

## Inhalt

<b>1 Pflichtmodule .....</b>	<b>3</b>
1.1 Angewandte Statistik .....	3
1.2 Bachelorarbeit .....	5
1.3 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre .....	6
1.4 Externes Rechnungswesen .....	8
1.5 Grundlagen der Unternehmensbesteuerung .....	10
1.6 Grundzüge des Managements .....	11
1.7 Internationales Investitions- und Finanzmanagement .....	13
1.8 Internes Rechnungswesen .....	14
1.9 Marketing und Controlling .....	15
1.10 Personal und Organisation .....	17
1.11 Präsentationstechniken & Wissenschaftliches Arbeiten .....	19
1.12 Praxismodul 1 .....	21
1.13 Praxismodul 2 .....	23
1.14 Praxisphase .....	25
1.15 Praxisprojekt 1 .....	26
1.16 Praxisprojekt 2 .....	27
1.17 Projekt im Berufsfeld .....	28
1.18 Volkswirtschaftslehre .....	29
1.19 Wirtschafts- und Finanzmathematik .....	30
1.20 Wirtschaftsenglisch .....	32
1.21 Wirtschaftsinformatik .....	34
1.22 Wirtschaftsrecht .....	36
<b>2 Studienschwerpunkt Marketing .....</b>	<b>37</b>
2.1 Marketing 1 .....	37
2.2 Marketing 2 .....	39
2.3 Marketing 3 .....	40
<b>3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling .....</b>	<b>41</b>
3.1 Bilanzsteuerrecht .....	41
3.2 Grundlagen der Wirtschaftsprüfung .....	42
3.3 Konzernbilanzen .....	44
3.4 Operatives Controlling .....	45
<b>4 Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL .....</b>	<b>47</b>
4.1 Besteuerung der Gesellschaften .....	47
4.2 Fallstudien zur betriebswirtschaftlichen Steuerlehre .....	48
4.3 Internationale Rechnungslegung .....	49
4.4 Internationale Unternehmensbesteuerung .....	50
4.5 IT-gestütztes Controlling .....	51
4.6 Jahresabschlussanalyse .....	53
4.7 Sonstige Steuern .....	54
4.8 Spezielle Themen der Wirtschaftsprüfung .....	56
<b>5 Wahlpflichtmodule Marketing BWL .....</b>	<b>58</b>
5.1 Digitale Marketing-Business-Simulation .....	58
5.2 Digitales Marketing .....	59

5.3	Marktforschung .....	61
5.4	Sozial- und Ökologemarketing .....	62
5.5	Sport- und Tourismusmarketing .....	63
<b>6</b>	<b>Wahlpflichtmodule allgemein BWL .....</b>	<b>64</b>
6.1	Applied Corporate Finance .....	64
6.2	Auslandsmodul .....	65
6.3	Digitale Geschäftsmodelle .....	66
6.4	Gewinner und Verlierer im digitalen Zeitalter .....	67
6.5	Individuelles Wahlmodul .....	68
6.6	Produktionsmanagement .....	70
6.7	Spezielle Managementkonzepte .....	72
6.8	Statistik 2 .....	74
<b>7</b>	<b>Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache BWL .....</b>	<b>75</b>
7.1	Wirtschaftsenglisch 2 .....	75
7.2	Wirtschaftsfranzösisch .....	77
7.3	Wirtschaftsspanisch .....	79

**Hinweis**

Die Module in diesem Inhaltsverzeichnis können durch Anklicken direkt angesprungen werden.

Zurück gelangen Sie durch einen Klick in die jeweilige Überschrift.

Ggf. unterstützt Ihr Anzeigeprogramm diese Funktion nicht.

## 1 Pflichtmodule

<b>Angewandte Statistik</b>					
Applied Statistics					
<b>Kürzel:</b>	WMS3	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Vorlesung				30 h	60 h
Übung				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
Ü: ca. 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden sollen					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beobachtungswerte in aussagekräftigen Darstellungen zusammenfassen können,</li> <li>- die wichtigsten statistischen Kennzahlen für die Verteilung ein- und zweidimensionaler Daten berechnen und interpretieren können,</li> <li>- den Zusammenhang zwischen Merkmalen quantifizieren und beurteilen können,</li> <li>- die Bedeutung von Preisindizes kennen und die wichtigsten Verfahren zu ihrer Berechnung anwenden können,</li> <li>- Zufallsvorgänge mittels mathematischer Konzepte beschreiben und Wahrscheinlichkeiten für Ereignisse berechnen können,</li> <li>- die wichtigsten Verteilungsmodelle kennen und anwenden können,</li> <li>- Fragestellungen aus der Praxis, bei denen von einer Stichprobe Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit gezogen werden sollen in eine statistische Fragestellung übersetzen und selbstständig lösen können.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ein- und zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen,</li> <li>- Lage- und Streuungsmaße, Zusammenhangsmaße,</li> <li>- Lineare Regressionsrechnung,</li> <li>- Indexzahlen,</li> <li>- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung,</li> <li>- Ausgewählte diskrete und stetige Verteilungsmodelle,</li> <li>- Zentraler Grenzwertsatz,</li> <li>- Stichprobenfunktionen,</li> <li>- Parameterschätzung,</li> <li>- Testen von Hypothesen.</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, 90 Min.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Thiel					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Thiel					
<b>Sonstige Informationen</b>					



Stand: Druckdatum: 07.12.2025



## 1 Pflichtmodule

Bachelorarbeit					
Bachelor Thesis					
Kürzel:	BA	Workload:	360 h	Leistungspunkte:	12
Semester:	6	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
				0 h	360 h
Lehrformen					
Bachelorarbeit					
Gruppengröße					
Qualifikationsziele					
Die/der Studierende wendet das im Studium erworbene und ggf. im Rahmen der Abschlussarbeit selbstständig erzielte Fach- und Methodenwissen selbstständig in einem anwendungsorientierten Projekt an.					
Sie/er stellt die erarbeiteten Ergebnisse in Wort (Prüfungsgespräch) und Schrift (Abschlussarbeit) überzeugend dar.					
Inhalte					
- Durchführung eines (Entwicklungs-)Projekts in einer "Einrichtung der beruflichen Praxis" oder in der Hochschule oder in einer Forschungseinrichtung					
- Anfertigen der Abschlussarbeit					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Siehe Prüfungsordnung					
Prüfungsformen					
schriftliche Ausarbeitung					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Doppeltes Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Siehe Prüfungsordnung					
Modulbeauftragte(r)					
Studiendekan Wirtschaft					
Sonstige Informationen					

## 1 Pflichtmodule

<h1>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</h1>					
Introduction to Business Administration					
<b>Kürzel:</b>	IBA	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Integrierte Vorlesung und Übung				30 h	60 h
Planspiel Management Essentials				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
V: 100					
Ü: 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende erhalten ein erstes einheitliches Verständnis von relevanten Begrifflichkeiten und Methoden der Betriebswirtschaftslehre.					
Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung haben Studierende ein grundlegendes Verständnis betriebswirtschaftlicher Konzepte erworben. Sie können Ziele unternehmerischen Handelns beschreiben, sie kennen erste Überlegungen betriebswirtschaftlicher Organisation und Unternehmensführung.					
Studierende qualifizieren sich durch den Besuch auch darin, verschiedene Funktionen im Unternehmen beschreiben und unterscheiden zu können. So lernen sie wesentliche Methoden des Marketings und Vertriebs, der Produktion und des Personalwesens sowie des Finanz- und Rechnungswesens kennen.					
Studierende erhalten zudem Methodenkompetenz, indem sie grundlegende betriebswirtschaftliche Analysemethoden erlernen, die ihnen helfen, Probleme zu identifizieren, zu analysieren und Lösungen vorzuschlagen.					
Auch erhalten Studierende einen ersten Einblick in die Bedeutung der verschiedenen Formen des Rechnungswesens (extern, intern, Liquidität) sowie der Investitionsrechnung und betriebswirtschaftlichen Statistik.					
Auch in Kommunikationsfähigkeit qualifizieren sich die Studierenden, indem sie ihre betriebswirtschaftlichen Analysen und Erkenntnisse mündlich und schriftlich klar und überzeugend kommunizieren lernen. Dies kann durch Präsentation von Ergebnissen oder Gruppendiskussionen erfolgen.					
<b>Inhalte</b>					
Folgende Inhalte werden in den Veranstaltungen vermittelt:					
1 Einführung und Grundlagen					
2 Unternehmensführung und Organisation					
3 Marketing und Vertrieb					
4 Produktion und Investition					
5 Rechnungswesen, Planung und Steuerung					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, 90 Min.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Pietschmann, Prof. Dr. Schwark					

Modulbeauftragte(r)
Prof. Dr. Pietschmann
Sonstige Informationen
Bamberg, Günter; Coenenberg, Adolf Gerhard; Krapp, Michael (2019): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 16., überarb. Aufl., München 2019.
Coenenberg, Adolf Gerhard; Fischer, Thomas M.; Günther, Thomas (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9., überarb. Aufl., Stuttgart 2016.
Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin; Gilbert, Dirk Ulrich; Hachmeister, Dirk; Jarchow, Svenja; Kaiser, Gernot (2020): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 9., vollständig überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2020.
Horváth, Péter; Gleich, Ronald; Seiter, Mischa (2020): Controlling, 14. Aufl., München 2020.
Laux, Helmut; Gillenkirch, Robert M.; Schenk-Mathes, Heike Y. (2018): Entscheidungstheorie, 10. Aufl., Berlin, Heidelberg 2018.
Reichmann, Thomas; Kißler, Martin; Baumöl, Ulrike; Hoffjan, Andreas; Palloks-Kahlen, Monika; Richter, Hermann J.; Schön, Dietmar (2017): Controlling mit Kennzahlen: Die systemgestützte Controlling-Konzeption, 9., überarb. u. erw. Aufl., München 2017.
Weber, Jürgen; Schäffer, Utz (2020): Einführung in das Controlling, 16., überarb. und akt. Auflage, Stuttgart, Freiburg 2020.
Wöhe, Günter; Döring, Ulrich; Brösel, Gerrit (2016): Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26., überarb. und akt. Auflage, München 2016.
Weitere Veranstaltungsinformationen und Literaturempfehlungen werden in den ersten Veranstaltungen bekannt gegeben. Zusätzlich erfolgt ein eigenes Angebot von e-Learning-Material.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 1 Pflichtmodule

Externes Rechnungswesen					
Financial Accounting					
<b>Kürzel:</b>	EXREWE	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Buchführung und Bilanzierung				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
130-170					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Sie kennen die einschlägigen Vorschriften, nach denen ein Jahresabschluss aufgestellt wird und sind in der Lage, nach den handelsrechtlichen Regelungen zu bilanzieren und selbstständig einen Jahresabschluss aufzustellen. Ferner können Sie auf der Basis eines publizierten Jahresabschlusses erste Schlüsse über die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens ziehen.					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Finanzbuchführung als Grundlage des betrieblichen Rechnungswesens (Begriffe und Teilbereiche des Betrieblichen Rechnungswesens, Rechtliche Grundlagen der Finanzbuchführung, Inventur und Inventar, Bilanz, Bilanzänderung durch Geschäftsvorfälle, Buchung von ersten Geschäftsvorfällen, Eröffnungsbilanz und Eröffnungsbilanzkonto, Schlussbilanz und Schlussbilanzkonto, Eigenkapitalkonto, Erfolgskonten).</li> <li>- Verbuchung von Geschäftsvorfällen des laufenden Geschäftsbetriebs (u.a. Abschreibungsbuchungen sowie Buchungen im Bereich des Warenverkehrs, der Umsatzsteuer und des Personalaufwands).</li> <li>- Einführung in die Zwecke der handelsrechtlichen Rechnungslegung und in das System der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung</li> <li>- Bewertungsregeln (Erst- und Folgebewertung von Anlage- und Umlaufvermögen)</li> <li>- Ausgewählte Bilanzpositionen (Rechnungsabgrenzungsposten, Eigenkapital, Rückstellungen)</li> </ul>					
Die Veranstaltung wird durch ein umfangreiches e-learning-Angebot ergänzt.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, 90 Min.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- HGB</li> <li>- Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, Düsseldorf.</li> <li>- Bechtel/Brink: Einführung in die moderne Finanzbuchführung, München.</li> <li>- Bornhofen/Bornhofen: Buchführung 1, Wiesbaden.</li> </ul>					



## 1 Pflichtmodule

<b>Grundlagen der Unternehmensbesteuerung</b>								
Introduction to Corporate Taxation								
Kürzel:	TAX	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6			
Semester:	1, 3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester			
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>			
Einführung in die Unternehmensbesteuerung				60 h	120 h			
<b>Lehrformen</b>								
Vorlesung, Übung								
<b>Gruppengröße</b>								
100-120								
<b>Qualifikationsziele</b>								
Das Modul vermittelt den Teilnehmern ein grundlegendes Verständnis für die wichtigsten Steuerarten in Deutschland sowie deren Anwendungsbereiche und Grundlagen der Steuerberechnung. Studierende können Sachverhalte systematisch in die einzelnen Steuerarten einordnen und die Steuerbemessungsgrundlage als auch die Steuerbelastung durch Anwendung der gesetzlichen Vorschriften ermitteln. Der aktuelle Stand der wissenschaftlichen Diskussion in der betrieblichen Steuerlehre ist den Studierenden bekannt und kann zur Lösung gleichgelagerter Probleme herangezogen werden.								
<b>Inhalte</b>								
- Überblick über das deutsche Steuersystem - Grundlagen der Einkommensteuer (Persönliche Steuerpflicht, Einkunftsarten, Einkünfte- und Einkommensermittlung, Steuerberechnung) - Grundlagen der Körperschaftsteuer (Persönliche und sachliche Steuerpflicht, Einkommensermittlung Steuerberechnung) - Grundlagen der Gewerbesteuer (Persönliche Steuerpflicht, Ermittlung des Gewerbeertrags, Steuerberechnung) - Überblick über die Umsatzsteuer (Unternehmereigenschaft, steuerbare, steuerpflichtige und steuerfreie Umsätze, Vorsteuerabzug, Steuersätze)								
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>								
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung Pflichtmodul im Studiengang International Management								
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>								
-								
<b>Prüfungsformen</b>								
Klausur, 90 Min.								
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>								
Bestandene Modulprüfung								
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>								
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht								
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>								
Prof. Dr. Sejdija								
<b>Modulbeauftragte(r)</b>								
Prof. Dr. Sejdija								
<b>Sonstige Informationen</b>								
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):								
- Rose, G./Watrín, C., Ertragsteuern, Berlin. - Dinkelbach, A., Ertragsteuern, Wiesbaden. - Grefe, Unternehmenssteuern, Herne.								

## 1 Pflichtmodule

# **Grundzüge des Managements**

<b>Management Basics</b>							
<b>Kürzel:</b>	GDM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6		
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>		
Strategisches Management			30 h		60 h		
Operatives Management			30 h		60 h		
<b>Lehrformen</b>							
Vorlesung, Übung, Projekt, Seminar							
<b>Gruppengröße</b>							
30-40							
<b>Qualifikationsziele</b>							
Die Studierenden							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die wichtigsten Ansätze der Unternehmensführung in Wissenschaft und Praxis auf normativer, strategischer und operativen Ebene und können diese in eigenen Worten beschreiben</li> <li>- sind in der Lage, geeignete Managementtechniken und -instrumente für verschiedene Aufgabenstellungen zu benennen und zielgerichtet anzuwenden</li> <li>- können Unternehmenszustände und die spezifischen Umfeldbedingungen analysieren, die Ergebnisse im Team bewerten und auf dieser Basis unternehmerische Entscheidungen im Team entwickeln</li> <li>- können ihre in einer Unternehmenssimulation gemachten persönlichen Lernerfahrungen reflektieren, das Ergebnis präsentieren und schriftlich formulieren</li> </ul>							
<b>Inhalte</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Basiswissen Management (Begriffsbestimmungen, Managementtheorie, Management und Leadership, Aufgabenfelder des Managements)</li> <li>- Normatives Management (Unternehmensziele, -verfassung, -philosophie, -kultur)</li> <li>- Strategisches Management (Strategiebegriffe, Wettbewerbsstrategien, Managementinstrumente zur Analyse, Prognose und Planung, Entwicklung und Auswahl strategischer Optionen)</li> <li>- Operatives Management (praktische Übung in ausgewählten Entscheidungsszenarios, z.B. auf Basis eines Unternehmensplanspiels)</li> <li>- Manager:in sein</li> <li>- Neue und kritische Perspektiven im Management</li> </ul>							
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>							
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre							
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung							
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie							
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>							
-							
<b>Prüfungsformen</b>							
Klausur, Klausur (60 Min.)							
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>							
Bestandene Modulprüfung							
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>							
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht							
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>							
Prof. Dr. Ettl, weitere BWL-Professoren							
<b>Modulbeauftragte(r)</b>							
Prof. Dr. Ettl							
<b>Sonstige Informationen</b>							
Hungenberg, Harald; Wulf, Torsten (2021): Grundlagen der Unternehmensführung. Einführung für Bachelorstudierende. 6. aktualisierte und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer.							
Macharzina, Klaus; Wolf, Joachim (2023): Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen: Konzepte - Methoden -							

Praxis. 12., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden, Heidelberg: Springer.

Müller-Stewens, Günter; Lechner, Christoph; Kreutzer, Markus; Stonig, Joachim (2024): Strategisches Management. Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 6. aktualisierte Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Paul, Herbert; Wollny, Volrad (2020): Instrumente des strategischen Managements. Grundlagen und Anwendung. 3., überarbeitete Auflage. Berlin, Boston: Walter de Gruyter.

Porter, Michael E. (2008a): Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, 11. Auflage, Frankfurt/Main: Campus.

Porter, Michael E. (2008b): The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, 86(1), 78-93.

Schmidtpeter, René (2017): Corporate Social Responsibility ? Neue Perspektiven für die Weiterentwicklung der Betriebswirtschaftslehre. In: Wunder, T. (Hrsg.): CSR und Strategisches Management, Berlin: Springer, 380-390.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 1 Pflichtmodule

<b>Internationales Investitions- und Finanzmanagement</b>					
International Investment and Financial Management					
Kürzel:	IUF	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Investition und Finanzierung				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
80 - 120					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Vorlesung soll Studierende in das Fach Investition und Finanzierung einführen und sie mit den grundlegenden Konzepten vertraut machen, die bei Investitions- und Finanzierungsentscheidungen in Unternehmen zur Anwendung kommen. Am Ende der Lehrveranstaltung kennen/verstehen erfolgreiche Studierende					
- den Unterschied zwischen Eigen- und Fremdkapital,					
- die Kapitalwert- und die Interne Zinsfußmethode zur Bewertung von Investitionsprojekten,					
- die Grenzen der Internen Zinsfußmethode bei Auswahlentscheidungen,					
- das DCF-Modell zur Bewertung von Aktien bei Sicherheit und Unsicherheit,					
- den Leverage-Effekt und seine Konsequenzen für das Risiko und die (geforderte) Rendite von Eigenkapital,					
- die Modigliani-Miller-Theoreme bei vollkommenem Kapitalmarkt ohne Steuern,					
Darüber hinaus sind erfolgreiche Studierende in der Lage, die vermittelten Methoden zur Lösung einfacher Investitions- und Finanzierungsentscheidungen anzuwenden.					
<b>Inhalte</b>					
- Einführung und Grundlagen					
- Die Kapitalwertmethode und die Interne Zinsfußmethode					
- Risiko und Rendite					
- Bewertung von Aktien					
- Kapitalstruktur bei vollkommenem und vollständigem Kapitalmarkt ohne Steuern					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, 90 Min.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Gröne					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Gröne					
<b>Sonstige Informationen</b>					
- Gischer / Herz / Menkhoff: Geld, Kredit und Banken, Springer, aktuelle Auflage					
- Bösch: Finanzwirtschaft: Investitionen, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, Vahlen, aktuelle Auflage					

## 1 Pflichtmodule

<b>Internes Rechnungswesen</b>						
Cost Accounting						
Kürzel:	INREWE	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester	
<b>Lehrveranstaltungen</b>					<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Kosten- und Leistungsrechnung					60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>						
Vorlesung, Übung						
<b>Gruppengröße</b>						
V.: 80 - 120						
Ü.: ca. 40						
<b>Qualifikationsziele</b>						
Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie beherrschen die Konzepte im Wertefluss der Kosten- und Leistungsrechnung mit dem Schwerpunkt auf die Vollkostenrechnung. Entlang des Werteflusses kennen Studierende die wissenschaftlichen Konzepte der Kosten- und Leistungsrechnung und können grundlegende Aufgabenstellungen im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung analysieren, einordnen und selbständig unter Anwendung von wissenschaftlichen Methoden einer Lösung zuführen.						
<b>Inhalte</b>						
- Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens - Grundprinzipien und Voraussetzungen für die Kosten- und Leistungsrechnung						
- Kosten- und Leistungs-/Erlösartenrechnung - Kostenstellen- / Gemeinkostenrechnung - Kosten- und Leistungs-/Erlösträgerrechnung						
- Kalkulation und kurzfristige Erfolgsrechnung vorrangig im Rahmen der Vollkostenrechnung,						
- Ausblick auf Kostenrechnungssysteme der Teilkostenrechnung						
- Übungen: zu den Grundbegriffen der KLR/ Kostenerfassung, Kosten- und Leistungsarten, Kostenstellenrechnung insb. BAB, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerstückrechnung, Kostenträgerrechnung / Kalkulation						
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>						
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre						
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication						
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung						
Pflichtmodul im Studiengang International Management						
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>						
-						
<b>Prüfungsformen</b>						
Klausur, Klausur (90 Min.)						
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>						
Bestandene Modulprüfung						
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>						
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht						
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>						
Prof. Dr. Sejdija						
<b>Modulbeauftragte(r)</b>						
Prof. Dr. Sejdija						
<b>Sonstige Informationen</b>						
Basisliteratur:						
Klaus Olfert, Kosten- und Leistungsrechnung, Kiehl-Verlag						
Roman Macha, Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, Vahlen-Verlag						
William Jórasz, Kosten- und Leistungsrechnung, Schaeffer-Poeschl						

## 1 Pflichtmodule

<b>Marketing und Controlling</b>					
Marketing and Controlling					
<b>Kürzel:</b>	MaCo	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Grundlagen des Marketings				30 h	60 h
Grundlagen des Controllings				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
V: 40					
Ü: 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Themengebiet Marketing: Studierende, die dieses Teilmittel erfolgreich absolviert haben, - haben einen Überblick über relevante Problembereiche im Marketing und können diese in eigenen Worten beschreiben, - verfügen über fundiertes theoretisches und praktisches Grundlagenwissen im Marketing und können dieses darlegen, - kennen die neuesten Entwicklungen im Marketing (z.B. digitale Veränderungen) und können diese veranschaulichen, - sind in der Lage, mit verschiedenen Methoden und Instrumenten situationsspezifische Problemstellungen des Marketing zu analysieren, zu strukturieren und zu lösen sowie - können das vermittelte inhaltliche und methodische Wissen bei der Entwicklung von Marketing-Strategien und Mix-Entscheidungen anwenden.					
Themengebiet Controlling: Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, können die Motivation und die Grundlagen des Controlling-Konzepts darlegen. Sie können Controlling als Teil der Unternehmensführung einordnen und die Funktionen und Voraussetzungen des modernen Controllings beschreiben. Im Rahmen des Veranstaltungsteils zum kostenbasierten Controlling vertiefen Studierende ihre Kenntnisse im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung, sie können Kostenrechnungssysteme und anwenden. Studierende qualifizieren sich darin, Kostenplanungen durchzuführen und entstehende Abweichungen zu analysieren. Studierende sind nach erfolgreichem Abschluss ebenso in der Lage, Prozessanalysen durchzuführen und die Kostenwirkungen in Unternehmen zu erarbeiten. Für die Aspekte des ergebnisorientierten Controllings erwerben Studierende Kenntnisse, Varianten der Ergebnisrechnung für ein Controlling-Konzept anzuwenden. Studierende qualifizieren sich darin, Produktangebote hinsichtlich ihres Ergebnisbeitrags zu analysieren und zu beurteilen (Break-Even, Opportunitätskosten, relative Deckungsbeiträge). Durch kennzahlensbasierter Controlling erkennen Studierende, inwiefern Ergebnisanalyse und -kontrolle durch Kennzahlen unterstützt werden können. Begleitend werden im Modul eigenständige Arbeiten, in Form von Onlinetests durch die Studierenden durchgeführt. Auch hierdurch vertiefen sie ihre Controlling-Kenntnisse.					
<b>Inhalte</b>					
Themengebiet Marketing: 1. Grundlagen des Marketings: Einordnung und Definition des Marketing & Märkte und Umwelt der Unternehmung 2. Elemente und Prozess der Marketingentscheidung 3. Informationsmanagement im Marketing: Käuferverhalten & Marktforschung 4. Marketing-Mix: Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik & Vertriebspolitik 5. Aspekte des Online-Marketing: Suchmaschinenmarketing & Influencer Marketing					
Themengebiet Controlling: 1. Einführung, Grundlagen des Controllings 2. Kostenbasiertes Controlling 3. Ergebnisorientiertes Controlling 4. Planungs- und steuerungsorientiertes Controlling					

Verwendbarkeit des Moduls
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung
Pflichtmodul im Studiengang International Management
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse
Modul Internes Rechnungswesen
Prüfungsformen
Klausur, 90 Min.
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten
Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note in der Endnote
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht
Hauptamtlich Lehrende(r)
Prof. Dr. Richelsen, Prof. Dr. Pietschmann
Modulbeauftragte(r)
Prof. Dr. Richelsen
Sonstige Informationen
Literatur:  Teilmodul Marketing: Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2016; Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2016; Meffert, H. et al.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 14. Aufl., Wiesbaden 2024; Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 15. Aufl., Wiesbaden 2022; Kotler P. et al.: Grundlagen des Marketing, 8. Aufl., Hallbergmoos 2022; Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Grundlagen - Fallbeispiele, 6. Aufl., Wiesbaden 2022; Weitere Veranstaltungsinformationen und Literaturempfehlungen werden in den ersten Veranstaltungen bekannt gegeben. Zusätzlich erfolgt ein eigenes Angebot von e-Learning-Material.  Teilmodul Controlling: Coenenberg, Adolf Gerhard; Fischer, Thomas M.; Günther, Thomas (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9., überarbeitete Auflage, Stuttgart 2016. Feuerlohn, Bernd; Behrens, Reinhard (2018): Angewandtes Unternehmenscontrolling: Operative Systeme der Planung, Kontrolle und Entscheidung, Berlin 2018. Fischer, Thomas M.; Möller, Klaus; Schultze, Wolfgang (2015): Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart 2015. Horváth, Péter; Gleich, Ronald; Seiter, Mischa (2020): Controlling, 14. Aufl., München 2020. Küpper, Hans-Ulrich; Friedl, Gunther; Hofmann, Christian; Hofmann, Yvette; Pedell, Burkhard (2013): Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 6. Aufl. Reichmann, Thomas; Kißler, Martin; Baumöl, Ulrike; Hoffjan, Andreas; Palloks-Kahlen, Monika; Richter, Hermann J.; Schön, Dietmar (2017): Controlling mit Kennzahlen, 9. Auflage, München 2017. Schroeter, Bernhard (2002): Operatives Controlling: Aufgaben, Objekte, Instrumente. Weber, Jürgen; Schäffer, Utz (2022): Einführung in das Controlling, 17. Auflage, Stuttgart 2022. Weitere Veranstaltungsinformationen und Literaturempfehlungen werden in den ersten Veranstaltungen bekannt gegeben. Zusätzlich erfolgt ein eigenes Angebot von e-Learning-Material.

## 1 Pflichtmodule

<b>Personal und Organisation</b>					
Human Ressources and Organisation					
Kürzel:	PUO	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>					
Personalmanagement				Präsenzzeit	60 h
Organisation				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
60-140					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
- kennen Methoden und Modelltheorien des Personalmanagements und der Organisations(aus-)gestaltung					
- können aktuelle Herausforderungen im Personalmanagement und der Organisations(aus-)gestaltung benennen und beurteilen					
- sind in der Lage, Fragestellungen im Team zu diskutieren und gemeinsam praktische Lösungsansätze zu entwickeln und zu kommunizieren					
<b>Inhalte</b>					
Management Basics und aktuelle Herausforderungen im Kontext Personal und Organisation (u.a. Anspruchsgruppen von Unternehmen, Unternehmensstrategie, Megatrends, Digitalisierung)					
Aktionsfelder des Personalmanagements:					
- Personalbeschaffung					
- Personaleinsatz und -bindung					
- Personalführung					
- Personalentlohnung					
- Personalentwicklung					
- Personalfreisetzung					
- Personaltrends					
Organisation und Organisationsgestaltung:					
- Organisationsgestaltung/Strukturierung von Aufgaben					
- Innovative Organisationskonzepte					
- Organisatorischer Wandel und Lernen					
- Organisationstechniken					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, 90 Min.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Ettl					

<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Prof. Dr. Ettl
<b>Sonstige Informationen</b>
Basisliteratur zum Einlesen:
Bröckermann, Reiner (2021): Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management. 8. überarbeitete Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Hansen, Katrin (2015): Integriertes Personalmanagement. Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag
Hungenberg, Harald; Wulf, Torsten (2021): Grundlagen der Unternehmensführung. Einführung für Bachelorstudierende. 6. aktualisierte und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
Stein, Volker (2020): Personalmanagement für Dummies. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Weinheim: Wiley.
Schreyögg, Georg; Geiger, Daniel (2024): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
Vahs, Dietmar (2023): Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. 11. überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 1 Pflichtmodule

<b>Präsentationstechniken &amp; Wissenschaftliches Arbeiten</b>					
Presentation techniques & scientific work					
Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	1	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Präsentationstechniken & Wissenschaftliches Arbeiten				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20-30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden					
- kennen Methoden der Selbstorganisation, um komplexe Projekte termingerecht abschließen und Prozesse reflektieren zu können (Zeit- und Selbstmanagement)					
- haben die Fähigkeit entwickelt, zielgruppenorientierte Präsentationen unter Einsatz adäquater Medien zu gestalten und zu halten (Präsentationskompetenzen)					
- können wissenschaftlichen Quellen über Bibliotheken, Online-Datenbanken und anderen Ressourcen zielgerichtet recherchieren und einordnen (Wissenschaftliche Recherche)					
- können wissenschaftliche Informationen analysieren, bewerten und kritisch hinterfragen (Kritische Denkfähigkeit)					
- kennen verschiedene Formen der empirischer Forschung und können deren Einsatzfelder benennen und beurteilen (qualitative und quantitative Datenerhebung)					
- haben ein Verständnis für die Grundsätze wissenschaftlicher Integrität entwickelt, einschließlich der korrekten Zitation von Quellen, der Vermeidung von Plagiaten und der Einhaltung von Regeln guter wissenschaftlicher Praxis (Wissenschaftliche Integrität)					
- sind in der Lage, eigene Ideen und Ergebnisse klar, präzise und überzeugend in schriftlicher Form zu kommunizieren (Wissenschaftliches Schreiben)					
- sind mit Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes von KI bei der Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen vertraut (Digitale Kompetenz)					
- können sich im Team organisieren, um gemeinsam Gruppenpräsentationen oder Forschungsprojekte zu bearbeiten (Teamfähigkeit)					
<b>Inhalte</b>					
- Zeit- und Selbstmanagement					
- Präsentationskompetenzen					
- Wissenschaftliche Recherche					
- Wissenschaftliches Schreiben und Kommunizieren					
- Qualitative und quantitative Datenerhebung					
- Regeln guter wissenschaftlicher Praxis					
- Einsatz von KI in der Wissenschaft					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, Vortrag (20 Min.) + schriftliche Ausarbeitung (ca. 10 S.)					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
unbenotet					



**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Greitens, Prof. Dr. Schwark

**Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Greitens, Prof. Dr. Schwark

**Sonstige Informationen**

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 1 Pflichtmodule

<b>Praxismodul 1</b>							
Practical Assignment							
<b>Kürzel:</b>	PM1	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6		
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>		
Angeleitete praxisorientierte Ausarbeitungen im Unternehmen			150 h		30 h		
<b>Lehrformen</b>							
Praktikum, Sonstige							
<b>Gruppengröße</b>							
6							
<b>Qualifikationsziele</b>							
Die Studierenden können die betriebsspezifischen Ausprägungen der in den ersten beiden Studienjahren dargestellten Funktionen erfassen und die entsprechenden Praxislösungen unter praxisorientierter Anleitung erarbeiten. Sie erhalten dabei Einblick in das Unternehmen und dessen betrieblichen Abläufe und erlangen ein Verständnis für betriebliche Zusammenhänge. Sie können dabei die in den Theoriephasen erlernten Inhalte auf praktische Fragestellungen in den Unternehmen transferieren.							
<b>Inhalte</b>							
Die Problem- und Aufgabenstellungen ergeben sich jeweils aus der aktuellen Unternehmenspraxis. Sie orientieren sich dabei thematisch am Studienfortschritt und beziehen sich auf die jeweils praktische Anwendung der bisherigen "Theorie"-Module. Beispielhafte Aufgabenstellungen sind im Studiengang WP & Str:							
im 4. Sem.:							
- spezielle Anwendungsfälle der Rechnungslegung							
- spezielle Fälle der steuerlichen Veranlagung							
im 5. Sem.:							
- spezielle Anwendungsfälle des Bilanzsteuerrechts							
Im Studiengang BWL:							
im 4. Sem.:							
- spezielle Anwendungsfälle im Prozess der betrieblichen Leistungserstellung (z.B. Produktion, Logistik, Vertrieb)							
- spezielle Anwendungsfälle in der Rechnungslegung/Buchhaltung							
- spezielle Anwendungsfälle im Personalwesen							
im 5. Sem.:							
- spezielle Anwendungsfälle im Controlling bzw. in der Kosten-/Leistungsrechnung							
- spezielle Anwendungsfälle im Marketing/Vertrieb							
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>							
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre							
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung							
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>							
Nur für die in der dualen Variante eingeschriebenen Studierenden.							
<b>Prüfungsformen</b>							
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftliche Ausarbeitung 15-20 Seiten							
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>							
Bestandene Modulprüfung							
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>							
unbenotet							
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>							
Alle Professorinnen und Professoren im FB							
<b>Modulbeauftragte(r)</b>							



Studiendekan Wirtschaft

**Sonstige Informationen**

Die spezifische Aufgabenstellung wird in Form eines vom Studierenden anzufertigenden Exposes mit dem Unternehmen und dem/der betreuenden Prof. vereinbart.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 1 Pflichtmodule

<b>Praxismodul 2</b>							
Practical Assignment							
<b>Kürzel:</b>	PM2	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6		
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>		
Angeleitete praxisorientierte Ausarbeitungen im Unternehmen			150 h		30 h		
<b>Lehrformen</b>							
Praktikum, Sonstige							
<b>Gruppengröße</b>							
6							
<b>Qualifikationsziele</b>							
Die Studierenden können die betriebsspezifischen Ausprägungen der in den ersten beiden Studienjahren dargestellten Funktionen erfassen und die entsprechenden Praxislösungen unter praxisorientierter Anleitung erarbeiten. Sie erhalten dabei Einblick in das Unternehmen und dessen betrieblichen Abläufe und erlangen ein Verständnis für betriebliche Zusammenhänge. Sie können dabei die in den Theoriephasen erlernten Inhalte auf praktische Fragestellungen in den Unternehmen transferieren.							
<b>Inhalte</b>							
Die Problem- und Aufgabenstellungen ergeben sich jeweils aus der aktuellen Unternehmenspraxis. Sie orientieren sich dabei thematisch am Studienfortschritt und beziehen sich auf die jeweils praktische Anwendung der bisherigen "Theorie"-Module. Beispielhafte Aufgabenstellungen sind im Studiengang WP & Str:							
im 4. Sem.:							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- spezielle Anwendungsfälle der Rechnungslegung</li> <li>- spezielle Fälle der steuerlichen Veranlagung</li> </ul>							
im 5. Sem.:							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- spezielle Anwendungsfälle des Bilanzsteuerrechts</li> </ul>							
Im Studiengang BWL:							
im 4. Sem.:							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- spezielle Anwendungsfälle im Prozess der betrieblichen Leistungserstellung (z.B. Produktion, Logistik, Vertrieb)</li> <li>- spezielle Anwendungsfälle in der Rechnungslegung/Buchhaltung</li> <li>- spezielle Anwendungsfälle im Personalwesen</li> </ul>							
im 5. Sem.:							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- spezielle Anwendungsfälle im Controlling bzw. in der Kosten-/Leistungsrechnung</li> <li>- spezielle Anwendungsfälle im Marketing/Vertrieb</li> </ul>							
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>							
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre							
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung							
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>							
Nur für die in der dualen Variante eingeschriebenen Studierenden.							
<b>Prüfungsformen</b>							
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftliche Ausarbeitung ca. 15-20 Seiten							
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>							
Bestandene Modulprüfung							
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>							
umbenotet							
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>							
Alle Professorinnen und Professoren im FB							
<b>Modulbeauftragte(r)</b>							
Studiendekan Wirtschaft							



**Sonstige Informationen**

Die spezifische Aufgabenstellung wird in Form eines vom Studierenden anzufertigenden Exposes mit dem Unternehmen und dem/der betreuenden Prof. vereinbart.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 1 Pflichtmodule

<b>Praxisphase</b>								
Company Internship								
Kürzel:		Workload:	540 h	Leistungspunkte:	18			
Semester:	6	Dauer:	14 Wochen	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester			
<b>Lehrveranstaltungen</b>								
Praxisphase				Präsenzzeit	0 h			
<b>Lehrformen</b>								
Projekt, Sonstige								
<b>Gruppengröße</b>								
Individuelle Betreuung und Begleitung durch eine/n Professor/in der Westfälischen Hochschule. Die Auswahl des/der betreuenden Professors/Professorin obliegt der/dem Studierenden im Benehmen mit der/dem betreffenden Betreuer/in.								
<b>Qualifikationsziele</b>								
<ul style="list-style-type: none"><li>- Studierende kennen Einblicke und Kenntnisse über Tätigkeitsgebiete von Betriebswirten und können diese beschreiben</li><li>- Studierende können die bisher erworbenen theoretischen Kenntnisse im betrieblichen Umfeld nach wissenschaftlichem Standard anwenden und darüber reflektieren</li><li>- Studierende können die Bedeutung wissenschaftlichen Vorgehens in der betrieblichen Praxis bewerten, und weitere betriebswirtschaftliche Themenstellungen (ggf. auch für die Bachelorarbeit) erkennen.</li></ul>								
<b>Inhalte</b>								
<ul style="list-style-type: none"><li>- Eigene Recherche nach einer geeigneten Stelle für die Praxisphase und Durchlauf des jeweiligen Bewerbungsprozesses</li><li>- Abstimmung der Aufgabenstellung mit der/dem betreuenden Professor/in als Zulassungsvoraussetzung.</li><li>- Durchführung von anspruchsvollen (Projekt-) Aufgaben, z. B. Markt-, Kosten-/Leistungs- oder Geschäftsprozessanalysen inkl. entsprechender Bewertungen sowie die Erarbeitung und Bewertung von wirtschaftlich sinnvollen Handlungsoptionen - in Abhängigkeit von Art, Größe und Branche des Betriebes.</li></ul>								
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>								
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre								
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication								
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung								
Pflichtmodul im Studiengang International Management								
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie								
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>								
keine								
<b>Prüfungsformen</b>								
schriftliche Ausarbeitung, Schriftliche Ausarbeitung ca. 10-15 Seiten								
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>								
Zur Anerkennung der Praxisphase sind ein ca. 10-seitiger Praxissemesterbericht inkl. eines persönlichen Fazits und ein qualifiziertes Arbeitszeugnis vorzulegen.								
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>								
Unbenotet								
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>								
Alle Professorinnen und Professoren im FB								
<b>Modulbeauftragte(r)</b>								
Studiendekan Wirtschaft								
<b>Sonstige Informationen</b>								
Die Praxisphase umfasst einen Zeitraum von mindestens 14 Wochen. Dieser Zeitraum ist nicht an die Vorlesungszeiten gebunden und kann sich auch semesterübergreifend erstrecken. Die Studierenden sollen durch konkrete Mitarbeit in den Unternehmen an die Anforderungen des Berufsfeldes herangeführt werden. Beachten Sie bitte auch weitere Informationen im moodle-Kurs "Prüfungsangelegenheiten" unter folgender web-Adresse <a href="https://moodle.w-hs.de/course/view.php?id=218#section-5">https://moodle.w-hs.de/course/view.php?id=218#section-5</a>								

## 1 Pflichtmodule

<b>Praxisprojekt 1</b>								
Businessproject 1								
<b>Kürzel:</b>	PP1	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6			
<b>Semester:</b>	6	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester			
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>			
Angeleitete Projektarbeit im Unternehmen				150 h	30 h			
<b>Lehrformen</b>								
Projekt								
<b>Gruppengröße</b>								
6								
<b>Qualifikationsziele</b>								
Die Studierenden sind in der Lage, insbesondere auch unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden, komplexe unternehmensspezifische Problemstellungen zu analysieren, Daten und Informationen aus diversen Quellen zu eruiieren und nach vorgegebenen Kriterien aufzubereiten, ggf. auch in Korrespondenz zu anderen beteiligten Unternehmensbereichen, neue Lösungsansätze zu finden und zu implementieren.								
Sie sind in der Lage, fachspezifische Projekte zu koordinieren und zu steuern.								
Sie sind in der Lage, die Ergebnisse und verwendeten theoretischen Grundlagen nach wissenschaftlichen Kriterien schriftlich zu dokumentieren und entsprechend prägnant zu präsentieren.								
<b>Inhalte</b>								
Die projektspezifischen Problem- und Aufgabenstellungen ergeben sich jeweils aus der Unternehmenspraxis, unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse. Sie orientieren sich dabei thematisch an den gewählten fachlichen Schwerpunkten des Studiengangs und beziehen sich auf die jeweils praktische Anwendung der bisherigen und parallel belegten "Theorie"-Module.								
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>								
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre								
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung								
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>								
Nur für die in der dualen Variante eingeschriebenen Studierenden.								
<b>Prüfungsformen</b>								
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftliche Ausarbeitung 15-20 Seiten								
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>								
Bestandene Modulprüfung								
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>								
Siehe Prüfungsordnung								
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>								
Alle Professorinnen und Professoren im FB								
<b>Modulbeauftragte(r)</b>								
Studiendekan Wirtschaft								
<b>Sonstige Informationen</b>								
Die spezifische Aufgabenstellung wird in Form eines vom Studierenden anzufertigenden Exposes mit dem Unternehmen und dem/der betreuenden Prof. vereinbart.								

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 1 Pflichtmodule

<b>Praxisprojekt 2</b>								
Businessproject 2								
Kürzel:	PP2	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6			
Semester:		Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester			
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>			
Angeleitete Projektarbeit im Unternehmen				150 h	30 h			
<b>Lehrformen</b>								
Projekt								
<b>Gruppengröße</b>								
6								
<b>Qualifikationsziele</b>								
Die Studierenden sind in der Lage, insbesondere auch unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden, komplexe unternehmensspezifische Problemstellungen zu analysieren, Daten und Informationen aus diversen Quellen zu eruiieren und nach vorgegebenen Kriterien aufzubereiten, ggf. auch in Korrespondenz zu anderen beteiligten Unternehmensbereichen, neue Lösungsansätze zu finden und zu implementieren.								
Sie sind in der Lage, fachspezifische Projekte zu koordinieren und zu steuern.								
Sie sind in der Lage, die Ergebnisse und verwendeten theoretischen Grundlagen nach wissenschaftlichen Kriterien schriftlich zu dokumentieren und entsprechend prägnant zu präsentieren.								
<b>Inhalte</b>								
Die projektspezifischen Problem- und Aufgabenstellungen ergeben sich jeweils aus der Unternehmenspraxis, unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse. Sie orientieren sich dabei thematisch an den gewählten fachlichen Schwerpunkten des Studiengangs und beziehen sich auf die jeweils praktische Anwendung der bisherigen und parallel belegten "Theorie"-Module.								
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>								
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre								
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung								
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>								
Nur für die in der dualen Variante eingeschriebenen Studierenden.								
<b>Prüfungsformen</b>								
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftliche Ausarbeitung 15-20 Seiten								
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>								
Bestandene Modulprüfung								
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>								
Siehe Prüfungsordnung								
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>								
Alle Professorinnen und Professoren im FB								
<b>Modulbeauftragte(r)</b>								
Studiendekan Wirtschaft								
<b>Sonstige Informationen</b>								
Die spezifische Aufgabenstellung wird in Form eines vom Studierenden anzufertigenden Exposes mit dem Unternehmen und dem/der betreuenden Prof. vereinbart.								

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 1 Pflichtmodule

Projekt im Berufsfeld						
Project						
Kürzel:	PRO	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester	
Lehrveranstaltungen					Präsenzzeit	Selbststudium
Projekt im Berufsfeld					30 h	150 h
Lehrformen						
Projekt, Seminar, Sonstige						
Gruppengröße						
ca. 25						
Qualifikationsziele						
<ul style="list-style-type: none"><li>- Die Studierenden sind in der Lage, insbesondere unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden unternehmensspezifische Aufgabenstellungen zu analysieren, auszuwerten, neue Ansätze zu finden und Lösungsmöglichkeiten zu erarbeiten und unternehmenskonforme Umsetzungen aufzuzeigen.</li><li>- Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse und verwendeten theoretischen Grundlagen nach wissenschaftlichen Kriterien schriftlich zu dokumentieren und entsprechend prägnant zu präsentieren.</li></ul>						
Inhalte						
<ul style="list-style-type: none"><li>- Entwicklung / Festlegung der Aufgabenstellung, insbesondere unter aktuellen forschungsrelevanten Gesichtspunkten</li><li>- Systematisierung der Anforderungen des Unternehmens</li><li>- Kriterien und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens</li><li>- Grundlagen des Projektmanagements (Aufgabenplanung, Zeitplanung, Kapazitätsplanung, Berichtswesen)</li><li>- Recherche und Bewertung einer relevanten Datenbasis in Zusammenhang mit der Problemstellung nach wissenschaftlichen Methoden</li><li>- Auswahl und Bewertung geeigneter wissenschaftlicher Methoden zur Lösungsfundung</li><li>- Erarbeitung und Bewertung von Lösungsalternativen</li><li>- Anfertigung eines Berichts (Hausarbeit) nach wissenschaftlichen Kriterien</li><li>- Abschlusspräsentation</li></ul>						
Verwendbarkeit des Moduls						
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre						
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung						
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie						
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse						
-						
Prüfungsformen						
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftliche Ausarbeitung 15-20 Seiten						
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten						
Bestandene Modulprüfung						
Stellenwert der Note in der Endnote						
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht						
Hauptamtlich Lehrende(r)						
Alle Professorinnen und Professoren im FB						
Modulbeauftragte(r)						
Studiendekan Wirtschaft						
Sonstige Informationen						
Die Projektangebote werden zu Beginn des Semesters bekannt gemacht (u. a. über die E-Learning Lehrplattform)						

## 1 Pflichtmodule

<b>Volkswirtschaftslehre</b>								
Economics								
Kürzel:	VWL	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6			
Semester:	2, 4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester			
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>			
Volkswirtschaftslehre				60 h	120 h			
<b>Lehrformen</b>								
Vorlesung, Übung, Seminar								
<b>Gruppengröße</b>								
Vorlesung 120 , Übung je 40								
<b>Qualifikationsziele</b>								
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.								
Sie kennen die Bestimmungsgründe makroökonomischer Phänomene sowie die wirtschaftspolitischen Instrumente zur Beeinflussung dieser Phänomene in einer offenen Volkswirtschaft und können diese mit eigenen Worten beschreiben.								
<b>Inhalte</b>								
- Theorie des Haushalts - volkswirtschaftliche Konsumtheorie								
- Theorie der Unternehmung - volkswirtschaftliche Produktions- und Kostentheorie								
- Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis								
- Marktmacht - Monopol, Preisdifferenzierung, monopolistische Konkurrenz und Oligopol								
- Indikatoren für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, insbes. in Bezug auf langfristiges Wachstum, Konjunkturschwankungen, Arbeitslosigkeit und Inflation								
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>								
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre								
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication								
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung								
Pflichtmodul im Studiengang International Management								
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie								
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>								
-								
<b>Prüfungsformen</b>								
Klausur, 90 Min.								
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>								
Bestandene Modulprüfung								
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>								
Siehe Prüfungsordnung								
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>								
Prof. Dr. Greitens								
<b>Modulbeauftragte(r)</b>								
Prof. Dr. Greitens								
<b>Sonstige Informationen</b>								
- Bartling / Luzius / Fichert: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Vahlen, aktuelle Auflage								
- Mankiw / Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, aktuelle Auflage								
- Natrop: Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie, Oldenbourg Verlag, aktuelle Auflage								

## 1 Pflichtmodule

<b>Wirtschafts- und Finanzmathematik</b>							
Business Mathematics							
<b>Kürzel:</b>	WFM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6		
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>		
Wirtschaftsmathematik			30 h		60 h		
Vorlesung / Übung			30 h		60 h		
<b>Lehrformen</b>							
Vorlesung, Übung							
<b>Gruppengröße</b>							
V.: 80 - 120							
Ü.: ca. 40							
<b>Qualifikationsziele</b>							
Die Studierenden sollen							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- elementare Funktionen beherrschen und in praktischen Anwendungen einsetzen können</li> <li>- die Differentialrechnung mit einer und mehreren Variablen sicher beherrschen und diese bei beliebigen ökonomischen Funktionen einsetzen</li> <li>- die Integralrechnung sicher anwenden und diese bei beliebigen ökonomischen Funktionen einsetzen</li> <li>- die Zinsrechnung als Grundlage für die rechnerische Behandlung von Zahlungsströmen und Kapitalentwicklungen beherrschen,</li> <li>- Rentenvorgänge identifizieren und rechnerisch behandeln können,</li> <li>- Tilgungspläne für die wichtigsten Tilgungsmodalitäten aufstellen können,</li> <li>- grundlegende Verfahren zur Beurteilung von Investitions- und Finanzierungsalternativen anwenden können</li> </ul>							
<b>Inhalte</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementare Funktionen</li> <li>- Differentialrechnung für Funktionen einer Variablen</li> <li>- Differentialrechnung mit mehreren Variablen</li> <li>- Integralrechnung</li> <li>- Zinsrechnung,</li> <li>- Rentenrechnung,</li> <li>- Tilgungsrechnung,</li> <li>- Kennzahlen für die Beurteilung von Investitionen und Finanzierungen,</li> </ul>							
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>							
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre							
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung							
Pflichtmodul im Studiengang International Management							
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie							
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>							
-							
<b>Prüfungsformen</b>							
Klausur, Klausur 90 Min							
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>							
Bestandene Modulprüfung							
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>							
Siehe Prüfungsordnung							
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>							
Prof. Dr. Thiel							
<b>Modulbeauftragte(r)</b>							
Prof. Dr. Thiel							
<b>Sonstige Informationen</b>							



Stand: Druckdatum: 07.12.2025

# 1 Pflichtmodule

<b>Wirtschaftsenglisch</b>							
Business English							
<b>Kürzel:</b>	WIE	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6		
<b>Semester:</b>	2, 3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>		
Wirtschaftsenglisch			60 h		120 h		
<b>Lehrformen</b>							
Seminar, Sonstige							
<b>Gruppengröße</b>							
30							
<b>Qualifikationsziele</b>							
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der englischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente							
<b>Inhalte</b>							
Einführung in den bildungssprachlichen Umgang mit wissenschaftlichen Textsorten (z.B. Theorien und Modelle zum business cycle, zur fiscal policy, zum banking oder applied mathematical economics) von der Texterschließung bis hin zur schriftlichen Textreflexion und in den mündlichen, fachwissenschaftlichen Diskurs auf der Grundlage von authentischen, aktuellen Sprechhandlungsanreizen (z.B. video-feeds, podcasts, news flashes, news articles). Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden;							
Anleitung zur selbständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen;							
Schwerpunkte u.a.:							
- company structure, - international trade, - marketing, - the business cycle.							
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>							
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre							
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication							
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung							
Pflichtmodul im Studiengang International Management							
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie							
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>							
Fortgeschrittene Englischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "English Support Programme" des Sprachenzentrums							
<b>Prüfungsformen</b>							
Klausur, 120 Min.							
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>							
Bestandene Modulprüfung							
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>							
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht							
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>							
Herr Dr. Budke; Herr Dr. Th. Winkelräth; Frau Gebben et al. (Sprachenzentrum)							
<b>Modulbeauftragte(r)</b>							
Leitung Sprachenzentrum							
<b>Sonstige Informationen</b>							
- Seminarflankierend bietet unser MultiMedia-Labor ein individualisiertes, interaktives digitales Lernangebot zur intensiven Aufarbeitung von Lerndefiziten (ESP).							
- Fachspezifische e-learning-Angebote des Sprachenzentrums (angeleitetes Selbststudium, ET, FFT).							
- Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.							
<b>Literatur/Medien:</b>							

Coursebook:

- MacKenzie, Ian: English for Business Studies, Third Edition. Cambridge University Press, 2010, Klett-Verlag. ISBN 3-12-539890-0

Dictionaries: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):

- <https://www.merriam-webster.com/dictionary/PLC>
- <https://en.oxforddictionaries.com>
- <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>
- <http://dictionary.law.com/>
- <http://www.businessdictionary.com/>
- <https://www.leo.org>
- <https://www.linguee.de/>
- <https://de.pons.com/>
- <https://www.dict.cc/>
- <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/>
- <https://www.onelook.com>

Diverse Fachwörterbücher, z.B.:

- Hamblock, D. / Wessels, D. (2008): Wörterbuch Wirtschaftsenglisch. Berlin: Cornelsen.
- Geisen, H. / Hamblock, D. (1997): Words for Business: Lernwörterbuch Wirtschaftsenglisch. Berlin: Cornelsen & Oxford.

Business magazines / business sections of particular media: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):

- <https://www.economist.com/>
- <https://www.theguardian.com/uk/business>
- <https://www.nytimes.com/section/business>
- <https://www.washingtonpost.com/business/>
- <https://www.thetimes.co.uk/>
- <https://www.irishtimes.com/business>
- <https://www.ft.com/>
- <https://www.bbc.com/news/business>

Lernsoftware / Blended learning Module:

- ET - exam trainer (SPZ)
- FFT - fast formula trainer (SPZ)
- ESP - English Support Programme (SPZ)
- various CALL-products

Aktuelle Handouts während des Semesters

## 1 Pflichtmodule

<b>Wirtschaftsinformatik</b>					
Business Informatics					
<b>Kürzel:</b>	WIN	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	1, 3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Vorlesung				30 h	60 h
Übung				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
Übung.: ca. 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologie für betriebswirtschaftliche Prozesse.					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sie kennen wesentliche Komponenten der IuK-Technologie.</li> <li>- Sie können bestehende Prozesse analysieren und auf Einsatzmöglichkeiten von IuK-Technologie untersuchen.</li> <li>- Sie können abgegrenzte betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme mit Hilfe der individuellen Datenverarbeitung lösen.</li> <li>- Sie können die Einsatzpotenziale internetbasierter Informationssysteme analysieren.</li> <li>- Sie verstehen die Herausforderungen des interkulturellen IT-Managements und von Globalisierungsprozessen.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedeutung der Wirtschaftsinformatik.</li> <li>- Komponenten betriebswirtschaftlicher Informationssysteme.</li> <li>- Entwicklung betriebswirtschaftlicher Informationssysteme mit Instrumenten der individuellen Datenverarbeitung.</li> <li>- Einsatz von Endbenutzerwerkzeugen, insbes. MS-Excel.</li> <li>- Stand und Entwicklungstendenzen von e-Business, unternehmensweite Informations- und Kommunikationssysteme, insbesondere in der Verwendung von KI-Anwendungstools</li> <li>- Operative und dispositivo Informationssysteme.</li> <li>- IT-Trends im internationalen Kontext.</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, 90 Min.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Priemer, Prof. Dr. Pulst, Prof. Dr. Kruse					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Priemer					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Die praktischen Übungen finden im PC- Labor statt.					
<b>Literatur:</b>					
Hansen, H.R.: Wirtschaftsinformatik, De Gruyter Studium 2015;					



Vorlesungsskript.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 1 Pflichtmodule

<b>Wirtschaftsrecht</b>						
Business Law						
Kürzel:	WR	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester	
<b>Lehrveranstaltungen</b>					<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Grundlagen des deutschen und internationalen Wirtschaftsrechts					60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>						
Vorlesung, Übung						
<b>Gruppengröße</b>						
50						
<b>Qualifikationsziele</b>						
Studierende verstehen die juristischen Prinzipien des kaufmännischen Vertragsrechts, des Sachenrechts und Gesellschaftsrecht mit den jeweiligen Beziehen zum europäischen und internationalen Wirtschaftsprivatrecht.						
Sie können die betreffenden Gesetze auf einfache Sachverhalte anwenden.						
<b>Inhalte</b>						
Grundzüge des Zivilrechts (Entstehung BGB, Grundprinzipien BGB, Aufbau des Gerichtswesens und Instanzenzug) - Vertragsrecht - Deliktsrecht - Eigentumsrecht						
Grundzüge des Gesellschaftsrechts						
Grundzüge des Europarechts						
Grundzüge des Rechts grenzüberschreitender Sachverhalte - Internationale Rechtsvereinheitlichungen - Internationales Privatrecht - Rechtsprechung des EuGH zum europäischen Gesellschaftsrecht - Europarechtliche Gesellschaftsrechtsformen - Grundzüge des internationalen Zivilrechtsverfahrens						
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>						
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre						
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication						
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung						
Pflichtmodul im Studiengang International Management						
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie						
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>						
-						
<b>Prüfungsformen</b>						
Klausur, 90 Min.						
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>						
Bestandene Modulprüfung						
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>						
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht						
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>						
Hon.-Prof. Dr. Lieckfeldt						
<b>Modulbeauftragte(r)</b>						
Hon.-Prof. Dr. Lieckfeldt, Studiendekan Wirtschaft						
<b>Sonstige Informationen</b>						

## **2 Studienschwerpunkt Marketing**

<b>Marketing 1</b>					
Marketing 1					
<b>Kürzel:</b>	MAR1	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Käuferverhalten				30 h	60 h
Marktforschung				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung					
<b>Gruppengröße</b>					
30-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende, die das Teilmodul "Käuferverhalten" erfolgreich absolviert haben,					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können die Veränderungen des Käuferverhaltens (z.B. durch die Digitalisierung) beschreiben,</li> <li>- können die zentralen Theorien des Konsumentenverhaltens sowie einzelne Ansätze des organisationalen Beschaffungsverhaltens wiedergeben und voneinander abgrenzen sowie deren Implikationen für das Marketing herausstellen,</li> <li>- sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Determinanten des Käuferverhaltens zu erläutern und zwischen geeigneten Instrumenten der Beeinflussung zu differenzieren sowie deren Einsatz zu begründen,</li> <li>- verstehen das Käuferverhalten aufgrund der erworbenen theoretischen Erkenntnisse, sind in der Lage es zu analysieren und können diese Erkenntnisse auf praktische Vermarktungssituationen hin anwenden.</li> </ul>					
Studierende, die das Teilmodul "Marktforschung" erfolgreich abgeschlossen haben,					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die wesentlichen Begriffe, Systematiken und Datenerhebungsmethoden im Bereich der Marktforschung, können diese diskutieren und praktisch anwenden,</li> <li>- beherrschen den Prozess der Marktforschung und sind in der Lage, selbstständig Marktforschung zu betreiben, d.h. zu planen, durchzuführen, auszuwerten und zu interpretieren und</li> <li>- sind mit digitalen Ansätzen wie z.B. Web Analytics vertraut.</li> </ul>					
Nach dem Besuch der Veranstaltung haben die Studierende Kenntnisse zum wissenschaftlichen Arbeiten im Bereich "Käuferverhalten" oder "Marktforschung" erworben und können diese in eigenen Arbeiten anwenden.					
<b>Inhalte</b>					
Käuferverhalten:					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundlagen des Käuferverhaltens (Definition und Einordnung, Theoretische Erklärungsansätze, Organisationales und privates Kaufverhalten)</li> <li>2. Nachfragerverhalten im Wandel (Trends im Nachfragerverhalten, Postmaterialistisches Kaufverhalten und nachhaltiges Marketing, Digitales Kaufverhalten und digitales Marketing, Generationscharakteristika)</li> <li>3. Kaufverhalten der Konsumenten (Interpersonale Bestimmungsfaktoren, Intrapersonelle Bestimmungsfaktoren, Kognitionen)</li> <li>4. Aktuelle Themen des Käuferverhaltens</li> </ol>					
Marktforschung:					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundlagen der Marktforschung (Definition und Einordnung, Gütekriterien und ethische Aspekte)</li> <li>2. Prozess der Marktforschung (Problemformulierung, Untersuchungsdesign und Durchführende, Datenerhebungsmethoden, Stichprobenauswahl, Messung und Skalierung, Gestaltung des Erhebungsinstruments, Datenanalyse und Interpretation)</li> <li>3. Aktuelle Themen der Marktforschung</li> </ol>					
Fallstudien/Übungen/E.Learning Einheiten zu Käuferverhalten und Marktforschung (parallel)					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Marketing					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarbeitung 10 S., Klausur (60 Min.)					

<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>
Prof. Dr. Richelsen
<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Prof. Dr. Richelsen
<b>Sonstige Informationen</b>
Backhaus, K., et al.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 15. Auflage, Berlin, 2018
Foscht, T., Swoboda, B.: Käuferverhalten, 6. Auflage, Wiesbaden, 2017
Grabs, A. et al.: Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram, LinkedIn und Co. , 6. Auflage, Bonn, 2022
Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Auflage, Wiesbaden, 2020
Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, 11. Auflage, München, 2019
Koch, J., Riedmüller, F.: Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendung, 8. Auflage, München, 2021
Kreis, H., Wildner, R.: Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse, 7. Auflage, Wiesbaden, 2021
Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Grundlagen - Fallbeispiele, 6. Aufl., Wiesbaden 2022
Meffert, H. et al.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 14. Auflage, Wiesbaden 2024
Solomon, M. R.: Konsumentenverhalten, 2. Auflage, München, 2016

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 2 Studienschwerpunkt Marketing

<b>Marketing 2</b>							
Marketing 2							
<b>Kürzel:</b>	MAR2	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6		
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>		
Entwicklung der Marketingtheorie im historischen Kontext			30 h		60 h		
Theorie der Wettbewerbsvorteile			30 h		60 h		
<b>Lehrformen</b>							
Vorlesung, Projekt							
<b>Gruppengröße</b>							
30-40							
<b>Qualifikationsziele</b>							
Die Studierenden erwerben aus den historischen Entwicklungen und dem aktuellen Stand der Marketingwissenschaft ein integriertes und detailliertes Wissen und Verstehen wichtiger Marketinginstrumente und können diese in eigenen Worten beschreiben. Sie sind in der Lage, die vorgestellten Marketingmethoden und -prinzipien kritisch zu hinterfragen und können auf dieser Basis geeignete Lösungsvorschläge für praktische Problemstellungen anwenden und diese argumentativ verteidigen.							
<b>Inhalte</b>							
Entwicklung der Marketingtheorie im Zeitverlauf. Definition der verschiedenen Marktarten. Wettbewerbstheorien. Ausgestaltung von Wettbewerbsvorteilen und Markteintrittsbarrieren. Gründe für die Globalisierung und Auswirkungen auf Geschäftsmodelle. Es werden die Produkt- und Programmpolitik im Hinblick auf gesättigte Märkte und informierte Kunden (social media) besprochen. Kennzahlen wie Marktanteil und Gewinn werden als Differenzierungsmerkmal für den Erfolg der Wettbewerbsstrategien verwendet. Der Einsatz von Entwicklungen wie z.B. A.I. für die Produktentwicklung sowie Verbesserung der Unternehmensprozesse werden exemplarisch an den jeweiligen aktuellen globalen Marktführer vorgestellt.							
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>							
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Marketing							
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>							
-							
<b>Prüfungsformen</b>							
Klausur, schriftliche Ausarbeitung, 60 Min. / ca. 15 S.							
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>							
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>							
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht							
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>							
Prof. Dr. Schulze							
<b>Modulbeauftragte(r)</b>							
Prof. Dr. Schulze							
<b>Sonstige Informationen</b>							
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung durch den Lehrenden bekannt gegeben.							

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 2 Studienschwerpunkt Marketing

<b>Marketing 3</b>								
Marketing 3								
<b>Kürzel:</b>	MAR3	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6			
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester			
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>			
Kommunikations- und Identitätspolitik				30 h	60 h			
Kundenverhalten im globalen Kontext				30 h	60 h			
<b>Lehrformen</b>								
Vorlesung, Seminar								
<b>Gruppengröße</b>								
30 - 40								
<b>Qualifikationsziele</b>								
Studierende								
<ul style="list-style-type: none"><li>- kennen die Inhalte der Kommunikations- und Identitätspolitik im Marketing sowie der Distributions- und Verkaufspolitik im Marketing</li><li>- verstehen diese Marketinginstrumente aufgrund theoretischer Erkenntnisse und können sie auf praktische Vermarktungssituationen hin anwenden</li><li>- sind in der Lage, komplexe Vermarktungssituationen gründlich zu analysieren, in ihrem Handlungsrahmen zu bewerten und relevant zu gestalten</li><li>- verstehen das Kundenverhalten aufgrund theoretischer und aktueller Erkenntnisse. Sie können die neuen Möglichkeiten der Kommunikationspolitik optimal einsetzen</li><li>- erkennen die Veränderungen durch globale Unternehmen</li></ul>								
<b>Inhalte</b>								
Veränderungen in der Markenführung durch technologische Veränderungen, die die Bereiche Kommunikations- und Identitätspolitik ("Influencer", "Storytelling", Kundenkontakt, Bedeutung von Verpackung) betreffen werden exemplarisch anhand der jeweiligen globalen Marktführer vorgestellt. Es werden dabei verschiedene Märkte untersucht (BtC, BtB, Handel, Öffentliche Märkte). Die Auswirkungen aktueller Technologie ("Internet", "Internet of Things", Künstliche Intelligenz, "social networks") für die Bereiche Sprache, Automatisierung für die Distributions- und Verkaufspolitik und "Involvement" werden vorgestellt und anhand von Übungen weiter vertieft.								
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>								
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Marketing								
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>								
Marketing -2-								
<b>Prüfungsformen</b>								
Klausur, schriftliche Ausarbeitung, 60 Min. / ca. 15 S.								
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>								
Bestandene Modulprüfung								
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>								
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht								
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>								
Prof. Dr. Schulze, Prof. Dr. Schwark								
<b>Modulbeauftragte(r)</b>								
Prof. Dr. Schulze								
<b>Sonstige Informationen</b>								
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung durch den Lehrenden bekannt gegeben.								

### 3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling

<b>Bilanzsteuerrecht</b>								
Tax Accounting								
Kürzel:	RC3	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6			
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester			
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium			
Bilanzsteuerrecht				60 h	120 h			
Lehrformen								
Vorlesung, Übung								
Gruppengröße								
20-40								
Qualifikationsziele								
Die Studierenden beherrschen die Ermittlung des steuerlichen Gewinns durch Bilanzierung. Sie kennen die wesentlichen steuerlichen Ansatz- und Bewertungsvorbehalte als auch die steuerlich autonomen Wahlrechte. Im Rahmen von betrieblichen Entscheidungen sind sie in der Lage, die steuerlichen Wirkungen der besprochenen Vorschriften zu analysieren und Wahlrechte steuerlich optimal auszuüben. Der aktuelle Stand der wissenschaftlichen Diskussion des Bilanzsteuerrechts ist den Studierenden bekannt und kann zur Lösung gleichgelagerter Probleme herangezogen werden.								
Inhalte								
- Maßgeblichkeitsgrundsatz und autonome Wahlrechte - Steuerliches Betriebsvermögen - Ansatz- und Bewertungsvorbehalte (§§ 5 - 7 EStG) - Ansatz- und Bewertungswahlrechte (§ 6b EStG, Teilwertabschreibungen, § 5 Abs. 1b EStG) - Gesamthands-, Ergänzungs-, und Sonderbilanzen								
Verwendbarkeit des Moduls								
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen und Controlling Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung								
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse								
Kenntnisse in der Unternehmensbesteuerung								
Prüfungsformen								
Klausur, 90 Min.								
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten								
Bestandene Modulprüfung								
Stellenwert der Note in der Endnote								
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht								
Hauptamtlich Lehrende(r)								
Prof. Dr. Sejdija								
Modulbeauftragte(r)								
Prof. Dr. Sejdija								
Sonstige Informationen								
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage): Falterbaum/Bolk/Reiß/Kirchner, Buchführung und Bilanz (Grüne Reihe) Horschitz/Groß/Fanck et al., Bilanzsteuerrecht und Buchführung Scheffler, Besteuerung von Unternehmen II: Steuerbilanz								

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

### 3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling

#### Grundlagen der Wirtschaftsprüfung

Principles of Auditing

Kürzel:	GWP	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester		

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen der Wirtschaftsprüfung	60 h	120 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

20 - 40

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden erlangen Grundkenntnisse aus den Bereichen des Prüfungswesens und der Prüfungstechnik im Rahmen der Wirtschaftsprüfung. Sie sind mit den Anforderungen an den Beruf der Wirtschaftsprüferin bzw. des Wirtschaftsprüfers vertraut und können die zentralen berufsrechtlichen Grundlagen erläutern. Unter Berücksichtigung der gesetzlichen und berufsständischen Maßgaben entwickeln sie in praktischen Anwendungsfällen eine geeignete Prüfungsstrategie und konkretisieren diese mittels einer Prüfungsplanung.

Studierende sind in der Lage, zentrale Prüfungstechniken für die Buchführung, die Inventur und den Jahresabschluss anzuwenden und kritisch zu würdigen. Sie können die Ergebnisse der Prüfung zu einem Abschlussurteil verdichten und in adäquater Weise darüber Bericht erstatten.

#### Inhalte

Themenfelder sind insb. die Folgenden:

- Beruf und Berufsrecht der Wirtschaftsprüfer
- Grundlagen der Abschlussprüfung nach HGB
- Prüfungsstrategie und Prüfungsplanung
- Prüfung der Buchführung und der Inventur
- Prüfung des Jahresabschlusses
- Prüfungsurteil und Berichterstattung über die Abschlussprüfung

Die Veranstaltungsinhalte werden unter Einbezug praktischer Fallstudien vermittelt.

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen und Controlling

Wahlpflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, Wahlpflichtmodule allgemein SWP

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

#### Prüfungsformen

Klausur

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Gröne

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Gröne

#### Sonstige Informationen

Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):

Brösel et al.: Wirtschaftliches Prüfungswesen: Der Einstieg in die Wirtschaftsprüfung (Vahlen Verlag)

Graumann: Wirtschaftliches Prüfungswesen (NWB Verlag)

IDW (Hrsg.): Prüfungspraxis (IDW Verlag)

IDW (Hrsg.): WP-Handbuch (IDW Verlag)

Marten/Quick/Ruhnke: Wirtschaftsprüfung: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und



internationalen Normen (HAUFE Verlag)

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

### 3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling

#### Konzernbilanzen

Group Accounting

Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	

**Lehrformen**

Vorlesung, Übung

**Gruppengröße**

30-40

**Qualifikationsziele**

Sie beherrschen die handelsrechtlichen Konsolidierungstechniken und sind in der Lage, Konzernabschlüsse zu interpretieren und die wirtschaftliche Lage des Konstrukts "Konzern" kritisch zu analysieren.

**Inhalte**

- Beurteilung der Aufstellungspflicht
  - Bestimmung des anzuwendenden Normensystems
  - Abgrenzung des Konsolidierungskreises
  - Vereinheitlichung der einzubeziehenden Abschlüsse (formelle und materielle Einheitlichkeit)
  - Erstellung des Summenabschlusses
  - Konsolidierung (Kapital-, Schulden-, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischenergebniseliminierung)
  - Equitymethode
  - ausgewählte aktuelle Themen (bspw. Übergangskonsolidierung gem. DRS 23, Folgebilanzierung des Geschäfts- oder Firmenwerts; jeweils abhängig von aktuellen, typischerweise in der Wirtschaftspresse berichteten Entwicklungen)
- Die Veranstaltung wird durch ein umfangreiches e-learning-Angebot ergänzt.

**Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen und Controlling

Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung

**Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

-

**Prüfungsformen**

Klausur, 90 Min.

**Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note in der Endnote**

Siehe Prüfungsordnung

**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Oberdörster

**Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Oberdörster

**Sonstige Informationen**

Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):

- HGB
- Baetge/Kirsch/Thiele, Konzernbilanzen
- Küting/Weber, Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS
- Schildbach, Der Konzernabschluss nach HGB, IFRS und US-GAAP

### 3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling

<b>Operatives Controlling</b>					
Operational Planning and Controll					
Kürzel:	OPC	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Vorlesung				30 h	60 h
Übung				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
Vorlesungen: 40					
Übungen: 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben,					
- können die Bedeutung von Planungs-, Steuerungs- und Kontrollprozessen für erfolgreiche Unternehmensergebnisse verstehen und ableiten,					
- erkennen die Relevanz der verschiedenen Rechnungswesensysteme und -konzepte für das Unternehmenscontrolling,					
- haben ihre Kenntnisse von Controllingsystemen vertieft und können Planungsebenen des Unternehmens unterscheiden, erklären und einordnen,					
- sind im Umgang mit vertieften Methoden des operativen Controllings vertraut, können Instrumente wie Abweichungsanalysen benennen, einordnen und anwenden,					
- können Vorlagen für wesentliche Unternehmensentscheidungen analysieren, erstellen und erweitern					
- haben sich qualifiziert, Kennzahlensysteme anwenden und beurteilen zu können. Studierende erkennen die Notwendigkeit wertorientierter Maßstäbe und analysieren die Methoden wertorientierter Kennzahlkonzepte.					
<b>Inhalte</b>					
Studierende erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse im Bereich des Controllings. Auf Kenntnissen des internen Rechnungswesens sowie Marketing und Controlling wird aufgebaut. Studierende erhalten durch die Veranstaltung die Fähigkeit, Controlling-Methoden der operativen Planung, der Informationsbereitstellung und -analyse sowie der Unternehmenssteuerung verstehen und anwenden zu können. Zudem erlangen Studierende einen Überblick über die vielfältigen Aufgabenstellungen des Controllings im Unternehmen und die Unterstützung von Managemententscheidungen durch Controlling. In Übungen erwerben Studierende Methodenkompetenz.					
Folgende Inhalte werden in den Veranstaltungen vermittelt:					
1 Einführung und Grundlagen					
2 Planungs- und Anreizsysteme					
3 Kosten- und Erfolgsanalysen					
4 Erlös- und Programmoptimierung					
5 Steuerung durch Kennzahlen					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen und Controlling					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, Wahlpflichtmodule allgemein SWP					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Internes Rechnungswesen, Marketing und Controlling					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarb. (ca 15 S.) + Vortrag / Klausur (60 Min.)					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					

Prof. Dr. Pietschmann
<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Prof. Dr. Pietschmann
<b>Sonstige Informationen</b>
Literatur: Bamberg, Günter; Coenenberg, Adolf Gerhard; Krapp, Michael (2019): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 16., überarb. Aufl., München 2019. Coenenberg, Adolf Gerhard; Fischer, Thomas M.; Günther, Thomas (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9., überarb. Aufl., Stuttgart 2016. Ewert, Ralf; Wagenhofer, Alfred (2014): Interne Unternehmensrechnung, 8. Aufl., Berlin, Heidelberg 2014. Fischer, Thomas M.; Möller, Klaus; Schultze, Wolfgang (2015): Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, 2., überarb. Aufl., Stuttgart 2015. Horváth, Péter; Gleich, Ronald; Seiter, Mischa (2020): Controlling, 14. Aufl., München 2020. Laux, Helmut; Gillenkirch, Robert M.; Schenk-Mathes, Heike Y. (2018): Entscheidungstheorie, 10. Aufl., Berlin, Heidelberg 2018. Reichmann, Thomas; Kißler, Martin; Baumöl, Ulrike; Hoffjan, Andreas; Palloks-Kahlen, Monika; Richter, Hermann J.; Schön, Dietmar (2017): Controlling mit Kennzahlen: Die systemgestützte Controlling-Konzeption, 9., überarb. u. erw. Aufl., München 2017. Weber, Jürgen; Schäffer, Utz (2020): Einführung in das Controlling, 16., überarb. und akt. Auflage, Stuttgart, Freiburg 2020. Weitere Veranstaltungsinformationen und Literaturempfehlungen werden in den ersten Veranstaltungen bekannt gegeben. Zusätzlich erfolgt ein eigenes Angebot von e-Learning-Material.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 4 Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

<b>Besteuerung der Gesellschaften</b>					
Taxation of Corporate Bodies					
Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Besteuerung der Gesellschaften				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
20-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden kennen die steuerlichen Vorschriften, die bei der Besteuerung von Kapital- und Personengesellschaften von Bedeutung sind und können entsprechende Fragestellungen selbstständig bearbeiten. Sie sind in der Lage, steuerliche Wahlrechte im Rahmen von betrieblichen Entscheidungen rechtsformbezogen zu analysieren und optimal auszuüben. Die Studierenden kennen den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Diskussion in der Unternehmensbesteuerung und können themenbezogen eigene wissenschaftliche Fragestellungen unter Anwendung von wissenschaftlichen Methoden bearbeiten.					
<b>Inhalte</b>					
Steuerbelastungsvergleiche Besteuerung von Personengesellschaften Besteuerung von Kapitalgesellschaften Organschaft Betriebsaufspaltung Übertragung von Wirtschaftsgütern					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Besuch der Veranstaltungen "Einführung in die Unternehmensbesteuerung" und "Bilanzsteuerrecht"					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Klausur (90 Min.)					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage): Grobshäuser/Maier, Besteuerung der Gesellschaften Wilke/Niehuss, Die Besteuerung der Personengesellschaften König/Maßbaum/Sureth, Besteuerung und Rechtsformwahl					

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 4 Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

### Fallstudien zur betriebswirtschaftlichen Steuerlehre

Case Studies in Business Taxation

Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
---------	--	-----------	-------	------------------	---	--	--

Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester		
-----------	---	--------	------------	-------------	------------------------------	--	--

Lehrveranstaltungen		Präsenzzeit	Selbststudium
		60 h	120 h

#### Lehrformen

Seminar

#### Gruppengröße

15-20

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden werden im Rahmen der Veranstaltung befähigt, steuerliche Sachverhalte fachlich korrekt zu erfassen, zu bewerten und anhand berufsspezifischer Software (DATEV) zu bearbeiten bzw. abzubilden. Die Studierenden erwerben in diesem Modul sowohl Fachkompetenzen in den behandelten Wissensgebieten als auch Methodenkompetenz in den verwendeten Instrumenten. Überdies wird das Verständnis von steuerlichen Sachverhalten gefördert.

#### Inhalte

Als Haupt-Lehrunterlage wird die extra für diese Form der Veranstaltung konzipierte DATEV-Schulungsunterlage genutzt, die allen Teilnehmern zur Verfügung gestellt wird.

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

Wahlpflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, Wahlpflichtmodule allgemein SWP

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

#### Prüfungsformen

Klausur, 90 Min.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Sejdija

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Sejdija

#### Sonstige Informationen

## 4 Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

Internationale Rechnungslegung					
International Accounting					
Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Seminar					
Gruppengröße					
20					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden sind in der Lage, - die Zielsetzungen und Prinzipien der IFRS-Rechnungslegung kritisch zu würdigen, - zentrale Sachverhalte nach IFRS zu bilanzieren, - die Auswirkungen der IFRS auf die Darstellung der wirtschaftlichen Lage eines Unternehmens kritisch zu analysieren					
Inhalte					
Vermittlung der Ziele, Prinzipien und Einzelregelungen hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis der Rechnungslegung nach International Financial Reporting Standards (IFRS). Die Inhalte werden auf der Basis von Fallstudien vertieft sowie unter Bezugnahme auf Praxisbeispiele veranschaulicht. Neben dem Erwerb fachbezogener Methodenkompetenz erfolgt auch die kritische Auseinandersetzung mit den Bilanzierungsregeln.					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
-					
Prüfungsformen					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarb. (ca 15 S.) Klausur (60 Min.)					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Siehe Prüfungsordnung					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Oberdörster					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Oberdörster					
Sonstige Informationen					
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage): - International Accounting Standards Board (Hrsg.), International Financial Reporting Standards. - Baetge, Jörg u.a. (Hrsg.), Rechnungslegung nach IFRS, 2. Aufl., Stuttgart 2002 ff., Ergänzungslieferungskommentar (Stand 2015) - Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan, Bilanzen - Pellens, Bernhard et al., Internationale Rechnungslegung					

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 4 Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

Internationale Unternehmensbesteuerung						
International Corporate Taxation						
Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester	
Lehrveranstaltungen					Präsenzzeit	Selbststudium
Internationale Unternehmensbesteuerung					60 h	120 h
Lehrformen						
Seminar						
Gruppengröße						
Qualifikationsziele						
Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der internationalen ertragsteuerlichen Unternehmensbesteuerung. Im Zusammenspiel mit dem nationalen Ertragsteuerrecht analysieren und synthetisieren sie die Regelungen des internationalen Steuerrechts. Sie sind in der Lage, die Steuerbelastung im grenzüberschreitenden Kontext zu quantifizieren und zu planen. Die Studierenden kennen den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Diskussion und können themenbezogen eigene wissenschaftliche Fragestellungen unter Anwendung von wissenschaftlichen Methoden bearbeiten.						
Inhalte						
Internationale ertragsteuerliche Unternehmensbesteuerung im Outbound-Fall						
Internationale ertragsteuerliche Unternehmensbesteuerung im Inbound-Fall						
Außensteuergesetz						
Recht der Doppelbesteuerungsabkommen						
Grundzüge der Verrechnungsspreise						
Grundzüge des Europäischen Steuerrechts						
Aktuelle Fragen des internationalen Steuerrechts						
Verwendbarkeit des Moduls						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, Wahlpflichtmodule allgemein SWP						
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse						
Empfohlene Kenntnisse in der Unternehmensbesteuerung						
Prüfungsformen						
mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarb. (ca 15 S.) + Vortrag + mündl. Prf.						
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten						
Bestandene Modulprüfung						
Stellenwert der Note in der Endnote						
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht						
Hauptamtlich Lehrende(r)						
Prof. Dr. Sejdija						
Modulbeauftragte(r)						
Prof. Dr. Sejdija						
Sonstige Informationen						
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):						
Brähler, Internationales Steuerrecht						
Haase, Internationales und Europäisches Steuerrecht						
Rose/Watrin: Internationales Steuerrecht						



Komponenten, Zusammenhänge, erklärt am Beispielunternehmen Global Bike, Bonn 2019.

Friedl, Gunther; Pedell, Burkhard (2017): Controlling mit SAP®: Eine praxisorientierte Einführung mit umfassender Fallstudie und beispielhaften Anwendungen, 7., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden 2017.

Körsgen, Frank (2015): SAP® ERP Arbeitsbuch: Grundkurs SAP® ERP ECC 6.0 mit Fallstudien, 4., neu bearb. Aufl., Berlin 2015.

Salmon, Janet; Wild, Claus (2016): Schnelleinstieg in SAP S/4HANA Finance, Gleichen 2016.

Varnholt, Norbert; Hoberg, Peter; Lebefromm, Uwe (2012): Controlling: Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendung mit SAP® ERP®, Berlin, Boston 2012.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 4 Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

### Jahresabschlussanalyse

Financial statement analysis

Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung, Seminar

#### Gruppengröße

20

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, (Konzern-)Jahresabschlüsse und (Konzern-)Lageberichte von Unternehmen methodisch sowohl auf der Basis publizierter Geschäftsberichte als auch unter Einsatz entsprechender Software-Programme zu analysieren und eine eigene kritische Bewertung über die gegenwärtige und künftige wirtschaftliche Lage eines Unternehmens zu entwickeln und darzustellen.

#### Inhalte

- Ziele der Jahresabschluss- und Lageberichtsanalyse
- Sammlung von Daten über die wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen
- Erfassung und Aufbereitung von Daten aus einem aktuellen Geschäftsbericht
- Kreative Kennzahlen- und Hypothesenbildung
- Kennzahlenauswahl und Interpretation
- Bildung eines Gesamтурteils (traditionelle Kennzahlensysteme, Scoring-Modelle, Objektive Urteilsbildung u.a. auf der Basis von Ratingmodellen)

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung

Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

#### Prüfungsformen

Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarb. (ca 15 S.) + Vortrag

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Oberdörster

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Oberdörster

#### Sonstige Informationen

## 4 Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

## Sonstige Steuern

Other Taxes							
<b>Kürzel:</b>	SoSt	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6		
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>		
			60 h		120 h		
<b>Lehrformen</b>							
Seminar							
<b>Gruppengröße</b>							
20-30							
<b>Qualifikationsziele</b>							
Das Modul bietet eine umfassende Einführung in die Umsatzsteuer und das Verfahrensrecht. Es behandelt alle relevanten Aspekte von der Definition der umsatzsteuerlichen Begriffe bis hin zu den Verfahrensregeln und rechtlichen Rahmenbedingungen bei der Interaktion mit dem Finanzamt. Durch praktische Fallstudien werden den Teilnehmern die Chancen und Risiken beim Umgang mit dem Finanzamt verdeutlicht und sie erhalten Einblicke in die steuerliche Außenprüfung sowie das Vollstreckungs- und Haftungsrecht.							
Das Modul beleuchtet neben den praxisrelevanten Themen auch wissenschaftliche Aspekte im Bereich der Umsatzsteuer und der Abgabenordnung, um den Teilnehmern ein umfassendes Verständnis und eine fundierte theoretische Grundlage zu vermitteln.							
<b>Inhalte</b>							
1. Umsatzsteuer: Steuerbare Umsätze, Befreiungen, Bemessungsgrundlage, Vorsteuerabzug							
1.1. Allgemeine umsatzsteuerliche Begrifflichkeiten							
1.2. Tatbestand des § 1 Abs. 1 Nr. 1 UStG							
1.2.1. Einfuhr							
1.2.2. Innergemeinschaftlicher Erwerb							
1.2.3. Geschäftsveräußerung im Ganzen							
2. Verfahrensrecht							
2.1. Grundlagen							
2.2. Steuerliche Nebenleistungen							
2.3. Wirtschaftliche Betrachtungsweise, Verträge unter nahen Angehörigen							
2.4. Zuständigkeit der Finanzämter							
2.5. Steuerfestsetzungsverfahren							
2.6. Inhalt des Steuerbescheides							
2.7. Bekanntgabe von Verwaltungsakten							
2.8. Steuerliche Nebenbestimmungen							
2.9. Steueranmeldungen							
2.10. Korrekturvorschriften Berichtigung von Verwaltungsakten, Änderung von Steuerbescheiden							
2.11. Festsetzungfrist							
2.12. Ermittlungsverfahren, Feststellungsverfahren							
2.13. Außergerichtliche Rechtsbehelfsverfahren							
2.14. Verfahrensrechtliche Rechte und Pflichten							
(Chancen und Risiken) beim Umgang mit dem Finanzamt (komplexe praktische Fallstudie)							
2.15. Steuerliche Außenprüfung							
2.16. Erhebungsverfahren, Stundung und Erlass, Zinsen							
2.17. Übersicht über das Vollstreckungsrecht							
2.18. Haftungsrecht							
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>							
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung							
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL							
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>							
-							
<b>Prüfungsformen</b>							

Klausur, 90 Min.
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>
Siehe Prüfungsordnung
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>
Prof. Dr. Gröne
<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Prof. Dr. Gröne
<b>Sonstige Informationen</b>
Lehrbuch Umsatzsteuer, Kortschak/Heizmann
Lehrbuch Abgabenordnung, Helmschrott, Grimm et. al

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 4 Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

### Spezielle Themen der Wirtschaftsprüfung

Special topics in Auditing

Kürzel:	WP	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	
Spezielle Themen der Wirtschaftsprüfung				60 h		120 h	

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

20-40

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis spezieller Fragestellungen, die sich im Zusammenhang mit der Wirtschaftsprüfung ergeben. Diese Fragen konkretisieren einerseits Grundsätze des Prüfungswesens und der Prüfungstechnik und beziehen sich andererseits auf aktuelle Entwicklungen.

Studierende sind in der Lage, die vermittelten Inhalte auf praktische Fragestellungen anzuwenden und können die Möglichkeiten und Grenzen der Wirtschaftsprüfung kritisch reflektieren. Sie können Schnittpunkte zur Aufstellung des Jahresabschlusses von Unternehmen herstellen.

#### Inhalte

Mögliche Themenfelder sind insb. Folgende:

- Prüfung spezieller Bilanzposten
- Ereignisse nach dem Abschlussstichtag
- Aufdeckung von Unregelmäßigkeiten im Rahmen der Abschlussprüfung
- Prüfung des Lageberichts
- Prüfung des Risikofrüherkennungssystems eines Unternehmens
- Sonderprüfungen
- Aktuelle Entwicklungen aus dem Berufsstand
- IT-gestützte Prüfungen unter Einsatz Künstlicher Intelligenz

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Rechnungswesen und Controlling BWL

Wahlpflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, Wahlpflichtmodule allgemein SWP

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

#### Prüfungsformen

Klausur

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Gröne

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Gröne

#### Sonstige Informationen

Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):

Brösel et al.: Wirtschaftliches Prüfungswesen: Der Einstieg in die Wirtschaftsprüfung (Vahlen Verlag)

Graumann: Wirtschaftliches Prüfungswesen (NWB Verlag)

IDW (Hrsg.): Prüfungspraxis (IDW Verlag)

IDW (Hrsg.): WP-Handbuch (IDW Verlag)

Marten/Quick/Ruhnke: Wirtschaftsprüfung: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und internationalen Normen (HAUFE Verlag)



## 5 Wahlpflichtmodule Marketing BWL

<b>Digitale Marketing-Business-Simulation</b>					
Digital Marketing Business Simulation					
Kürzel:	DMBS	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Digitale Marketing-Business-Simulation				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden sind in der Lage aufgrund einer gegebenen Ausgangssituation ihr virtuelles Unternehmen, ihr Marktumfeld und ihre Wettbewerber zu analysieren und zu bewerten. Sie verstehen die unternehmerischen Gesamtzusammenhänge und formulieren selbst gesetzte Unternehmensziele. Sie sind in der Lage Ursache-Wirkungs-Prinzipien zu analysieren und ihre Erfahrungen zu reflektieren. Die Studierenden entscheiden im Team, welche strategischen Ansätze verfolgt und welche marketingspezifischen Instrumente und Methoden eingesetzt werden, um ihren Unternehmenserfolg zu optimieren. Das Team-Erlebnis fördert die Sozial- und Kommunikationskompetenz in Verbindung mit einem hohen Lerntransfer.					
<b>Inhalte</b>					
Analyse des Marktes und dessen Segmentierung, Definition der Zielgruppen, Entwicklung von Personas, Entwicklung einer Kommunikationsstrategie - online und offline, Abstimmung von Social Media Kampagnen, Auswahl geeigneter Influencer, Entwicklung und Implementierung einer Corporate Identity, Analyse von Marktforschungsergebnissen, Antizipation von Kundenwünschen und darauf abgestimmte Entwicklung neuer Produkte, Management des Produktlebenszyklusses, Berücksichtigung der Wettbewerbsmatrix von Porter, Positionierung innerhalb der BCG-Matrix, Prognose möglicher Verkaufszahlen, Produktions- und Vertriebsplanung					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Marketing BWL					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarb. (ca 15 S.) + Vortrag					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Richelsen, Dipl.-Kffr. S. Walter					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Richelsen					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Grabs, A.; Bannour, K.; Vogl, E.: Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram, LinkedIn und Co., 6. Aufl., Bonn, 2021; Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden, 2022; Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Grundlagen - Fallbeispiele, 6. Aufl., Wiesbaden 2022; Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 14. Aufl., Wiesbaden, 2024. Weitere aktuelle Literatur wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben					

## 5 Wahlpflichtmodule Marketing BWL

<b>Digitales Marketing</b>					
Digital Marketing					
<b>Kürzel:</b>	DM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
max. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundlagen und Besonderheiten des digitalen Marketing verstehen und erklären,</li> <li>- in einem komplexen Kontext qualifizierte strategische Entscheidungen in Bezug auf digitale Marketing-Aktivitäten treffen und begründen,</li> <li>- einen ganzheitlichen digitalen Marketingplan - bestehend aus der Definition von digitalen Zielsetzungen, der Bestimmung der geeigneten Digitalstrategien und der Auswahl relevanter operativer Marketinginstrumente - erstellen sowie</li> <li>- die Steuerung und Erfolgskontrolle des digitalen Marketing anhand relevanter KPIs durchführen.</li> </ul>					
Sie erlangen somit die Fähigkeit zur Identifikation geeigneter Problemlösungsmethoden für typische Aufgabenstellungen aus dem Gebiet des digitalen Marketing.					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des digitalen Marketing</li> <li>- Social Media Marketing</li> <li>- Influencer Marketing</li> <li>- Affiliate Marketing</li> <li>- Content Marketing</li> <li>- Suchmaschinenmarketing (SEO, SEA)</li> <li>- Webshop- und Websitegestaltung</li> <li>- E-Mail Marketing</li> <li>- KI im Marketing</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Marketing BWL					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarb. (ca 15 S.) + Vortrag					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Richelsen					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Richelsen					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Ahrholdt, D. et al.: Online-Marketing-Intelligence: Erfolgsfaktoren, Kennzahlen und Steuerungskonzepte für praxisorientiertes Digital-Marketing, 2. Auflage, Wiesbaden, 2023; Bünte, C.: So geht Digital Marketing: Tools, Tipps und Trends für die Praxis, Wiesbaden, 2023; Grabs, A. et al.: Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram, LinkedIn und Co., 6. Aufl., Bonn, 2021; Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden, 2022; Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Grundlagen - Fallbeispiele, 6. Aufl., Wiesbaden 2022; Lucas, C.; Schuster, G.: Innovatives und digitales Marketing in der Praxis: Insights, Strategien und Impulse für Unternehmen,					



Wiesbaden, 2023; Meffert, H. et al.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 14. Aufl., Wiesbaden, 2024.

Weitere aktuelle Literatur wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 5 Wahlpflichtmodule Marketing BWL

<b>Marktforschung</b>						
Market Research						
Kürzel:	MFO	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester	
<b>Lehrveranstaltungen</b>					<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Marktforschung					60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>						
Vorlesung, Projekt, Sonstige						
<b>Gruppengröße</b>						
30 - 40						
<b>Qualifikationsziele</b>						
Die Studierenden können ein Marktforschungsprojekt eigenständig durchführen indem sie - einen Informationsbedarf im Marketing identifizieren und die Untersuchungsziele festlegen, - für die Erhebung der Daten einen Fragebogen erstellen, - die erhobenen Daten mit einer Standardsoftware analysieren, - Verfahren der deskriptiven Statistik anwenden, um die Verteilung ausgewählter Merkmale in der Stichprobe zu beschreiben, - Verfahren der induktiven Statistik anwenden, um Aussagen über die Verteilung ausgewählter Merkmale in der der Grundgesamtheit zu erhalten, - ihre Aktivitäten und Ergebnisse in einem Bericht dokumentieren.						
<b>Inhalte</b>						
- Der Marktforschungs-Prozess und die ihn konstituierenden Arbeitsschritte, - Grundsätze für die Erstellung eines guten Fragebogens, - Einführung in die Bedienung einer Standardsoftware für die Datenanalyse, - Darstellung von Häufigkeitsverteilungen, - Ermitteln statistischer Kennzahlen, - Durchführen von Hypothesentests.						
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Marketing BWL Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP						
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>						
Wirtschaftsmathematik und Statistik 2 Wirtschaftsmathematik und Statistik 3						
<b>Prüfungsformen</b>						
Klausur, Klausur 60 Min.						
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>						
Bestandene Modulprüfung						
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>						
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht						
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>						
Prof. Dr. Thiel						
<b>Modulbeauftragte(r)</b>						
Prof. Dr. Thiel						
<b>Sonstige Informationen</b>						
Literatur: Böhler, H.: Marktforschung, 3. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart 2004; Eckstein, P.: Angewandte Statistik mit SPSS, 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden 2004.						

## 5 Wahlpflichtmodule Marketing BWL

<b>Sozial- und Ökologiemarketing</b>					
Social- and ecological marketing (NGO)					
<b>Kürzel:</b>	NGO	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Sozialmarketing				30 h	60 h
Ökologiemarketing				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Die Studierenden verstehen die historischen und gesellschaftlichen Bedingungen zur Entwicklung des Sozial- und Ökologiebereichs</li><li>- Sie sind in der Lage die spezifischen Handlungslogiken unterschiedlicher Verbände und Organisationen zu analysieren</li><li>- Sie können die unterschiedlichen Marketingkonzeptionen im Sozial- und Ökologiebereich analysieren und bewerten</li><li>- Sie können ausgewählte Fallbeispiele zur Kampagnenpolitik und zum Guerillamarketing miteinander vergleichen und bewerten</li></ul>					
<b>Inhalte</b>					
Entwicklung des Sozialbereiches					
Logik des Sozialbereichs: Helfen und Einflussnahme					
Ökonomisierung und Kommerzialisierung					
Kampagnenpolitik und Guerilla-Marketing					
Marketingkonzeptionen, insbesondere der Wohlfahrtsverbände (Diakonie, Caritas, Arbeiterwohlfahrt, Paritätischer, Deutsches Rotes Kreuz)					
Marketingkonzeptionen des sozial-politischen Sektors (Verdi, Attac, Germanwatch, Misereor)					
Entwicklung der Ökologiebewegung					
Logik des Ökologiebereichs: Nachhaltigkeit					
Marketingkonzeptionen, insbesondere B.U.N.D., Nabu, Greenpeace, PETA, Bioland, WWF, Naturfreunde					
Spenden- und Sponsorenmarketing					
Akquise von Freiwilligenarbeit und Ehrenamt					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Marketing BWL					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Kenntnisse im Bereich Marketing					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, Schriftl Ausarbeitung ca 10 S. + Vortrag					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Prüfungsleistung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Bruhn, M.: Marketing für Nonprofit-Organisationen, Stuttgart 2012 (2. Auflage), Christa, H.: Grundwissen Sozio-Marketing: Konzeptionelle und strategische Grundlagen für soziale Organisationen, Wiesbaden 2010, Lichtsteiner, H.; Purtschert, R.: Marketing für Verbände und weitere Nonprofit-Organisationen, Bern 2014, Thiele, D.: Marketing in der Sozialwirtschaft, Wiesbaden 2017					



Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 5 Wahlpflichtmodule Marketing BWL

<b>Sport- und Tourismusmarketing</b>					
Sport- und Tourism Marketing					
Kürzel:	STM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Sportmarketing				30 h	60 h
Tourismusmarketing				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Die Studierenden verstehen die historischen und institutionelle Ausdifferenzierung des Sport- und Tourismussektors samt ihrer Ausprägungen</li><li>- Sie sind in der Lage die spezifischen Handlungslogiken unterschiedlicher Vereine/Verbände sowie kommerzieller Anbieter im Sport zu analysieren</li><li>- Sie können die unterschiedlichen Konzepte des Sport- und Tourismusmarketings analysieren und bewerten</li><li>- Sie können ausgewählte Fallbeispiele zum Sport- bzw. Tourismusmarketing miteinander vergleichen und bewerten</li></ul>					
<b>Inhalte</b>					
Entwicklung und Ausdifferenzierung des Sportssystems					
Handlungslogik und strategisches Marketing der Vereine und Verbände im Sport					
Spenden- und Sponsorenmarketing					
Akquise von Freiwilligenarbeit und Ehrenamt					
Kampagnenpolitik					
Marketing kommerzieller Anbieter: Sportanlagen, Agenturen, Fitnessstudios, Sportmedien, Sportgeräte und -bekleidungshersteller					
Entwicklung und Ausdifferenzierung des Tourismus					
Strategisches und operatives Marketing von Destinationen, Reiseveranstaltern, Transportunternehmen, Hotellerie und Agenturen					
Marketing im Sporttourismus					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Marketing BWL					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Kenntnisse im Bereich Marketing					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, Schriftl Ausarbeitung ca 10 S. + Vortrag					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Prüfungsleistung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Daumann, F.; Römmelt, B.: Marketing und Strategie im Sport, Konstanz/München 2015, Freyer, W.: Tourismus-Marketing, München 2011, Gardini, M. (Hrsg.): Marketingexzellenz im Tourismus: Konzepte - Fallstudien - Best Practices, Berlin 2016, Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit, Konstanz/München 2014, Nufer, G.; Bühler, a. (Hrsg.): Marketing im Sport: Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketings, Berlin 2013, Roth, R.; Schwark, J. (Hrsg.): Sporttourismus als Wirtschaftsfaktor, Berlin 2017					
Schwark, J.: Handbuch Sporttourismus, Konstanz/München 2016					

## 6 Wahlpflichtmodule allgemein BWL

<b>Applied Corporate Finance</b>						
Applied Corporate Finance						
<b>Kürzel:</b>	ACF	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6	
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester	
<b>Lehrveranstaltungen</b>					<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Applied Corporate Finance					60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>						
Vorlesung, Übung, Seminar						
<b>Gruppengröße</b>						
ca.20						
<b>Qualifikationsziele</b>						
Die Studierenden lernen, wie Risiken gemessen und gesteuert werden können. Sie können Fragen der Unternehmensfinanzierung, gerade bei mittelständischen Unternehmen, bearbeiten. Erfolgreiche Studierende können nach Besuch der Lehrveranstaltung: - systematisches und unsystematisches Risiko definieren, messen und steuern, - ein optimales Anlegerportfolio analysieren und herleiten, - Kapitalkosten für Unternehmen definieren und ermitteln, - Unterschiede in der Kapitalmarkt- und Bankenfinanzierung herleiten und begründen, - mit Nachhaltigkeitsüberlegungen in der Unternehmensfinanzierung umgehen, - die spezifischen Herausforderungen der Finanzierung von mittelständischen Unternehmen bearbeiten.						
<b>Inhalte</b>						
- Kapitalmärkte und die Bewertung von Risiko - Optimale Portfolioallokation und das CAPM - Schätzung der Kapitalkosten - Risikomanagemententscheidungen - Kapitalmarkt- und Bankenfinanzierung - Sustainable Finance in der Unternehmensfinanzierung - Finanzierung des Mittelstands						
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL Wahlpflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, Wahlpflichtmodule allgemein SWP						
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>						
Kenntnisse Investition und Finanzierung/Wirtschaftsmathematik/EXCEL						
<b>Prüfungsformen</b>						
Klausur, Klausur (90 Min.)						
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>						
Bestandene Modulprüfung						
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>						
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht						
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>						
<b>Modulbeauftragte(r)</b>						
<b>Sonstige Informationen</b>						
- Brealey / Myers / Allen: Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill, aktuelle Auflage - Gischer / Herz / Menkhoff: Geld, Kredit und Banken, Springer, aktuelle Auflage - Bösch: Finanzwirtschaft: Investitionen, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, Vahlen, aktuelle Auflage						

## 6 Wahlpflichtmodule allgemein BWL

<b>Auslandsmodul</b>					
International Module					
Kürzel:	AUS	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3, 4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Nach Bedarf
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls				h	180 h
<b>Lehrformen</b>					
Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
Siehe Fremdmodul					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Siehe Fremdmodul					
<b>Inhalte</b>					
Siehe Fremdmodul					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
<b>Prüfungsformen</b>					
Prüfungsform aus der Prüfungsordnung des Fremdmoduls					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Auslandsbeauftragter / Dekan					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Als Auslandsmodul kann ein beliebiges Modul aus einem im Ausland angebotenen Studiengang gewählt werden ("Fremdmodul"), sofern es die folgenden Bedingungen erfüllt:					
- Mindestens 6 Leistungspunkte					
- Benoteter Abschluss					
- Im Studienverlaufsplan des zugehörigen Studiengangs im 4. Studiensemester oder höher (Zeitmaßstab: Vollzeitstudiengang)					
Die hier beschriebene freie Wahl eines Wahlpflichtmoduls ist nur einmal innerhalb des jeweiligen Katalogs möglich.					

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 6 Wahlpflichtmodule allgemein BWL

Digitale Geschäftsmodelle						
Digital Business Models						
Kürzel:	DBM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester	
Lehrveranstaltungen					Präsenzzeit	Selbststudium
Digitale Geschäftsmodelle					60 h	120 h
Lehrformen						
Projekt, Seminar						
Gruppengröße						
20 - 30						
Qualifikationsziele						
Die Studenten						
<ul style="list-style-type: none"><li>- können die Veränderung des Wettbewerbs durch die Digitalisierung beschreiben.</li><li>- sind in der Lage die Bedeutungen von kreativer Zerstörung zu bewerten.</li><li>- können die relevanten Ansätze der agilen Produktenwicklung anwenden.</li><li>- können disruptive Geschäftsmodelle erkennen und bewerten.</li><li>- kennen die Grundlagen der Digitalisierung und können den Einfluss auf die Geschäftsmodelle im Netzwerk Business bewerten.</li><li>- erkennen die Geschäftspotentiale von Big Data Anwendungen</li><li>- können datengetriebene (Big Data) Strategien und Visionen für neue Geschäftsmodelle entwickeln.</li><li>- erkennen Erfolgsfaktoren und Marktchancen digitaler Prozesse und Produkte.</li><li>- sind in der Lage eine eigene Produktidee anzuwenden und das Konzept umzusetzen (Businessplan, Prototyp).</li></ul>						
Inhalte						
<ul style="list-style-type: none"><li>- Digitale Technologien</li><li>- Digitale Strategien</li><li>- Industrie 4.0</li><li>- Digitale Prozesse</li><li>- Mobile Business</li><li>- Big Data</li><li>- Cloud Computing</li><li>- Social Media</li><li>- Business Case</li></ul>						
Verwendbarkeit des Moduls						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL						
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse						
-						
Prüfungsformen						
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarb. (ca 15 S.) + Vortrag						
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten						
Bestandene Modulprüfung						
Stellenwert der Note in der Endnote						
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht						
Hauptamtlich Lehrende(r)						
Prof. Dr. Thiel						
Modulbeauftragte(r)						
Prof. Dr. Thiel						
Sonstige Informationen						
Literatur wird zum Beginn des Semesters bekanntgegeben. Semesterapparat wird zur Verfügung gestellt.						

## 6 Wahlpflichtmodule allgemein BWL

<b>Gewinner und Verlierer im digitalen Zeitalter</b>					
Winners and Losers in the Digital Age					
Kürzel:	GuV	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Gewinner und Verlierer im digitalen Zeitalter				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
max. 30 Personen					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studenten erkennen die Veränderungen in den Geschäftsprozessen, die durch die Digitalisierung verursacht werden. Sie können in einer Branche die Umwälzungen benennen, und anhand von selbst gewählten Kennzahlen, die jeweiligen Gewinner bzw. Verlierer der Veränderungen durch eigene Analyse erkennen und benennen. Durch die Analyse der Gewinner erlangen sie das Verständnis für Auswirkungen und Chancen der Digitalisierung und können diese bewerten.					
<b>Inhalte</b>					
Je Semester wird eine Branche im Sinne eines Benchmarking hinsichtlich der Auswirkungen der Digitalisierung analysiert. Die Bedeutung bzw. Neugestaltung von Markteintrittsbarrieren sowie die Auswirkungen der Technologie im Hinblick auf eine globale Zielgruppen werden untersucht. Die folgenden Themen werden behandelt:  Die Bedeutung der Startup's im digitalen Zeitalter.  Auswirkungen der Marktmarkt der globalen Konzerne.  Veränderte Marketingstrategien durch den Einsatz der Internet Technologien.  Einfluss der Markttransparenz auf Kundenverhalten und Kundenansprache					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
-					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarbeitung ca. 15 S., Vortrag					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Jens Schulze					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Jens Schulze					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Internetquellen werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.					

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 6 Wahlpflichtmodule allgemein BWL

Individuelles Wahlmodul						
Elective Module						
Kürzel:	IWPM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	4, 5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Nach Bedarf	
Lehrveranstaltungen	Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls. Das gleiche gilt für den Umfang der Präsenzzeit und des Selbststudiums (rechts) und der Lehrform, die unten mit "Sonstige" angegeben ist.				Präsenzzeit	Selbststudium
					0 h	180 h
Lehrformen	Sonstige					
Gruppengröße	Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
Qualifikationsziele	Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
Inhalte	Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL Wahlpflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, Wahlpflichtmodule allgemein SWP Wahlpflichtmodul im Studiengang Management, Wahlpflichtmodule allgemein MNG Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse	-					
Prüfungsformen						
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote	Siehe Prüfungsordnung					
Hauptamtlich Lehrende(r)	Alle Professorinnen und Professoren im FB					
Modulbeauftragte(r)	Studiendekan Wirtschaft					
Sonstige Informationen	Zur Orientierung für die Wahl: Als Individuelles Modul kann ein beliebiges Modul aus dem akademischen Studienangebot einer wissenschaftlichen Hochschule gewählt werden ("Fremdmodul"), sofern es die folgenden Bedingungen erfüllt: - Das Modul hat mindestens 6 Leistungspunkte, - Es liegt eine Modulbeschreibung vor, die auch einen englischen Modultitel enthält, - Das Modul ist benotet. - Für die Anerkennung in einem Masterstudiengang muss das Fremdmodul ebenfalls aus einem Masterstudiengang stammen.  Anmerkungen: - Das Fremdmodul kann auch von außerplanmäßigen Blockveranstaltungen wie Summerschools stammen und/oder von Einrichtungen, wie bspw. der Ruhr-Master-School, die von wissenschaftlichen Hochschulen getragen werden. - Bei Fremdmodulen, die keine ECTS-Leistungspunkte ausweisen, ist eine Anerkennung möglich, wenn die äquivalente Workload anderweitig nachgewiesen wird. - Das bestandene Fremdmodul erscheint mit dem Originaltitel und dem englischen Originaltitel auf dem Abschlusszeugnis. - Die hier beschriebene freie Wahl eines Wahlpflichtmoduls ist nur einmal innerhalb des jeweiligen Katalogs möglich. - Bei nicht nationalen Hochschulen ist vorab zu klären, ob Prüfungsleistungen aus dieser Hochschule grundsätzlich anerkannt werden können. - Die Beweispflicht für die o.g. Bedingungen liegt bei der/dem Studierenden. Im Zweifelsfalle sollte mit dem Prüfungsausschuss					



bzw. seiner/seinem Vorsitzenden Rücksprache gehalten werden, bevor ein solches Fremdmodul besucht wird.

Das Modul kann nur einmalig verwendet werden.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 6 Wahlpflichtmodule allgemein BWL

### Produktionsmanagement

Advances in production and operations management

Kürzel:	PRM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	4, 5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	
Vorlesung				30 h		60 h	
Übung, Seminar				30 h		60 h	

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung, Seminar

#### Gruppengröße

20-30

#### Qualifikationsziele

Studierende erwerben und vertiefen Methodenkenntnisse in den Bereichen der Produktionsplanung und -steuerung (PPS) sowie des entscheidungsunterstützenden Produktionscontrollings und Produktionsmanagements. Systemkenntnisse werden auch in der Unternehmensanwendung von insbes. ERP-, MES- und APS-Systemen aufgebaut. Zudem qualifizieren sich Studierende, die digitale Weiterentwicklung des Produktionsmanagements mit Schnittstellen zum Supply-Chain-Management beurteilen zu können. Durch die Übungs- und Fallstudienteile erlangen Studierende einen Überblick über die vielfältigen Aufgabenstellungen des Produktionsmanagements mit besonderem Fokus auf Methodeneinsatz in Produktionsplanung, -steuerung und -controlling.

#### Inhalte

Folgende Inhalte werden in den Veranstaltungen vermittelt:

- 1 Einführung in das Produktionsmanagement
- 2 Produktionsplanung
- 3 Produktionssteuerung
- 4 Produktionsentscheidungen und -optimierung
- 5 Produktionscontrolling
- 6 Systemunterstützung im Produktionsmanagement

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

#### Prüfungsformen

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, Semesterbegleitend: Schriftl Ausarbeitung ca 10 S. + Vortrag / Klausur 60 Min.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Pietschmann

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Pietschmann

#### Sonstige Informationen

Einstiegliteratur:

Bracht, Uwe; Geckler, Dieter; Wenzel, Sigrid (2018): Digitale Fabrik: Methoden und Praxisbeispiele, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, Berlin 2018.

Corsten, Hans; Gössinger, Ralf (2016): Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, 14., akt. u. erw. Aufl., Berlin 2016.

Dyckhoff, Harald; Spengler, Thomas Stefan (2010): Produktionswirtschaft: Eine Einführung, 3., überarb. u. erw. Aufl., Berlin, Heidelberg 2010.

Grabner, Thomas (2017): Operations Management: Auftragserfüllung bei Sach- und Dienstleistungen, 3., akt. Aufl., Wiesbaden 2017.

Kellner, Florian; Lienland, Bernhard; Lukesch, Maximilian (2020): Produktionswirtschaft: Planung, Steuerung und Industrie 4.0, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg 2020.

Kurbel, Karl (2021): ERP und SCM: Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie, 9., überarb. u. erw. Aufl., Berlin, Boston 2021.

Steven, Marion (2007): Handbuch Produktion: Theorie - Management - Logistik - Controlling, Stuttgart 2007.

Weitere Veranstaltungsinformationen und Literaturempfehlungen werden in den ersten Veranstaltungen bekannt gegeben.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025





**Sonstige Informationen**

Die jeweils aktuell angebotene Themenauswahl und entsprechende Literaturhinweise sowie die damit verbundene Prüfungsform werden jeweils zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 6 Wahlpflichtmodule allgemein BWL

<b>Statistik 2</b>						
Statistics 2						
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6	
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester	
<b>Lehrveranstaltungen</b>					<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Vorlesung					45 h	60 h
Übung					15 h	60 h
<b>Lehrformen</b>						
Vorlesung, Übung						
<b>Gruppengröße</b>						
<b>Qualifikationsziele</b>						
Die Studierenden kennen die grundlegenden Methoden der induktiven Statistik. Sie sind in der Lage, mit den erlernten Verfahren zu arbeiten. Sie können Schätzer bzgl. ihrer Eigenschaften beurteilen. Sie können von einer Stichprobe mit Punkt- und Intervallschätzern auf einen unbekannten Parameter einer Grundgesamtheit schließen. Sie beherrschen die Grundstruktur statistischer Hypothesentests und können diese auf neue Situationen übertragen. Sie sind fähig, aus verschiedenen speziellen Testverfahren das jeweils geeignete Verfahren auszuwählen. Sie sind in der Lage, mit Hilfe des klassischen Regressionsmodells Datensätze zu analysieren. Sie kennen die Anwendung der Verfahren mit Hilfe eines statistischen Softwareprogramms. Sie können entsprechende empirische Ergebnisse adäquat interpretieren und Schlussfolgerungen ziehen.						
<b>Inhalte</b>						
- Grundbegriffe der mathematischen Statistik und der Wahrscheinlichkeitstheorie						
- Eigenschaften von Schätzern						
- Punkt- und Intervallschätzung						
- Signifikanztests						
- Korrelation und Regression						
- Varianzanalyse (ANOVA)						
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP						
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>						
<b>Prüfungsformen</b>						
Klausur, Klausur						
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>						
Bestandene Modulprüfung						
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>						
Siehe Prüfungsordnung						
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>						
Prof. Dr. Thiel						
<b>Modulbeauftragte(r)</b>						
Prof. Dr. Thiel						
<b>Sonstige Informationen</b>						

## 7 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache BWL

<b>Wirtschaftsenglisch 2</b>					
Business English 2					
<b>Kürzel:</b>	WIE2	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsenglisch 2				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Vertiefte, berufsorientierte fachfremdsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz; Methoden- und Quellenkompetenzen für den selbständigen reflektierten Umgang mit fachfremdsprachlichen Inhalten, insbesondere auch an der Schnittstelle Deutsch / Englisch Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der englischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
<b>Inhalte</b>					
Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden; Vertiefendes selbständiges Erarbeiten und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen;					
Schwerpunkte u.a.:					
- bonds					
- stocks and shares					
- accounting and financial statements					
- market structure and competition					
- takeovers					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache BWL					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IM					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse; empfohlen wird der Besuch des Kurses "Wirtschaftsenglisch"					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, 120 Min.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Herr Dr. Budke; Herr Dr. Th. Winkelräth; Frau Gebben, N.N. (Sprachenzentrum)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
- Fachspezifische e-learning-Angebote des Sprachenzentrums (angeleitetes Selbststudium, ET).					
- Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.					
Literatur/Medien:					
Coursebook:					
MacKenzie, Ian: English for Business Studies, Third Edition. Cambridge University Press, 2010, Klett-Verlag. ISBN 3-12-539890-0					

Dictionaries: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):

- <https://www.merriam-webster.com/dictionary/PLC>
- <https://en.oxforddictionaries.com>
- <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>
- <http://dictionary.law.com/>
- <http://www.businessdictionary.com/>
- <https://www.leo.org>
- <https://www.linguee.de/>
- <https://de.pons.com/>
- <https://www.dict.cc/>
- <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/>
- <https://www.onelook.com>

Diverse Fachwörterbücher, z.B.:

- Hamblock, D. / Wessels, D. (2008): Wörterbuch Wirtschaftsenglisch. Berlin: Cornelsen.
- Geisen, H. / Hamblock, D. (1997): Words for Business: Lernwörterbuch Wirtschaftsenglisch. Berlin: Cornelsen & Oxford.

Business magazines / business sections aus Tages- und Wirtschaftszeitungen: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):

(englisch)

- <https://www.economist.com/>
- <https://www.theguardian.com/uk/business>
- <https://www.nytimes.com/section/business>
- <https://www.washingtonpost.com/business/>
- <https://www.thetimes.co.uk/>
- <https://www.irishtimes.com/business>
- <https://www.ft.com/>
- <https://www.bbc.com/news/business>

(deutsch)

- <https://www.faz.net>
- <https://www.zeit.net>
- <https://www.welt.de>
- <https://www.handelsblatt.de>

Lernsoftware / Blended learning Module:

- ET - exam trainer (SPZ)
- various CALL-products

Aktuelle Handouts während des Semesters

## 7 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache BWL

Wirtschaftspraktikum					
Business French					
Kürzel:	WIF	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftspraktikum				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der französischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
<b>Inhalte</b>					
Ziel der Veranstaltung ist der Erwerb fundierter Fachsprachenkenntnisse im Bereich Wirtschaft und Handel sowie der Einblick in landesspezifische Gegebenheiten Frankreichs. Im Hinblick auf den Erwerb berufsbezogener Handlungskompetenz werden einerseits einschlägige fachsprachliche Strukturen vermittelt, andererseits erfolgt eine zunehmende selbständige Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen.					
<b>Schwerpunkte u.a.:</b>					
- l'économie nationale - la distribution - l'entreprise					
Im Rahmen des Themenschwerpunktes "Handel/Vertrieb (la distribution)" werden die verschiedenen Vertriebsfunktionen, unterschiedliche Vertriebswege und die wichtigsten Vertriebsformen und Verkaufsmethoden vorgestellt. Ferner werden die typischen Vertriebsstrukturen des französischen Einzelhandels sowie die Veränderung der Wettbewerbslage durch das Vordringen deutscher Discounter auf dem französischen Markt behandelt. Die Vorstellung der aktuellen Struktur des französischen Einzelhandels konzentriert sich dabei auf das Luxusgütersegment wie es in den typischen französischen "Luxuswarenhäusern" Galeries Lafayette, Printemps und Le Bon Marché vertreten ist.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache BWL					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Business and Communication, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IBC					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IM					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Französischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "Basismodul Frankreich" des Sprachenzentrums					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, 120 Min.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Herr Fischer (Sprachenzentrum)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
- Seminarflankierend bietet das MultiMedia-Labor des Sprachenzentrums ein individualisiertes, interaktives digitales Lernangebot zur intensiven Aufarbeitung von Lerndefiziten.					
- Fachspezifische e-learning-Angebote des Sprachenzentrums.					
- Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.					

Literatur/Medien:

- Zwei Fachsprachedossiers und weitere Materialien stehen den Studierenden im (digitalen) Handapparat zur Verfügung.
- Von Gollwitzer, Andrea, *Le français des affaires: Guide pratique* (Stuttgart, Reclam, ISBN 978-3-15-019880-3)
- Cloose, Eliane, *Le français du monde du travail: Approche spécifique de l'économie et du monde des affaires* (Grenoble: PUG, 2014)
- Aktuelle Handouts während des Semesters

Sites Internet:

[www.arte.tv/fr](http://www.arte.tv/fr)  
[www.assemblee-nationale.fr](http://www.assemblee-nationale.fr)  
[www.capital.fr](http://www.capital.fr)  
[www.elysee.fr](http://www.elysee.fr)  
[www.europarl.fr](http://www.europarl.fr)  
[www.france24.com](http://www.france24.com)  
[www.gouvernement.fr](http://www.gouvernement.fr)  
[www.insee.fr](http://www.insee.fr)  
[www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)  
[www.les-echos.fr](http://www.les-echos.fr)  
[www.rtl.fr](http://www rtl.fr)  
[www.tv5monde.com](http://www.tv5monde.com)  
[www.vie-publique.fr](http://www.vie-publique.fr)

Stand: Druckdatum: 07.12.2025

## 7 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache BWL

<b>Wirtschaftsspanisch</b>							
Business Spanish							
<b>Kürzel:</b>	WIS	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6		
<b>Semester:</b>	2, 3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester		
<b>Lehrveranstaltungen</b>			<b>Präsenzzeit</b>		<b>Selbststudium</b>		
Wirtschaftsspanisch			60 h		120 h		
<b>Lehrformen</b>							
Seminar, Sonstige							
<b>Gruppengröße</b>							
30							
<b>Qualifikationsziele</b>							
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der spanischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente							
<b>Inhalte</b>							
Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden; Anleitung zur selbständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen;							
Schwerpunkte u.a.:							
- la actividad económica							
- la distribución							
- la banca							
- economía y medio ambiente							
- logística							
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>							
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache BWL							
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Business and Communication, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IBC							
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IM							
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>							
Fortgeschrittene Spanischkenntnisse							
<b>Prüfungsformen</b>							
Klausur, 120 Min.							
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>							
Bestandene Modulprüfung							
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>							
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht							
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>							
Frau Saá Arias, Herr Fischer (Sprachenzentrum)							
<b>Modulbeauftragte(r)</b>							
Leitung Sprachenzentrum							
<b>Sonstige Informationen</b>							
- Fachspezifische e-learning-Angebote im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.							
- Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums.							
- 2 Fachsprachdossiers des Sprachenzentrums							
<b>Zusätzliche Ressourcen:</b>							
- Wörterbuch Wirtschaftsspanisch, 2 Bde.. von Sarti. Juan-Francisco; Deutsch-Spanisch; Spanisch-Deutsch, 2000, Cornelsen ISBN 3-464-49391-1							
- Wirtschaftsspanisch-Wörterbuch von Padilla Galvez, Jesus; Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch. Lehr- und Handbücher zu Sprachen und Kulturen IX, 1999, Oldenburg ISBN 3-486-24606-2							
- Wirtschaftsspanisch. Bd. 1 Deutsch-Spanisch von Eichborn, Reinhart von; Puime, Mario, o. J. ; Siebenpunkt Lexiport ISBN 3-927929-00-X							
- Wirtschaftsspanisch. Bd. 2 Spanisch Deutsch von Eichborn, Reinhart von; Puime, Mario, o.J., Siebenpunkt Lexiport ISBN							

3-927929-01-8

- PONS Business-Wörterbuch Spanisch, Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch. Rund 255.000 Stichwörter und Wendungen. Neuentwicklung, 2006 Klett, ISBN 3-12-517444-9
- Gabler Wirtschaftswörterbuch Spanisch. Bd. 1 Deutsch-Spanisch Wörterbuch für den Wirtschaftsverkehr, Handelsverkehr und Rechtsverkehr, Mitarbeit: Sanchez, Ce-lestino; Stuckenberger, Kornelia. 63.000 Wörter und Wendungen. Neuaufl. 2007, Langenscheidt Fachverlag ISBN 978-3409299121
- Wörterbuch der Rechtssprache und Wirtschaftssprache: Diccionario jurídico y económico. TI.1 Deutsch-Spanisch von Becher, Herbert J.Beck'sche Rechts- und Wirtschaftswörterbücher 5. Aufl., 1999, Beck Juristischer Verlag ISBN 3-406-45161-6
- Wörterbuch der Rechtssprache und Wirtschaftssprache: Diccionario jurídico y económico. TI.2 Deutsch-Spanisch von Becher, Herbert J.Beck'sche Rechts- und Wirtschaftswörterbücher 5. Aufl., 1999, Beck Juristischer Verlag ISBN 3-406-44442-3
- International Business To Go; Schlüsselfaktoren im globalen Geschäft von Sergey Frank, 1. Aufl. 2018, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (Verlag), ISBN 978-3-658-18775-0
- Sergey Frank: Internationales Business. Präsentieren, Verhandeln, Business English (Verhandlungen in Spanien und Lateinamerika) von Sergey Frank, (2003) ISBN 978-34488056501
- Wirtschaftsspanisch: Terminologisches Handbuch - Manual de lenguaje económico von Johannes Schnitzer De Oldenbourg Gruyter, 2013, ISBN 9783486755145
- Wirtschaftsspanisch für Berufseinsteiger Von Moncho Brunego, Andrés 2015, ISBN 9783825244071
- Wirtschaftsspanisch ? Terminologisches Handbuch Manual de Lenguaje Económico von Schnitzer, Johannes (Hrsg.), Martí, Jordi (Hrsg.), Walter de Gruyter 2004, ISBN GTIN 978-3-486-20005-8
- La comunicación informal en los negocios, von Ana María Brenes García, Wan-da Lauterborn, Madrid 2002, ISBN: 9788476355015

Stand: Druckdatum: 07.12.2025