische Sozialforschung - Aufgaben der Marketingforschung in einem Dienstleistungsunternehmen - Träger der Marktforschung - Branchen der Marktforschung - Eigen- vs. Fremdforschung - Primär- und Sekundärforschung - Phasen des Marktforschungsprozesses - Auswahlverfahren (Grundgesamtheit, Stichproben) - Methoden der Informationsgewinnung (Befragung, Beobachtung, Experiment) - Unterscheidung: quantitative und qualitative Marktforschung - Anwendung von apparativen Verfahren (z.B. Eye Tracking, Hautwiderstand, Atmung, Puls etc.) in der Marktforschung - Anwendungsfelder der Marketingforschung in der Praxis (z.B. Panel- und Trackingforschung, Tests und Testmarktforschung, Werbewirkungsforschung, Einstellungsforschung, Markenforschung, Segmentationsforschung, Competitive Intelligence, Mediaforschung, Online-Marketingforschung, Internationale Marketingforschung)</p>		
Datenauswertungsverfahren in der Dienstleistungsmarketingforschung	22,0	38,0
<p>Datenauswertungsverfahren in der Dienstleistungsmarketingforschung Datenerfassung Datenauswertung und -analyse (Univariate Verfahren (z.B. Lageparameter, Streuparameter), Bivariate Verfahren (z.B. Kreuztabellierung, Einfach Korrelationsanalyse, einfache Regressionsanalyse), Überblick über die relevantesten multivariaten Analyseverfahren, Messniveaus (metrisch, ordinal, nominal, dichotom) Statistische Prüfverfahren; Signifikanztests Güte der Messung Prognoseverfahren Datenaufbereitung mittels statistischem Auswertungsprogramm (z.B. SPSS)</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
Studierende müssen in der Lage sein, vor Modulbeginn die wichtigsten statistischen Kennzahlen und Verfahren wiedergeben zu können. Darüber hinaus ist Basiswissen zum Dienstleistungsmarketing relevant.

Literatur

- Backhaus, K.: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin: Springer.
- Döring, N.; Bortz, J.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin und Heidelberg: Springer
- Duchowski, A. T.: Eye Tracking Methodology. Theory and Practice, London: Springer
- Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag
- Fantapié Altobelli, C.: Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, Stuttgart: UTB
- Flick, U.; von Kardorff, E.; Keupp, H.; von Rosenstiel, L.; Wolff, S. (Hrsg.): Handbuch Qualitativer Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen, München: Beltz
- Flick, U.: Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- Flick, U.: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- Flick, U.; von Kardoff, E.; Steinke, I.: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- Fließ, S.: Beiträge zur Dienstleistungsmarketingforschung, Wiesbaden: Gabler
- Gläser, J.; Laudel, G.: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, Wiesbaden: Springer VS
- Helfferich, C.: Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews, Wiesbaden: Springer VS
- Hellmann, K.; Pichler, R. (Hrsg.): Ausweitung der Markenzone. Interdisziplinäre Zugänge zur Erforschung des Markenwesens, Wiesbaden: Springer VS
- Herrmann, A.; Homburg, C. (Hrsg.): Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer VS
- Koch, J.; Gebhardt, P.; Riedmüller, F.: Marktforschung – Grundlagen und praktische Anwendungen, Oldenbourg: Berlin
- Kuß, A.: Marktforschung. Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, Wiesbaden: Springer
- Lamnek, S.: Qualitative Sozialforschung, Basel: Beltz
- Leven, W.: Blickverhalten von Konsumenten: Grundlagen, Messung und Anwendung in der Werbeforschung, Heidelberg: Springer
- Porst, R.: Fragebogen. Ein Arbeitsbuch, Wiesbaden: Springer VS
- Raab, G.; Unger, A.; Unger, F.: Methoden der Marketing-Forschung. Grundlagen und Praxisbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Rasch, B.; Friese, M.; Hofmann, W.; Naumann, E.: Quantitative Methoden, Heidelberg, Berlin: Springer
- Schnell, R.; Hill, P. und Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schub von Bossiazky, G.: Psychologische Marketingforschung, München: Vahlen

Digitale Transformation und neue Konzepte im Dienstleistungsmanagement (W3BW_DLM206)

Digital Transformation and New Concepts in Service Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Digitale Transformation und neue Konzepte im Dienstleistungsmanagement	W3BW_DLM206	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Beate Sieger-Hanus

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Projekt, Laborübung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	180	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
300,0	100,0	200,0	10

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein Verständnis über die unterschiedlichen Dimensionen der digitalen Transformation und deren Bedeutung erlangt. Zudem haben Sie Einblicke in aktuelle Themen- und Fragestellungen aus unterschiedlichen Branchen und Dienstleistungsbereichen erhalten. Sie haben die Bedeutung von Geschäftsmodellen kennengelernt und können einordnen, wie Produkt- und Dienstleistungsinnovationen zu notwendigen Anpassungen von Geschäftsmodellen führen können. Sie haben die Fähigkeit, neue Themen und Konzepte inhaltlich abzugrenzen und zu definieren sowie sie aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten und in Bezug auf ihre Entstehung und mögliche Auswirkungen zu verstehen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen zur digitalen Transformation mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Sie verfügen über ein angemessenes Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von aktuellen Themenfeldern, können aus angemessenen Methoden auswählen und diese anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Das vermittelte Methodenwissen versetzt sie in die Lage, in definierten Situationen mit festgelegten Rahmenbedingungen bestehende Probleme zu erfassen und die Lösung zu erarbeiten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden haben erkannt, dass sich die digitale Transformation auf sämtlichen Ebenen der Gesellschaft (im privaten und beruflichen Alltag) auswirkt. Dabei haben sie Chancen und Potentiale kennengelernt und haben sich kritisch mit den Grenzen und Gefahren der Digitalisierung und neuer Konzepte im Dienstleistungsmanagement auseinandergesetzt. Durch Gruppenübungen wird zum Aufbau und zur Aufrechterhaltung sozialer Kooperationen beigetragen und sie lernen konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, in einem besonders dynamischen Umfeld betriebswirtschaftliche Entscheidungen mit oft weitreichenden ökonomischen Auswirkungen zu treffen. Sie können gegenwärtige und zukünftige Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses eines Dienstleisters unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls aktuelle betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme ausgewählter Funktionsbereiche mit erlernten Methoden selbstständig analysieren, Lösungsansätze ermitteln und im Rahmen einer kritischen Evaluation bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Management digitaler Anwendungen, Funktionsbereiche und Geschäftsmodelle	50,0	100,0
<p>Gegenstand und Auswirkung der Digitalisierung in ausgewählten Funktions- und Dienstleistungsbereichen (z.B. Logistik, Consulting, Medien-, Finanz-, Sportmanagement) – Entstehung von Datenprodukten, Vernetzung und Automatisierung, smarte Gegenstände und IoT, künstliche Intelligenz – Data Science und Business Analytics – Instrumente zum Innovationsmanagement, Anpassung von Geschäftsmodellen, Rollen im interdisziplinären Prozess der Entwicklung von digitalen Produkt- und Dienstleistungsinnovationen (Ideengenerierung und -bewertung, Planung und Konzeption, Durchführung und Prototypenerstellung, Produkt- und Markttests, Markteinführung), inkl. angewandte Projektmanagement-Methoden – Customer Journey Management und User-Experience – Aktuelle Entwicklungen und ausgewählte Vertiefungen/ Fallstudien</p>		
Aktuelle Themen im Dienstleistungsmanagement	50,0	100,0
<p>Kritische Betrachtung und Vertiefung aktueller betrieblicher Handlungsfelder und Trends in der Dienstleistungsbranche – Gestaltung und Optimierung der Wertschöpfungsprozesse und Verfahrensweisen in angewandten Projekten im Dienstleistungskontext – Modellierung und Optimierung von Geschäftsprozessen in der Dienstleistung – Vertiefung ausgewählter Funktionsbereiche in Dienstleistungsbetrieben vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen und zukünftiger Herausforderungen – Spezifische Problemfelder in ausgewählten Dienstleistungsbereichen, ggf. auch im internationalen Kontext</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
<p>3. Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Tobias Thomas (HN), 4. Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Friedrich Augenstein (S)</p> <p>Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.</p>

Voraussetzungen
Erfolgreicher Abschluss der Module "Einführung in das Dienstleistungsmanagement" und "Grundlagen der Automatisierung und Digitalisierung von Dienstleistungen"

Literatur

Bauernhansl, T./ten Hompel, M./Vogel-Heuser, B. (Hrsg.): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik: Anwendung · Technologien · Migration, Wiesbaden: Springer Vieweg

Bousonville, T.: Logistik 4.0: Die digitale Transformation der Wertschöpfungskette, Wiesbaden: Springer

Hausladen, I.: IT-gestützte Logistik: Systeme-Prozesse-Anwendungen, Wiesbaden: Springer Gabler

Holland, H.: Digitales Dialogmarketing. Wiesbaden: Springer Gabler

Jaekel, M.: Die Anatomie digitaler Geschäftsmodelle. Wiesbaden: Springer Vieweg

Keuper, F. / Schomann, M. / Sikora, L.I. / Wassef, R.: Disruption und Transformation Management. Digital Leadership – Digitales Mindset – Digitale Strategie. Wiesbaden: Springer Gabler

Linnhoff-Popien, C.; Zaddach, M.; Grahl, A.: Marktplätze im Umbruch. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg

Nissen, Volker (Hrsg.): The Digital Transformation of the Consulting Industry. Heidelberg: Springer

Osterwalder, H. / Pigneur, Y.: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, New York: Campus

Osterwalder, H. / Pigneur, Y.: Value Proposition Design: Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen. New York: Campus

Poguntke, S.: Corporate Think Tanks. Wiesbaden: Springer Gabler

Schallmo, D.: Jetzt digital transformieren. Wiesbaden: Springer Gabler

Schallmo, D. / Rusnjak, A. / Anzengruber, J. / Werani, T./Jünger, M. (Hrsg.): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen. Grundlagen, Instrumente und Best Practices. Wiesbaden: Springer Gabler

Voß, P.: Logistik – eine Industrie, die (sich) bewegt, Wiesbaden: Springer Gabler

Wehberg, G. G.: Logistik 4.0: Komplexität managen in Theorie und Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler

Integrationsseminar zu Branchenthemen (W3BW_DLM207)

Integration Seminar on Topics from the Service Industry

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Integrationsseminar zu Branchenthemen	W3BW_DLM207	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Beate Sieger-Hanus

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Seminar, Übung, Projekt, Laborübung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Projektbericht (mit Präsentation)	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden erlangen einen vertieften Einblick in aktuelle Fragen bzw. Probleme des Managements von Dienstleistungen und Dienstleistungsunternehmen. Sie können sich vertiefend mit spezifischen Modellen, Theorien und pragmatischen Ansätzen in einem komplexen, praxisrelevanten Problemkontext auseinandersetzen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage geeignete Modelle/ Methoden/ Ansätze zur Problemanalyse und -lösung auszuwählen und im praktischen Anwendungsfall einzusetzen. Sie können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer wissenschaftlich fundierten Argumentation begründen. Sie entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlecht strukturierten Situationen umgehen. Ihre Fähigkeiten zum anwendungsorientierten wissenschaftlichen Arbeiten und zum Theorie-Praxis-Transfer wird ausgebaut.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können ihre eigene Wertebasis kritisch reflektieren und in der Teamarbeit sowie im intensiven Diskurs mit Seminareteilnehmenden weiterentwickeln. Die Studierenden sind in der Lage, ihre eigene inhaltlich-theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Sie können ihre im Team erarbeiteten Ergebnisse professionell (ggf. auch vor der Geschäftsleitung eines Projektpartners bzw. Fachexperten) präsentieren und verteidigen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Führungsumfeld vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihrer Ausbildung, Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie sind in der Lage, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden betriebswirtschaftlichen/ dienstleistungsmanagementorientierten Probleme einer konstruktiven Lösung zuzuführen und ihre Ergebnisse (ggf. auch vor der Geschäftsleitung eines Projektpartners bzw. vor Fachexperten) professionell präsentieren und in der Diskussion verteidigen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Integrationsseminar	50,0	100,0
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen der Managementlehre bzw. des Dienstleistungsmanagements oder der spezifischen Dienstleistungsbranche wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen und komplexen Problemstellungen der betrieblichen Praxis zu verknüpfen.		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

Aktuelle Literatur entsprechend der thematischen und methodischen Ausrichtung des Seminars

Marktbezogenes Sportmanagement (W3BW_DLM325)

Market related sports and leisure management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Marktbezogenes Sportmanagement	W3BW_DLM325	Deutsch/Englisch	Prof. Stefan Fünfgeld

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Begriffe und Konzepte des marktbezogenen Sportmanagements. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie verfügen nach Abschluss des Moduls über die Fähigkeit, verschiedene Marketingstrategien und konkrete Vertriebskonzepte im Sport zu differenzieren. Sie sind überdies fähig, Positionierung und Profilierung von Sportorganisationen innerhalb der Märkte zu reflektieren und inhaltlich zu beurteilen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die Besonderheiten der Vermarktung von Sportprodukten und -dienstleistungen aufzuzeigen und gegenüber branchenfernen Ansätzen abzugrenzen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, Strategien und Instrumente des Marketings auf spezifische Problemstellungen von Sportorganisationen selbstständig anzuwenden. Dies erfolgt primär durch die Erarbeitung über Fallstudien. Daten und Informationen können aus diversen internen und externen Quellen gesammelt, grundsätzlich bewertet und nach vorgegebenen Kriterien aufbereitet werden. Studierende können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb nutzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden haben ihre Kompetenz nach Abschluss des Moduls durch eine erste kritische Auseinandersetzung mit sportmanagementrelevanten Fragestellungen verbessert, indem sie ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika Sportbetrieben und deren Vermarktung erworben haben. Gruppenübungen tragen zum Aufbau und zur Aufrechterhaltung sozialer Kooperationen bei, die Studierenden lernen konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitzuwirken.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Ansätze des Sportmarketings zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen des Sportmarketings zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des bereits erworbenen Wissens zu sportmanagementspezifischen Besonderheiten können sie Handlungsoptionen in konkreten Situationen der marktorientierten, sportbetrieblichen Praxis aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Entscheidung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen des Sportmarketing	28,0	48,0
Grundlagen des Sportmarketings (duale Struktur des Sportmarketings), Marketing von und mit Sport – Besonderheiten des Sports für das Marketing – Entwicklung und Bedeutung des Sportmarketings in Deutschland – Marketingkonzepte für Anbieter im Sportmarkt – Professionalisierung und Kommerzialisierung des Sportmarketings – Strategisches und operatives Sportmarketing – Marketing-Mix im Sport – Sport-Marketing als Aufgabe und Prozess des Managements		
Medien, Kommunikation und Marktpositionierung im Sport	27,0	47,0
Grundlagen der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit im Sport – Besonderheiten der Kommunikation im Sport (z.B.: Emotionalisierung, Unplanbarkeit des sportlichen Erfolgs) – Entwicklung von Kommunikationskonzepten – Planung, Organisation, Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen – Anwendung auf Praxisbeispiele, z.B. Kommunikation in Vereinen und Verbänden/Kommunikation im Zusammenhang mit Sponsoring bei Großveranstaltungen/Kommunikation für und rund um Sportler – Ziele der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit – Social Media – Verwertungs- und Vermarktungspotenziale von Sport – Sportberichterstattung – Markenmanagement in der Sportbranche – Besonderheiten der Markenführung für Sportdienstleistungen – Best-Practice-Beispiele für erfolgreiche Markenkommunikation im Sport		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Daumann, F./Römmelt, B.: Marketing und Strategie im Sport, Konstanz, München: UTB

Freyer, W.: Sport-Marketing: Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin: Erich Schmidt

Hermanns, A./Riedmüller, F. (Hrsg.): Management-Handbuch Sport-Marketing, München: Vahlen

Horch, H.-D./Schubert, M./Walzel, S.: Besonderheiten der Sportbetriebslehre, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler

Popp, B.; Woratschek, H.: Introducing branded communities in sport for building strong brand relations in social media, in: Sport Management Review 19, 2016, 183-197

Niklas, S.: Verhaltensforschung und Sportmarketing: Eine Analyse zur Relevanz der Konsumentenverhaltensforschung für ein effizientes Marketing mit und im Sport, Saarbrücken: VDM Verlag

Nufer, G./Bühler, A. (Hrsg.): Marketing im Sport, Berlin: Erich Schmidt

Preuß, H. u.a. (Hrsg.): Marken und Sport, Wiesbaden: Springer Gabler

Schierl, Th. (Hrsg.): Handbuch Medien, Kommunikation und Sport, Schorndorf: Hofmann

Schilhaneck, M.: Markenmanagement im Sport, in: Nufer, G./Bühler, A. (Hrsg.): Marketing im Sport. Berlin: Erich Schmidt, 117-141

Woratschek, H./Horbel, C./Popp, B. (Hrsg.): Value Co-creation in Sport Management. Abingdon, Oxon, UK : Routledge .

Administrative Aspekte des Sportmanagement (W3BW_DLM326)

Administrative aspects related to sports and leisure management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Administrative Aspekte des Sportmanagement	W3BW_DLM326	Deutsch/Englisch	Prof. Stefan Fünfgeld

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die wesentlichen administrativen Rahmenbedingungen, die den Sportsektor betreffen. Sie können diese erläutern und vergleichen. Insbesondere können die Studierenden erkennen, welche wesentlichen Besonderheiten die Institutionen des Sportsektors betreffen. Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über ein umfassendes Wissen über die spezifischen Probleme und Gegebenheiten des Sportrechts. Die Studierenden sind in der Lage besondere Aspekte aus Organisationslehre und Finanzmanagement für den Sportsektor zu diskutieren und können diese anwenden.
Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen mit Abschluss des Moduls die in den Modulhalten aufgeführten rechtlichen und wirtschaftlichen Methoden und sind in der Lage diese für Institutionen des Sports sinnvoll einzusetzen. Dies erfolgt unter anderem durch den Einsatz von Fallstudien in der Lehre. Die Studierenden können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel, wie juristische Literatur oder sportspezifische Regelungen identifizieren und anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls wesentliche Problemstellungen aus dem vorliegenden Themengebiet erkennen und können ihre Position argumentativ begründen und verteidigen. Auftretende komplexe fachliche Probleme können die Studierenden bei entsprechenden Ansprechpartnern adressieren und gemeinsam Lösungen entwickeln. Die Studierenden lernen im Team zu arbeiten und übernehmen hier Verantwortung. Sie weisen Kritikfähigkeit und Konfliktfähigkeit auf.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene theoretische Ansätze aus für den Sport relevanten Bereichen des Rechts, der Organisation und der Finanzen zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen identifizieren und zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des bereits erworbenen Wissens zu verschiedenen rechtlichen und wirtschaftlichen Kontexten können sie Handlungsoptionen in konkreten Situationen aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Entscheidung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Rechtliche Aspekte des Sportmanagement	27,0	47,0
Verfassungsrechtliche Fragen, wie z.B.: Grundrechte einzelner Sportler, Staatliche Aufgaben (Finanzierung, Sportförderung), Sportförderungsmaßnahmen, Nachbarschutz und Umwelt – Sportrecht im Bezug zu relevanten Rechtsbereichen, wie z.B. Wettbewerbsrecht, Vereins- und Verbandsrecht, Haftungsrecht, Medienrecht, Produkthaftung, Lizenzrecht, Rechtsaspekte z.B. des Dopings oder Besonderheiten des Arbeitsrechts – Besonderheiten des Profi- und Amateur-Sports – Rechtsformwahl im Sport		
Finanzen im Sportmanagement	28,0	48,0
Spezifika aus Rechnungswesen und Finanzmanagement, die Institutionen des Sports betreffen: Rechnungslegungs- und Buchführungspflichten – Finanzierungsformen u.a.. Finanzierung durch die öffentliche Hand, Förderungen und Zuschüsse, Finanzierung durch Kapitalgeber – Finanzierung von Großveranstaltungen – Lizenzierung – Bilanzanalyse – Sportlicher Erfolg und Kapitalmarktbeurteilung – Insolvenz von Sportunternehmen – Controlling im Sport, Kennzahlensysteme für Sportorganisationen – Relevante steuerliche Aspekte		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Adolphsen, J./Nolte, M./Lehner, M./Gerlinger, M.: Sportrecht in der Praxis, Stuttgart: Kohlhammer
Breuer, Chr./Thiel, A. (Hrsg.): Handbuch Sportmanagement, Schorndorf: Hofmann
Fritzweiler, J./Pfister, B./Summerer, Th.: Praxishandbuch Sportrecht, München: Beck
Galli, A./Gömmel, R./Holzhäuser, W./Straub, W.: Sportmanagement, München: Vahlen
Graumann, M./Thieme, L. (Hrsg.): Controlling im Sport, Berlin: Erich Schmidt
Horch, H.-D.; Heydel, J.; Sierau, A.: Finanzierung des Sports, Aachen: Meyer & Meyer
Nufer, G./Bühler, A. (Hrsg.): Management im Sport, Berlin: Erich Schmidt
Sigloch, J.: Rechnungslegung und Besteuerung im Sport, Wiesbaden: Gabler
Thieme, L.: Zur Konstitution des Sportmanagements als Betriebswirtschaftslehre des Sports. Entwicklung eines Forschungsprogramms, Berlin: epubli
Trosien, G.: Sportökonomie. Ein Lehrbuch in 15 Lektionen, Aachen: Meyer & Meyer
Vornholz, G.: Finanzierung von Sport- und Freizeitanlagen, Schorndorf: Hofmann
Woratschek, H./Horbel, Ch./Popp, B.: The sport value framework: a new fundamental logic for analyses in sport management, in: European Sport Management Quarterly 14, 2014, 6-24

Interdisziplinäre Perspektiven des Sportmanagement (W3BW_DLM327)

Interdisciplinary aspects of sports and leisure

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Interdisziplinäre Perspektiven des Sportmanagement	W3BW_DLM327	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dirk Schwarzer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Theorien und Modelle zu den interdisziplinären Perspektiven des Sportmanagements. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Nach Abschluss des Moduls verfügen sie über die Fähigkeit, verschiedene sportwissenschaftliche Themenfelder und Gegenstände zu differenzieren. Darüber hinaus können Sie die Einflussbereiche der Sportwissenschaften auf das Management von Sportorganisationen reflektieren und begründen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, sportwissenschaftliche Methoden, beispielsweise zur Leistungssteigerung oder Gesunderhaltung, auf konkrete Situationen der betrieblichen Praxis selbstständig anzuwenden. Dies erfolgt primär durch die Erarbeitung über Fallstudien. Eine Stärkung der Methodenkompetenz erfolgt zudem über das Erschließen interdisziplinären Zugänge in diesem Modul insofern als bestimmte Arbeits- und Denkweisen zugleich in unterschiedlichen Themenfelder zur Anwendung kommen, beispielsweise die Ableitungen aus der (Gesundheits-)Psychologie für die Gestaltung der Sportpraxis.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden haben ihre Kompetenz nach Abschluss des Moduls durch eine kritische Auseinandersetzung mit sportwissenschaftlichen Fragestellungen verbessert, indem sie ein grundlegendes Verständnis für die interdisziplinären Zusammenhänge erworben haben. Die inhaltlichen Ansätze und Methoden dieses Moduls liefern Anregungen für die Gestaltung der eigenen Lebens- und Berufspraxis, wie etwa der Aufbau eines körperliche-aktiven Lebensstils, die Übertragung von Techniken zur Stressregulation aus dem Leistungssport oder teambildenden Maßnahmen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Ansätze aus den interdisziplinär angelegten sportwissenschaftlichen Teildisziplinen zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen der Sportwissenschaften zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des bereits erworbenen Wissens können sie Handlungsoptionen in konkreten Situationen der sportbetrieblichen Praxis aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Entscheidung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Sportpsychologie - Verhalten und Erleben im Sport	25,0	50,0
Grundlagen der Sportpsychologie – Leistungsoptimierung und Gesundheitsförderung im Sport – Einstellung, Verhalten und Erleben im Sport – Motivation und Volition – Gruppendynamik und Teamentwicklung – Kognitionen und Emotionen im Sport – Übertragung sportpsychologischer Erkenntnisse auf die Wirtschaft, z.B. Visualisierung, Aktivierungsregulation, Selbstwirksamkeit, Gruppenkohäsion, Burnout und Übertraining – Sportsucht – Psychologische Aspekte des Sporttreibens mit unterschiedlichen Zielgruppen, z.B. Sport mit älteren Menschen. Andere Schwerpunktsetzung in Verbindung mit sportwissenschaftlichen Teildisziplinen: Kommunikation, Internationalisierung, Erlebnisorientierung, Medienorientierung, Entertainment		
Sportwissenschaftliche Erkenntnisse zu Fitness und Gesundheit	25,0	50,0
Grundlagen der Trainingswissenschaft, Sportmedizin und Ernährung – Modellvorstellungen zur sportlichen Leistungsfähigkeit – Komponenten der Leistungsfähigkeit – Modelle zu Training und Trainingssteuerung – Verletzungen im Sport. Ausgewählte sportwissenschaftliche Teildisziplinen: Sozialwissenschaften des Sports, Erziehung und Bildung im Sport, Sportpolitik, Sportphilosophie, Sportinformatik, Vertiefung Sportökonomie und Sportrecht		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Alfermann, D./Stoll, O.: Sportpsychologie. Ein Lehrbuch in 12 Lektionen. Aachen: Meyer & Meyer
Brand, R.: Sportpsychologie. Lehrbuch – Basiswissen Psychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
Gimbel, B.: Körpermanagement. Handbuch für Trainer und Experten in der betrieblichen Gesundheitsförderung. Berlin, Heidelberg: Springer
Güllich, A./Krüger, M. (Hrsg.): Sport. Das Lehrbuch für das Sportstudium. Berlin, Heidelberg: Springer
Haag, H./Strauß, B. (Hrsg.): Theoriefelder der Sportwissenschaft. Schorndorf: Hofmann
Weinberg, R.S./Gould, D.: Foundations of Sport and Exercise Psychology. Champaign: Human Kinetics
Woratschek, H.: Dienstleistungsqualität und Sport im Tourismus – Empirische Befunde zur Gästezufriedenheit in Garmisch-Partenkirchen, in: Dreyer, A. (Hrsg.): Sport und Tourismus. Wirtschaftliche, soziologische und gesundheitliche Aspekte des Sport-Tourismus, Wiesbaden: Springer, 2002, 27-54

Angewandte Sportbetriebslehre (W3BW_DLM328)

Applied business administration in sports and leisure

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Angewandte Sportbetriebslehre	W3BW_DLM328	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dirk Schwarzer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die Merkmale der Sportbetriebslehre im Anwendungsfeld verschiedener Branchensektoren auf Basis unterschiedlicher Wertschöpfungskonfigurationen. Ein kritisches Verständnis für sportbetriebliche Spezifika führt zur Einschätzung der Anwendbarkeit in der Praxis unter Bezugnahme zu Situationen aus der eigenen Erfahrung. Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, Zusammenhänge und Einflüsse innerhalb von Problemlagen der Sportbetriebe zu differenzieren und darauf aufbauend neue Lösungsvorschläge entwickeln und diese kritisch evaluieren.
Methodenkompetenz	Zur Problemlösung in den unterschiedlichen sportbetrieblichen Handlungsfeldern, beispielsweise im Sport-Tourismus oder in der Fitnessbranche, vertiefen die Studierenden eine systematisch-methodische Herangehensweise. Im Zuge dessen werden Konzeptionsstärke, Planungsverhalten, Organisationsfähigkeit und Urteilsvermögen gestärkt. Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen eine angemessene Methode auszuwählen und anzuwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden reflektieren die Anwendungen der Sportbetriebslehre in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung und deren Implikationen, beispielsweise die Reflexion des eigenen Verhaltens im Zuge des Sport-Massentourismus oder die Auseinandersetzung mit den Produktionsbedingungen für Sportartikel. Somit wird die Expansion des Sports auch vor dem Hintergrund einer gesamtgesellschaftlichen Herausforderung beleuchtet.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme der sportbetrieblichen Anwendungen selbstständig analysieren und Erklärungsansätze formulieren. Sie sind in der Lage, verschiedene Zugänge zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Auf der Basis des bereits erworbenen Wissens zu verschiedenen sportspezifischen Kontexten können sie Handlungsoptionen in konkreten Situationen aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Entscheidung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Anwendungsorientierte Perspektiven der Sportbetriebslehre	25,0	50,0
Besonderheiten der Sportbetriebslehre im Anwendungsfeld verschiedener Branchensektoren auf Basis unterschiedlicher Wertschöpfungskonfigurationen: Management gemeinnütziger NPOs (Vereins- und Verbandsmanagement), öffentliche Sportförderung (z.B. kommunale Sportverwaltung), kommerzielle Sportbetriebe (in dieser Lehr- und Lerneinheit insbesondere Management von Sportunterhaltungsbetrieben, Sportfachhandel, Sportartikelhersteller, Betriebe für den Sportstättenbau, Sport-Event-Veranstalter). Implikationen hinsichtlich sportbetrieblicher Funktionsbereiche, vor allem zur Führung in Sportorganisationen.		
Entwicklungen und Konfliktfelder sportbetrieblicher Handlungsbereiche	25,0	50,0
Management von Betrieben des Sport-Tourismus, Betrieben der Fitnesswirtschaft, Sportwettanbieter, E-Sports, Sportberatung, Sportevent-Agenturen, Betriebliches Gesundheitsmanagement in sportfernen Betrieben, Digitalisierung in der Sportbranche. Diskussion der aktuellen brancheninternen Konfliktfelder, z.B. subventionierte Bewegungszentren der Sport selbstverwaltung vs. Angebote erwerbswirtschaftlicher Sportbetriebe, Nachhaltigkeit im Sport-Tourismus, Mediatisierung im Handlungsfeld Sportwetten, Eventmarketing mit Extrem- und Risikosport		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

Literatur

Bezold, Th./Thieme, L./Trosien, G./Wadsack, R. (Hrsg.): Handwörterbuch des Sportmanagements, Frankfurt: Peter Lang
Breuer, Chr./Thiel, A. (Hrsg.): Handbuch Sportmanagement, Schorndorf: Hofmann
Fahrner, M.: Grundlagen des Sportmanagements, München: Oldenbourg
Horch, H.-D. u.a.: Besonderheiten der Sportbetriebslehre, Berlin, Heidelberg: Springer
Heinemann, K.: Sportorganisationen verstehen und gestalten, Schorndorf: Hofmann
Thieme, L.: Zur Konstitution des Sportmanagements als Betriebswirtschaftslehre des Sports. Entwicklung eines Forschungsprogramms. Habilitationsschrift/Uni Saarland, Berlin: epubli
Woratschek, H./Germelmann, C.Ch./ Kaiser, M. (Hrsg.): Der seltsame Fall des Dr. Jeckyll und Mr. Hyde: Homo Oeconomicus und Homo Emotionalis im Sportmanagement, Schorndorf: Hofmann
Woratschek, H./Durchholz, Ch./Maier, Ch./Ströbel, T.: Innovations in Sport Management : The Role of Motivations and Value Co-Creation at Public Viewing Events, in: Event Management 21, 2017, 1-12

Finance, Accounting & Controlling (W3BW_DLM382)

Finance, Accounting & Controlling

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Finance, Accounting & Controlling	W3BW_DLM382	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Mohr

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	180	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
300,0	100,0	200,0	10

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden erlangen ein solides Faktenwissen und Begriffssicherheit im Bereich Rechnungswesen/Finanzwesen/Controlling. Sie können die Anwendbarkeit betriebswirtschaftlicher Theorien und Modelle einschätzen. Außerdem erkennen und beurteilen sie die Interdependenzen und Widersprüche verschiedener betriebswirtschaftlicher Disziplinen.
Methodenkompetenz	Die Modellierung komplexer ökonomischer Sachverhalte sowie eine sichere Anwendung praktisch relevanter Bewertungs- und Beurteilungsmethoden aus dem Bereich des Finanz- und Rechnungswesens werden eingeübt.
Personale und Soziale Kompetenz	Bei der ökonomisch-rationalen Entscheidungsfindung berücksichtigen die Studierenden soziale, ethische und nicht-monetäre Aspekte. Sie können die Regelkonformität (Compliance) von Entscheidungen beurteilen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden üben vernetztes Denken und Handeln im Kontext der Unternehmensführung ein. Sie kommunizieren und präsentieren ihre Arbeitsergebnisse fachadäquat und selbstsicher. Problemlösungen sowie deren praktische Umsetzung, u.a. mit IT-Werkzeugen, werden selbstständig erarbeitet. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, mit schlecht strukturierten und unvollständig beschriebenen Problemstellungen pragmatisch umzugehen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Führungsorientiertes Rechnungswesen	25,0	50,0
Behavioural Accounting, kulturelle und ethische Aspekte im Finanz- und Rechnungswesen – Corporate Governance – Financial Modelling – Mergers & Acquisitions (M&A) – Unternehmensbewertung		
Accounting	30,0	60,0
Konzernrechnungslegung und Konsolidierung – Bilanzpolitik – Jahresabschlussanalyse – Transfer Pricing – Aktuelle Entwicklungen in der nationalen und internationalen Rechnungslegung		
Controlling	25,0	50,0
Branchen- und funktionspezifisches Controlling – Projektcontrolling – Ausgewählte Praxisprobleme des Controlling – Kostenmanagement – Strategisches Controlling		
Finanz- und Risikomanagement	20,0	40,0
Spezielle Aspekte der Unternehmensfinanzierung (z.B. Gründungsfinanzierung, Sanierung etc.) – Risikomanagement – Treasury und Cash Management – Währungsmanagement – Rating – Globale Kapitalmärkte – Wirtschaftsprüfung/Auditing		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

3. Modulverantwortliche Person: Prof. Dr. Beate Sieger-Hanus (Stuttgart)

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen

Erfolgreicher Abschluss der Module:

- Bilanzierung und Besteuerung
- Service Performance Management

Literatur

- Becker, H.P. (2016): Investition und Finanzierung. Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Wiesbaden: Gabler
- Breuer, W. (2015): Unternehmerisches Währungsmanagement. Eine anwendungsorientierte Einführung, Wiesbaden: Springer Fachmedien
- Coenberg, A.G./ Fischer, T.M./ Günther, T. (2012): Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Coenberg, A.G./ Haller, A./ Schultze, W. (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Copeland, T.E./ Weston, J.F./ Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung, München: Pearson Studium
- Ehrmann, H. (2012): Risikomanagement in Unternehmen. Mit Basel III, Herne: Kiehl
- Everling, O./ Leker, J./ Bielmeier, S. (Hrsg.) (2015): Credit Analyst, Berlin/Boston: Walter de Gruyter
- Ernst, D./ Ammann, T./ Salcher, M./ Großmann, M./ Lump, D.F. (2012): Internationale Unternehmensbewertung. Ein Praxisleitfaden, München/ Harlow: Pearson, Higher Education
- Gleißner, W./ Romeike, F./ Ahrens-Freudenberg, H. (Hrsg.) (2015): Praxishandbuch Risikomanagement. Konzepte - Methoden - Umsetzung, Berlin: Schmidt
- Guserl, R./ Pernsteiner, H. (2015): Finanzmanagement. Grundlagen - Konzepte – Umsetzung, Wiesbaden: Gabler
- Klein, A. (Hrsg.) (2011): Risikomanagement und Risiko-Controlling. Moderne Instrumente, Grundlagen und Lösungen, Freiburg: Haufe Lexware
- Küting, P./ Weber, C.-P. (2015): Die Bilanzanalyse. Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Prexl, S. (2010): Financial Modeling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Troßmann, E., Baumeister, A. (2015): Internes Rechnungswesen. Kostenrechnung als Standardinstrument im Controlling, München: Vahlen.
- Troßmann, E. (2013): Investition als Führungsentscheidung. Projektrechnungen für Controller, München: Vahlen
- Troßmann, E. (2013): Controlling als Führungsfunktion. München: Vahlen

Integriertes Dienstleistungsmarketing (W3BW_DLM383)

Integrated Service Marketing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Integriertes Dienstleistungsmarketing	W3BW_DLM383	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Uwe Swoboda

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Laborübung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Projektbericht (mit Präsentation) und Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
300,0	100,0	200,0	10

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden haben ein umfassendes und detailliertes Fachwissen im Bereich der integrierten Kommunikation und des Markenmanagements, sowie in ausgewählten Instrumenten des Dienstleistungsmarketing und des Qualitäts-/ Kunden-/ Auftragsmanagements. Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche Instrumente der operativen und strategischen Handlungsfelder im Hinblick auf vorgegebene betriebliche Führungs- und Entscheidungsprobleme begründet einzusetzen, flexibel anzuwenden und kritisch zu beurteilen. Die Studierenden können, ein unternehmensweites Kommunikations-/ Markenkonzept selbständig entwickeln bzw. optimieren und die Implementierbarkeit kritisch reflektieren. Sie beherrschen innovative Marketinginstrumente und können diese für das marketingstrategische Management einsetzen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können effektiv mit Kommilitonen zusammenarbeiten und kritische Kommentare über die eigene Leistung einholen und konstruktiv verarbeiten. Die Studierenden können effektiv zu professionellen Debatten im Bereich des Dienstleistungsmarketing sowie des Qualitäts-/ Vertriebsmanagements beitragen. Die Studierenden können ein aktuelles Thema aus den genannten Bereichen selbständig erarbeiten und präsentieren. Dabei sind sie in der Lage, die Kernaussagen herauszustellen und zu beurteilen, treffende Beispiele zusammenzustellen und die dabei gewonnenen Thesen in der Diskussion zu verteidigen.
Personale und Soziale Kompetenz	Durch das Bearbeiten von kleineren Fallbeispielen in Gruppen wird die Fähigkeit erlangt, für klar definierte Problemstellungen interaktiv Lösungskonzepte zu erarbeiten und diese zu präsentieren. Die Studierenden wissen, dass Wissen und Kenntnisse veralten. Sie sind in der Lage, bei der Beurteilung von marketingrelevanten Instrumenten und Fragestellungen gesellschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, weiterführende Lernprozesse im Gebiet des Dienstleistungsmarketing zu gestalten, ihr Fachwissen auf Tätigkeiten der strategischen Unternehmensführung und des Marketings anzuwenden und dort selbständig cross-mediale Lösungen für praktische Aufgaben-/Problemstellungen zu erarbeiten und weiterzuentwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Integrierte Kommunikation und Markenmanagement	50,0	100,0
Erstellung eines integrierten Kommunikationskonzeptes: Ziele und Bedeutung der integrierten Kommunikation – Phasen einer Konzeption (Briefing, Recherche / Analyse, Zielgruppe und Ziele, Positionierung, Botschaften und kreative Leitidee, Maßnahmenplanung, Erfolgskontrolle) – aktuelle Entwicklungen in der Kommunikation und exemplarische Vertiefung und/ oder: Markenmanagement: Markenverständnis – Markenführung – Markenaufbau – Modelle zur Markenpositionierung – Markenkommunikation – Markenportfolios – Markenarchitektur		
Aktuelle Problemfelder des integrierten Dienstleistungsmarketing und des Qualitätsmanagements	50,0	100,0
Vertiefung aktueller Problemstellung im Dienstleistungsmarketing und Kundenmanagement, z.B. Customer Relationship Management und Kundenbindungsstrategien, Verhandlungsstrategien und Klientenpflege, Angebotserstellung und Auftragsmanagement, After-Sales-Services, Vertriebsmanagement im Dienstleistungsbereich (Vertriebsziele und -strategien, Vertriebsorganisation, Multi-Kanalvertrieb, Franchise-Systeme, Vertriebscontrolling), Wissensmanagement, Database-Marketing, Neuromarketing, Onlinemarketing, Social-Media-Marketing, Foresightmanagement – Vertiefung Qualitätsmanagement: Ziele und Aufgaben, Analyse der Dienstleistungsqualität (Modelle der Dienstleistungsqualität; Messmethoden [z.B.: Silent-Shopper, Expertenbeobachtung, Multiattributive Verfahren, Penalty-Reward-Faktoren-Ansatz, Vignette-Methode, Sequentielle Ereignismethode, Critical Incident-Technik, RRAP, Beschwerdemessung, Qualitätsaudits, Fishbone-Ansatz, FMEA, Benchmarking, Mitarbeiter-/ Kundenzufriedenheitsbefragungen]), Planung / Umsetzung und Steuerung des Qualitätsmanagements – aktuelle Entwicklungen im Kunden-/ Qualitäts-/ Auftrags-/ Wissensmanagement		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Die angegebenen Präsenzstunden können durch begleitetes Selbststudium für eine umsetzungsorientierte Vertiefung ergänzt werden. Die angegebene Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen

Modul Dienstleistungsmarketing

Literatur

Becker, Peter: Prozessorientiertes Qualitätsmanagement, Renningen: expert verlag
Bruhn, M.: Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation, Stuttgart: Schäfer Poeschel
Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Methoden, Berlin Heidelberg: Springer
Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, München: Vahlen
Gäiser, B./ Linxweiler, R./ Brucker, V.: Praxisorientierte Markenführung, Wiesbaden: Springer Fachmedien
Haller, S.: Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
Heuermann, R.; Herrmann, F.: Unternehmensberatung, München: Vahlen
Hofbauer, G./ Hellwig, C.: Professionelles Vertriebsmanagement, Erlangen: Publicis
Kroeber-Riel, W./ Esch, R. E.; Strategie und Technik der Werbung, Stuttgart: Kohlhammer
Meffert, H./ Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler
Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung – Band 1: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition, München und Wien
Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung – Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung, München und Wien
Pfeifer, T. / Schmitt, R.: Masing Handbuch Qualitätsmanagement, München Wien: Hanser
Schmidbauer, K. / Knödler-Bunte, E.: Das Kommunikationskonzept: Konzepte entwickeln und präsentieren. Potsdam: university press UMC POTSDAM
Schwan, K./ Seipel, K.: Erfolgreich beraten – Grundlagen der Unternehmensberatung, München.
Swoboda, U.C.: Car-to-X-Kommunikation, Stuttgart
Swoboda, U.C.: Machine-to-Machine-Kommunikation, Stuttgart
Swoboda, U.C.: Mobile Revolution- Web 2.0 war gestern –mobile Commerce ist heute, Stuttgart
Wilson, A. / Zeithaml, V. A. / Bitner, M. J.: Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. London: McGraw-Hill

Personalmanagement (W3BW_DLM386)

Human Resource Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Personalmanagement	W3BW_DLM386	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Beate Sieger-Hanus

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	180	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
300,0	100,0	200,0	10

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über ein fundiertes Wissen hinsichtlich des aktuellen Standes der fachwissenschaftlichen Diskussion der Personalwirtschaftslehre sowie hinsichtlich der betrieblichen Ausgestaltungsmöglichkeiten grundlegender personalwirtschaftlicher Instrumente. Sie haben ein kritisches Verständnis der Fachinhalte zum operativen und strategischen Personalmanagement und der damit verbundenen arbeitsrechtlichen, arbeitswirtschaftlichen sowie organisationspsycho-logischen Problembereiche und können die Anwendbarkeit personalwirtschaftlicher Theorien in der Praxis der betrieblichen Personalarbeit und der Personaldienstleistung einschätzen. Sie sind zudem in der Lage, das Personalmanagement betreffende (rechtlichen, technologische, soziale und kulturelle) Kontextentwicklungen zu analysieren, kritisch zu beurteilen und die Konsequenzen für Personalarbeit und Personaldienstleister zu bewerten.
Methodenkompetenz	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, geeignete Methoden zur Analyse und Bearbeitung personalwirtschaftlicher Aufgaben- und Problemstellungen auszuwählen, sachbezogenen anzuwenden sowie Relevanz, Praktikabilität und Grenzen der Methoden einzuschätzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können unter Berücksichtigung organisationspsychologischer Erkenntnisse kooperativ und zielorientiert mit anderen zusammenarbeiten. Die Studierenden können effektiv und kreativ zu professionellen Debatten im Bereich des Personalmanagements beitragen. Sie können unterschiedliche Interessenlagen erkennen, reflektieren, situativ angemessene Lösungen für personalwirtschaftliche Probleme suchen und einen Beitrag zur Lösung von Konflikten zwischen den personalwirtschaftlichen Akteuren leisten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, rechtliche, organisatorische, gesellschaftliche und ethische Aspekte der betrieblichen Personalarbeit in einer integrierten Sichtweise miteinander zu verbinden und kritisch zu reflektieren. Die Studierenden können weiterführende Lernprozesse im Bereich des Personalmanagement gestalten und vor theoretischem Hintergrund selbständig praxistaugliche Lösungen für personalwirtschaftliche Fragestellungen erarbeiten und weiterentwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Personalplanung, Vergütung und operatives Personalmanagement	20,0	40,0
Personalbedarfsplanung inklusive Personalbedarfsermittlung und Personalbestandsanalyse – Arbeitswirtschaft und Arbeitsbewertung – Personaleinsatz und Zeitwirtschaftssysteme – Personalinformationswirtschaft und Personalverwaltung – Entgelt- und Sozialleistungspolitik/ Vergütungssysteme – Personalkostenplanung und -kalkulation – Personalcontrolling – Exemplarische Vertiefungen und aktuelle Probleme des operativen Personalmanagements (z.B. Arbeitsgestaltung mit Integration arbeitswissenschaftlicher Erkenntnisse)		
Arbeitsrecht und Sozialversicherungsrecht	30,0	60,0
Arbeitsvertragsrecht – Schutz besonderer Personengruppen – Arbeitszeitschutz/ Technischer Arbeitsschutz – Tarifvertragsrecht und die Rolle von Gewerkschaften und Arbeitgeberverbänden – Betriebsverfassung und Unternehmensmitbestimmung – Arbeitsgerichtsbarkeit – Grundzüge des Sozialversicherungsrechts – Arbeitnehmerüberlassung – Exemplarische Vertiefungen und aktuelle Probleme im Individual- und Kollektiv-Arbeitsrecht		
Personalbeschaffung, -entwicklung, -strategie und neue Konzepte	30,0	60,0
Personalbeschaffung (Recruiting, Personalmarketing, Bewerberauswahl) – Personalentwicklungs- und Kompetenzmanagement – Diagnostik zur Bewerberauswahl und Potenzialanalyse von Personal – Planung, Durchführung und Evaluation von betrieblichen Beurteilungssystemen, Führungsinstrumenten und Personalentwicklungsmaßnahmen – Beratung, Coaching und Teamentwicklung – Personalförderprogramme und Laufbahnmodelle – Exemplarische Vertiefungen und neue Konzepte in der Personalarbeit (z.B. Employee Retention Management, Individualisierung und Digitalisierung im Personalmanagement)		
Arbeits- und Organisationspsychologie	20,0	40,0
Überblick über Geschichte, Theorien und Methoden der Arbeits- und Organisationspsychologie – Organisationale und interkulturelle Besonderheiten von Führung und Teamarbeit – Produktives und kontraproduktives Verhalten in Organisationen (Formen des Organizational Behavior, Konfliktlösung und -prävention, Organisationsklima und -kultur) – Organisationsentwicklung und Begleitung von organisationalen Veränderungsprozessen im Change Management – Konzepte der Arbeitswissenschaft – Exemplarische Vertiefungen und neue Konzepte in der Arbeits- und Organisationspsychologie (z.B. Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit, Demografie-Management, betriebliches Gesundheitsmanagement, Work Life Balance in Theorie und Praxis, interdisziplinäre Zusammenarbeit)		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann nicht in Kombination mit „Human Resources“ gewählt werden!

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen

Modul Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement

Literatur

Becker, M.: Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
 Berthel, J./ Becker, F.G.: Personalmanagement. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart
 Boxall, P./ Purcell, J./ Wright, P.: The Oxford Handbook of Human Resource management, Oxford
 Bratton, J./ Gold, J.: Human Resource Management. Theory and Practice, Basingstoke
 Brox, H./ Rütters, B./ Henssler, M.: Arbeitsrecht, Stuttgart
 Bröckermann, R./ Müller-Vorbrüggen, M. (Hrsg.): Handbuch Personalentwicklung, Stuttgart
 Hentze, J./Kammel, A.: Personalcontrolling, Stuttgart
 Kolb, M.: Personalmanagement. Wiesbaden
 Lindner-Lohmann, D./ Lohmann, F./ Schirmer, U.: Personalmanagement, Berlin
 Luczak, H.: Arbeitswissenschaft, Berlin
 Nerdinger, F./Blickle, G./ Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Berlin; Heidelberg
 Oechsler, W. A.: Personal und Arbeit. Grundlagen des Human Resource Management und der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen, München.

Retail Services in der Sportartikelbranche (W3BW_DLM393)

Retail Services in the Sporting Goods Industry

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Retail Services in der Sportartikelbranche	W3BW_DLM393	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dirk Schwarzer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	180	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
300,0	100,0	200,0	10

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Theorien und Modelle zum Management sportbezogener Handelsdienstleistungen. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie verfügen nach Abschluss des Moduls über die Fähigkeit, verschiedene Vertriebskonzepte im Sektor des sportbezogenen Handels zu differenzieren. Sie sind überdies fähig, Positionierung und Profilierung von handeltreibenden Betrieben der Sportbranche (im weiteren Sinne) innerhalb der Märkte zu reflektieren und inhaltlich zu beurteilen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, insbesondere die Methoden des Sportmarketings auf konkrete Problemstellungen von handeltreibenden Betrieben der Sportbranche selbstständig anzuwenden. Dies erfolgt primär durch die Erarbeitung über Fallstudien. Daten und Informationen können aus diversen internen und externen Quellen gesammelt, grundsätzlich bewertet und nach vorgegebenen Kriterien aufbereitet werden. Studierende können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb nutzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls wesentliche Problemstellungen aus dem vorliegenden Themengebiet erkennen und können ihre Position argumentativ begründen und verteidigen. Auftretende komplexe fachliche Probleme können die Studierenden bei entsprechenden Ansprechpartnern adressieren und gemeinsam Lösungen entwickeln. Die Studierenden lernen im Team zu arbeiten und übernehmen hier Verantwortung. Sie weisen Kritik- und Konfliktfähigkeit auf.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Ansätze des handelsdienstleistungsbezogenen Sportmarketings zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen des handelsbezogenen Sportmarketings zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des bereits erworbenen Wissens zu sportmanagementspezifischen Besonderheiten können sie Handlungsoptionen in konkreten Situationen der marktorientierten, handelsbetrieblichen Praxis aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Entscheidung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Vertriebskonzepte in der Sportartikelbranche	50,0	100,0
<p>Grundzüge der sportbezogenen Handelsbetriebslehre und des Handelsmarketing, Supply Chain Management in der Sportbranche, Digitalisierung des Sportfachhandels, Sortimentspolitik Sportartikel, Ladengestaltung und Warenpräsentation, Erlebniswelten (v.a. Outdoor-Sport); Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Personalpolitik, E-Commerce, Management-Prozess im Online-Handel, Ansätze des kooperativen Marketing für Sportartikelhersteller und -händler, Kooperationen im Sportartikelhandel: Waren- und Dienstleistungsangebot von Einkaufs- und Marketingverbundgruppen, Marketingorientierte Serviceleistungen, Geschäftsstellenkonzeptionen, Werbekonzeptionen, Standortentwicklung, Finanzierungsprogramme, Personalschulung, Marketinginstrumente für Online-Shops – Vertrieb über Pro-Shops in Golfanlagen und Fitnessanlagen. Handel mit Rechten auf nachgelagerten Sportmärkten (Sponsoring, Übertragungsrechte, Sportwetten, Merchandising)</p>		
Servicekonzepte bei sportbezogenen Handelsdienstleistungen	50,0	100,0
<p>Trading-up Prozesse und Value Added Services bei Handelsdienstleistungen der Sportbranche, Mehrwert durch produktumlagerte Serviceleistungen im stationären Sportfachhandel, Kundenorientierung und Kundenservice im Sportfachhandel, Ziele und Maßnahmen der Kundenservice-Politik, Produktwissen und Warenkunde, Qualitätsmanagement im Kundenservice, Kommunikation am Point of Purchase, Verkaufstraining, Customer Relationship Management, Kundenservice im Online-Handel, Kundenservice im Zuge der Digitalisierung, Kundenservice auf B2B-Folgemärkten des Sports</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen

keine

Literatur

Ahlert, D., Kenning, P.: Handelsmarketing. Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben, Berlin: Springer

Andrée, Ph.: Marktsegmente im Onlinehandel der Bekleidungsbranche: Entwicklung eines Marketingkonzepts für den Onlinehandel stationärer Mehrmarkenhändler der Bekleidungsbranche in Deutschland zur Erschließung von Marktpotentialen online-affiner Kundengruppen, Mering: Hampp

Brauch, A.: Effektivität von Verkaufsförderungsmaßnahmen im Sportfachhandel: Eine empirische Untersuchung aus Händlersicht für den Running-Bereich, Düsseldorf: Akademikerverlag

Jost, K./Scheuermeyer, R.: Kundenorientierte Vermarktung von Sportartikeln. Das Beispiel Intersport, in: Hermanns, A./ Riedmüller, F. (Hrsg.): Management-Handbuch Sportmarketing, München: Vahlen

Popp, B. /Woratschek, H.: Consumers' relationships with brands and brand communities: The multifaceted roles of identification and satisfaction, in: Journal of Retailing and Consumer Services 35, März 2017, 46-56.

Rittinger, S.: Multi-Channel Retailing: Prinzip, Konzepte und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden: Springer Gabler

Rudolph, Th.: Modernes Handelsmanagement: Eine Einführung in die Handelslehre, Stuttgart: Schäffer Poeschel

Schneider, W.: Marketing und Käuferverhalten, München: Oldenbourg

Schröder, H.: Handelsmarketing. Strategien und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops, Wiesbaden: Springer Gabler

Trosien, G.: Die Sportbranche: Wachstum - Wettbewerb - Wirtschaftlichkeit, Frankfurt/New York: Campus

Schlüsselqualifikationen I (W3BW_DLM701)

Key Qualifications I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen I	W3BW_DLM701	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können - Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen, - Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen, - geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können - offen kommunizieren, - eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen, - autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen, - die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen, - Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen, - erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat, - Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden - können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren, - überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft, - zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen, - lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens	20,0	30,0
<ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften - Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit) - Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten) - Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage) - Wissenschaftliches Exposé - Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen) - Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase - Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente - Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben 		
Präsentations- und Kommunikationskompetenz	20,0	30,0
<p>Präsentationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation - Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie - Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole) - Präsentationstechniken - Stimmarbeit und Rhetorik - Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik - Umgang mit Lampenfieber - Nachbereitung der Präsentation - Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen - Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung <p>Kommunikationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien - Kommunikation und Interaktion - Rhetorik - Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten - Verhandlungstechniken - Aktives Zuhören - Fragetechnik - Kommunikationsstörungen - Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion 		
Working Internationally/Developing English Skills	20,0	30,0
<ul style="list-style-type: none"> - Fremdwahrnehmung, Selbstwahrnehmung und Stereotypisierungen: Sensibilisierung für Probleme, die in interkulturellen Kommunikationssituationen auftreten können (Culture Awareness-Training) - Eigenkulturelle Prägung und unterschiedliche Kulturstandards: Ursprünge und Auswirkungen auf Geschäftsbeziehungen (Verständnis von Zeit, Kommunikationsmuster, Körpersprache, sozialer Status, Individualitätsindex, Machtdistanz) - Soziale, ökonomische, politische Perspektiven ausgewählter Länder in Europa, Amerika und Asien - Berücksichtigung potentieller Probleme bei Geschäftskontakten, Vermittlung interkultureller Handlungskompetenz, Integration in interkulturelle Teams. - Analyse von „Critical incidents“ - Förderung und Entwicklung der Fähigkeit, mit Menschen anderer Kulturen erfolgreich zu agieren - Kennenlernen der von Besonderheiten der eigenen und anderen Kulturen - Vermittlung eines Verständnisses für kulturelle Zusammenhänge und Erwerb interkultureller Handlungskompetenzen - Fachspezifisches Vokabular aus der jeweiligen Studienrichtung - Fachsprache im Geschäftsverkehr, z.B. Gespräche und Verhandlungen, Verträge, Angebote - Fachspezifische Präsentationsvorträge z.B. Darstellung/Erläuterung von Graphiken, Daten, Fakten, Diagrammen, Entwicklungen, Trends - Fachspezifische Präsentation von Dokumenten, z.B. Geschäftsberichte, Projektberichten, Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnungen, Verträge - Übersetzung branchenspezifischer Standards und Normen 		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Schlüsselqualifikationen II (W3BW_DLM702)

Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen II	W3BW_DLM702	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> - Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen, - Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen, - geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> - offen kommunizieren, - eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen, - autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen, - Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen, - erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat, - die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen, - Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren, - überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft, - zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen, - lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Angewandtes Projektmanagement	28,0	48,0
<ul style="list-style-type: none">- Phasen des Projektmanagements- Projektcontrolling- Qualitätsmanagement in Projekten- Risikomanagement in Projekten- Methoden und Tools des Projektmanagements		
Studienrichtungsspezifische Seminare	27,0	47,0
In den studienrichtungsspezifischen Seminaren werden Inhalte vermittelt, welche die Kern- und Wahlmodule der Studienrichtung ergänzen. Dies können insbesondere Seminare zu studienrichtungsspezifischer Software sowie zur Vermittlung studienrichtungsspezifischer Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen sein. Die Seminare können auch in Form von Outdoor-Seminaren durchgeführt werden.		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Opper, K.: Business Knigge International. Freiburg: Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Schlüsselqualifikationen III (W3BW_DLM703)

Key Qualifications III

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen III	W3BW_DLM703	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können - Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen, - Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen, - geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können - offen kommunizieren - eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen, - autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen, - die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen, - Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen, - erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat, - Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden - können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren, - überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft, - zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen, - lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Branchenspezifische Unternehmenssimulation	25,0	50,0
<p>In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none">- Entwicklung von Unternehmensleitbildern- Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur- Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)- Erprobung der Qualität von Leistungen- Situationsspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen- Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen- Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt und -ausstieg- Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)- Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team		
Projektskizze zur Bachelorarbeit	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none">- Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)- Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickle-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Praxismodul I (W3BW_DLM801)

Practical Module I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Praxismodul I	W3BW_DLM801	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Projektarbeit	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
600,0	,0	600,0	20

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über einen Überblick zu ihrem Ausbildungsbetrieb hinsichtlich aller wichtigen betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Gegebenheiten. Sie verstehen den Unternehmenszweck und haben einen Überblick über das relevante Marktumfeld. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen unter Anleitung in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls, unter Anleitung für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auswählen und anwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden nach anleitender Diskussion einschätzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie weitestgehend die Verantwortung.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind unter Anleitung in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Praxismodul I Projektarbeit I	,0	600,0
Anwendung des in den Theoriesemestern erworbenen Wissens in der Praxis - Kennenlernen des Unternehmens hinsichtlich: Rechtsform, Philosophie/Kultur, Ziele und Strategien, Organisationsstruktur, (Dienst-)Leistungsportfolio, Geschäftsprozesse, branchenspezifische Wertschöpfungskette, Informationssysteme, Workflow, Stellung des Unternehmens im Markt: Lieferanten-, Kunden- und Konkurrenzstruktur – Mitarbeit bei der (Dienst-)Leistungserstellung mit Schwerpunkten je nach betrieblichen Gegebenheiten – Einführung in einzelne betriebliche Funktionsbereiche/ Projekte – Organisation des eigenen Arbeitsplatzes		
Praxismodul I - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	,0	,0
-		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Anfertigung der Projektarbeit I.

Die Inhalte des Praxismoduls I orientieren sich an den jeweiligen studienrichtungsspezifischen theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

Voraussetzungen

-

Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica-
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius-
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg-
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen-
- Stichel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler-
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Praxismodul II (W3BW_DLM802)

Practical Module II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Praxismodul II	W3BW_DLM802	Deutsch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Präsentation	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
600,0	,0	600,0	20

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über vertiefte Einblicke in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Praxismodul II - Projektarbeit II	,0	600,0
Anwendung des in den Theoriesemestern erworbene Wissens in der Praxis - Einbinden der Studierenden in die Aufgaben und Abläufe in den einzelnen betrieblichen Funktionsbereichen (insbesondere Leistungserstellung, Marketing/ Vertrieb, Finanz- und Rechnungswesen/ Controlling, Personalwesen, Lagermanagement/ Logistik mit Schwerpunkte je nach betrieblichen Gegebenheiten)/ in betriebswirtschaftlich relevanten Projekten sowie Anwenden der entsprechenden Hard- und Softwaresysteme – selbstständige und teamorientierte Wahrnehmung von Aufgaben in diesen Funktionsbereichen/ Projekten (ggf. auch bei einem Tochter-/ Partnerunternehmen im Ausland)		
Praxismodul II - Präsentation	,0	,0
Präsentation der Ergebnisse der Projektarbeit II (Problemorientierung, wissenschaftl. Bezugsrahmen, Handlungsempfehlungen, kritische Würdigung der Ergebnisse, weiterer Forschungsbedarf, ...) sowie deren Verteidigung		
Praxismodul II - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	,0	,0
-		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Anfertigung der Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II.

Die Inhalte des Praxismoduls II orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

Voraussetzungen

-

Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R. / Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M. / Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Praxismodul III (W3BW_DLM803)

Practical Module III

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Praxismodul III	W3BW_DLM803	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Mündliche Prüfung	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
240,0	,0	240,0	8

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über tiefgehende und umfassende Erkenntnisse in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen, insbesondere auch im Themenbereich der belegten Wahlmodule. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte effiziente und effektive Lösungsvorschläge zu entwickeln.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Praxismodul III - Mündliche Prüfung	,0	240,0
Selbständige Erstellung einer Bachelorarbeit mit praxisbezogener und dienstleistungsmanagementbezogener Aufgabenstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden - Einbindung des Studierenden in laufende Projekte und Teams, besonders in solche mit Bezug zum gewählten Bachelorarbeitsthema - Übertragung eigenständig zu bearbeitender Aufgabenfelder, insbesondere in dem künftigen Tätigkeitsbereich des Studierenden		
Praxismodul III - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	,0	,0
-		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Die Inhalte des Praxismoduls III orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

Voraussetzungen

-

Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica-
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius-
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg-
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen-
- Stichel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler-
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen