

Inhalt

1 Pflichtmodule	2
1.1 Angewandte Statistik	2
1.2 Bachelorarbeit	4
1.3 Cross Cultural Management and Communication	5
1.4 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	7
1.5 Externes Rechnungswesen	9
1.6 Global Marketing	11
1.7 Grundlagen der Unternehmensbesteuerung	12
1.8 International Business Relations	13
1.9 International Management	15
1.10 Internationales Investitions- und Finanzmanagement	17
1.11 Internes Rechnungswesen	18
1.12 Marketing und Controlling	19
1.13 Personal und Organisation	21
1.14 Präsentationstechniken & Wissenschaftliches Arbeiten	23
1.15 Praxisphase	25
1.16 Project	26
1.17 Volkswirtschaftslehre	27
1.18 Wirtschafts- und Finanzmathematik	28
1.19 Wirtschaftsenglisch	30
1.20 Wirtschaftsinformatik	32
1.21 Wirtschaftsrecht	34
2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IM	35
2.1 Wirtschaftsenglisch 2	35
2.2 Wirtschaftsfranzösisch	37
2.3 Wirtschaftsspanisch	39

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

Angewandte Statistik

Applied Statistics

Kürzel:	WMS3	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
----------------	------	------------------	-------	-------------------------	---

Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
------------------	---	---------------	------------	--------------------	------------------------------

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
---------------------	-------------	---------------

Vorlesung	30 h	60 h
-----------	------	------

Übung	30 h	60 h
-------	------	------

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

Ü: ca. 40

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen

- Beobachtungswerte in aussagekräftigen Darstellungen zusammenfassen können,
- die wichtigsten statistischen Kennzahlen für die Verteilung ein- und zweidimensionaler Daten berechnen und interpretieren können,
- den Zusammenhang zwischen Merkmalen quantifizieren und beurteilen können,
- die Bedeutung von Preisindizes kennen und die wichtigsten Verfahren zu ihrer Berechnung anwenden können,
- Zufallsvorgänge mittels mathematischer Konzepte beschreiben und Wahrscheinlichkeiten für Ereignisse berechnen können,
- die wichtigsten Verteilungsmodelle kennen und anwenden können,
- Fragestellungen aus der Praxis, bei denen von einer Stichprobe Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit gezogen werden sollen in eine statistische Fragestellung übersetzen und selbständig lösen können.

Inhalte

- Ein- und zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen,
- Lage- und Streuungsmaße, Zusammenhangsmaße,
- Lineare Regressionsrechnung,
- Indexzahlen,
- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung,
- Ausgewählte diskrete und stetige Verteilungsmodelle,
- Zentraler Grenzwertsatz,
- Stichprobenfunktionen,
- Parameterschätzung,
- Testen von Hypothesen.

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung
Pflichtmodul im Studiengang International Management
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie

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. Thiel

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Thiel

Sonstige Informationen



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 selbsttätig erschlossene Fach- und Methodenwissen selbstständig in einem anwendungsorientierten Projekt an. Sie/er stellt die erarbeiteten Ergebnisse in Wort (Prüfungsgespräch) und Schrift (Abschlussarbeit) überzeugend dar.					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - 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					

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Cross Cultural Management and Communication

Cross Cultural Management and Communication					
Kürzel:	CCM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Cross Cultural Management and Communication				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
<p>At the end of the course students</p> <ul style="list-style-type: none"> - are able to reflect on their own cultural roots, norms and values - are sensitized towards the influence of cultural aspects on management and leadership in a globalized world - know more about different cultures and countries and their specifics in professional behaviours and practices and are able to decode how people think, lead and get things done across cultures - have expanded and tested their toolbox of methods to act appropriately and effectively in intercultural situations 					
Inhalte					
<p>During this course students learn more about cross cultural management and communication in general and about traits and behaviours in different countries and cultures in particular. Additionally, they increase their ability as team players through manifold teamwork activities and discussions throughout the course.</p> <p>Course topics include</p> <ul style="list-style-type: none"> - culture as on facet of diversity - communicating across cultures - evaluating performance and providing feedback across cultures - persuading across cultures - leading across cultures - deciding across cultures - trusting across cultures - disagreeing productively across cultures - scheduling and cross-cultural perceptions of time across cultures 					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
-					
Prüfungsformen					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, Vortrag(30 Min.)/schriftl. Ausarbeitung (ca 20 S.), Klausur 60 Min.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Ettl					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Ettl					
Sonstige Informationen					
<p>Reading material:</p> <p>Harvard Business Review (Hg.) (2016): HBR's 10 Must Reads On Managing Across Cultures. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.</p> <p>Hofstede, Geert; Hofstede, Gert Jan; Minkov, Michael (2010): Cultures and Organizations. Software of the Mind: Intercultural</p>					

Cooperation and Its Importance for Survival. 3. Ed. New York: McGraw-Hill.

Lewis, Richard D. (2018): When Cultures Collide. Leading Across Cultures. 4. Ed. London: Nicholas Brealey Publishing.

Meyer, Erin (2016): The Culture Map. Decoding How People Think, Lead, and get Things Done Across Cultures. New York: PublicAffairs.

Steers, Richard M.; Osland, Joyce; Szklarek, Betina (2023): Management Across Cultures. Challenges, Strategies, and Skills. 5. Aufl. Cambridge, United Kingdom, New York: Cambridge University Press.

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Introduction to Business Administration

Kürzel:	IBA	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	1	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Integrierte Vorlesung und Übung	30 h	60 h
Planspiel Management Essentials	30 h	60 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

V: 100

Ü: 40

Qualifikationsziele

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.

Inhalte

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

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

-

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. Pietschmann, Prof. Dr. Schwark

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

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Externes Rechnungswesen

Financial Accounting

Kürzel:	EXREWE	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	1	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Buchführung und Bilanzierung	60 h	120 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

130-170

Qualifikationsziele

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.

Inhalte

- 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).
- Verbuchung von Geschäftsvorfällen des laufenden Geschäftsbetriebs (u.a. Abschreibungsbuchungen sowie Buchungen im Bereich des Warenverkehrs, der Umsatzsteuer und des Personalaufwands).
- Einführung in die Zwecke der handelsrechtlichen Rechnungslegung und in das System der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
- Bewertungsregeln (Erst- und Folgebewertung von Anlage- und Umlaufvermögen)
- Ausgewählte Bilanzpositionen (Rechnungsabgrenzungsposten, Eigenkapital, Rückstellungen)

Die Veranstaltung wird durch ein umfangreiches e-learning-Angebot ergänzt.

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

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. Oberdörster

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Oberdörster

Sonstige Informationen

Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):

- HGB
- Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, Düsseldorf.
- Bechtel/Brink: Einführung in die moderne Finanzbuchführung, München.
- Bornhofen/Bornhofen: Buchführung 1, Wiesbaden.



1 Pflichtmodule

Global Marketing

Global Marketing					
Kürzel:	GM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Internationales Marketing				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung					
Gruppengröße					
50					
Qualifikationsziele					
<p>Die Inhalte der Lehrveranstaltung "Global Marketing" fokussieren auf die Vorbereitung der Studierenden in internationalen beruflichen Engagements. Zur erfolgreichen Bewältigung strategischer und operativer Aufgaben sind fundierte Kenntnisse internationaler betriebswirtschaftlicher Themengebiete von elementarer Bedeutung.</p> <p>Absolventen können im Bereich ?Marketing? internationale wissenschaftliche Studien auf dem Hintergrund umfassend detaillierter Marketingkenntnisse hinsichtlich ihrer Relevanz für die internationale Unternehmenspraxis bewerten und hinterfragen.</p> <p>Absolventen können optionale Vorgehensweisen und die Besonderheiten in der internationalen Marktforschung, potenzielle Marketingstrategien mit der Grundproblematik der Standardisierung und Differenzierung in den einzelnen Marketing- teilaspekten und der Einsatz der Marketinginstrumente vor dem Hintergrund unterschiedlicher wirtschaftspolitischer, wirtschaftlicher, kulturelle und sprachlicher Umgebung situationsangemessen auswählen und kritisch bewerten.</p> <p>Absolventen können im Bereich ?Marketing? analytische Arbeitsweisen und Besonderheiten im internationalen Marketing diskutieren, auch bei unvollständigen Informationen Alternativen abwägen, ihren Nutzen für die fallspezifische Verwendung bewerten und sie dann ausgewählt anwenden und eine ?Methodenlösung? entwickeln.</p>					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Basics of International Marketing - Framework and impediments of international Business - Foreign Market Entry Modes - Process of Entering international markets - Customer Behaviour and international Research - Institutional Approach - Operational tools in international marketing 					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
-					
Prüfungsformen					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung, 60 min. / appr. 15 p.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Passed exam					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Schulze, Prof. Dr. Richelsen					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Schulze					
Sonstige Informationen					
<p>Albaum, G./ Duerr, E.: International Marketing and Export Management, 6. ed., Upper Saddle River / New Jersey 2008; Backhaus, K./ Büschken, J./ Voeth, M.: International Marketing, Houndmills 2006; Cateora, P./ Graham, J.: International marketing, 14th ed., Boston 2009; Heilmann, T.: Manual of International Marketing, 1. ed., Wiesbaden 2006; Hollensen, S.: Global marketing - a decision-oriented approach, 4th ed., Harlow 2007; Kotabe, M./ Helsen, K.: Global Marketing Management, 4th ed., New Jersey 2010; Krafft, M./ Hesse, J./ Höfling, J./ Peters, K./ Rinas, D.: International direct marketing - principles, best practices, marketing facts, 1. ed., Berlin, 2007; Schmidt, M./ Hollensen, S.: Marketing research - an international approach, Harlow, 2006.</p>					



1 Pflichtmodule

Grundlagen der Unternehmensbesteuerung

Introduction to Corporate Taxation

Kürzel:	TAX	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	1, 3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Einführung in die Unternehmensbesteuerung	60 h	120 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

100-120

Qualifikationsziele

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.

Inhalte

- 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)

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung
Pflichtmodul im Studiengang International Management

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

Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):

- Rose, G./Watrin, C., Ertragsteuern, Berlin.
- Dinkelbach, A., Ertragsteuern, Wiesbaden.
- Grefe, Unternehmenssteuern, Herne.

1 Pflichtmodule

International Business Relations

International Business Relations					
Kürzel:	IBR	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
International Business Relations				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Seminar					
Gruppengröße					
40					
Qualifikationsziele					
<p>This course explores the dynamic interplay between globalization and sustainability. It examines how global economic, political, and cultural integration impacts environmental and social systems, and how sustainable practices can be implemented within this context. Students will analyze key theories, case studies, and current events to understand the challenges and opportunities that arise at the intersection of globalization and sustainability.</p> <p>Students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Define and explain the concepts of globalization and sustainability. - Demonstrating an understanding of the Varieties of Capitalism-approach to analyze different national perspectives. - Analyze the effects of globalization on environmental and social sustainability. - Evaluate policies and strategies aimed at promoting sustainability in a global context. - Apply theoretical frameworks to real-world case studies. 					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Overview of key concepts and definitions globalization and sustainability - Introduction to the Varieties of Capitalism-approach - Evolution of globalization: Economic and political dimensions - Case studies on deforestation, pollution, and climate change - United Nations' SDGs: Implementation and challenges - Role of multinational corporations: Corporate social responsibility (CSR) - Impact of technology on sustainability: Renewable energy and green technologies - Sustainable trade practices: Fair trade and ethical supply chains - Global climate policies: National and international responses 					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
-					
Prüfungsformen					
mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schrift. Ausarb. (ca 15 S.) + Vortrag + mündl. Prf.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Siehe Prüfungsordnung					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Greitens					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Greitens					
Sonstige Informationen					
<ul style="list-style-type: none"> - Hall / Soskice (2001): Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage, Oxford University Press, 2001 - Raworth (2018): Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist, Cornerstone, 2018 - Robertson (2021): Sustainability Principles and Practice, 3rd edition, Routledge, 2021 					



- Steger (2018): Globalization: A Very Short Introduction, Oxford University Press, 2018

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

International Management

International Management					
Kürzel:	IM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
International Management				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Projekt, Seminar					
Gruppengröße					
30-40					
Qualifikationsziele					
<p>At the end of the course students</p> <ul style="list-style-type: none"> - gained a basic understanding of management and leadership, particularly with an international focus on normative, strategic and operative level - have become familiar with a variety of management tools for various business-related situations and can assess their suitability and for different issues and questions - were enabled to make and explain management decisions within a team and plan steps for implementation - are able to put management issues into writing on an academic level and to present results in English on a professional level 					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Management basics (definition of management; management theory; management and leadership) - Normative management (corporate goals; corporate constitution; corporate culture) - Strategic management (strategies in general, competitive strategies) - Operative management (suitable management tools for diverse concrete management tasks) - International management specifics (value creation in a globalized world; working together globally; internationalisation philosophies and strategies) - Being a manager - New and critical perspectives in management 					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
-					
Prüfungsformen					
Klausur, Klausur (60 Min.)					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Ettl					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Ettl					
Sonstige Informationen					
<p>Buckingham, Marcus (2005): What great managers do. In: Harvard Business Review, March 2005, 83(3).</p> <p>Groysberg, Boris; Lee, Jeremiah; Price, Jesse; Cheng Yo-Jud (2018): The Leader's Guide to Corporate Culture. How to Manage the Eight Critical Elements of Organizational Life. In: Harvard Business Review, January-February 2018: 44-52.</p> <p>Mintzberg, Henry (1987): Crafting Strategy. Harvard Business Review, 65(4), 66-75.</p> <p>Müller-Stewens, Günter; Lechner, Christoph; Kreutzer, Markus; Stonig, Joachim (2024): Strategisches Management. Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 6. aktualisierte Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Paul, Herbert; Wollny, Volrad (2020): Instrumente des strategischen Managements. Grundlagen und Anwendung, 3., überarbeitete Auflage. Berlin, Boston: Walter de Gruyter.</p>					



Porter, Michael E. (1996): What is strategy? Harvard Business Review, 74(6), 61-78.

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

Steers, Richard M.; Osland, Joyce; Szkudlarek, Betina (2023): Management Across Cultures. Challenges, Strategies, and Skills. 5.

Aufl. Cambridge, United Kingdom, New York: Cambridge University Press.

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Internationales Investitions- und Finanzmanagement

International Investment and Financial Management

Kürzel:	IUF	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Investition und Finanzierung	60 h	120 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung, Seminar

Gruppengröße

80 - 120

Qualifikationsziele

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.

Inhalte

- Einführung und Grundlagen
- Die Kapitalwertmethode und die Interne Zinsfußmethode
- Risiko und Rendite
- Bewertung von Aktien
- Kapitalstruktur bei vollkommenem und vollständigem Kapitalmarkt ohne Steuern

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung
Pflichtmodul im Studiengang International Management
Pflichtmodul 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. Gröne

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Gröne

Sonstige Informationen

- Gischer / Herz / Menkhoff: Geld, Kredit und Banken, Springer, aktuelle Auflage
- Bösch: Finanzwirtschaft: Investitionen, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, Vahlen, aktuelle Auflage

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Internes Rechnungswesen

Cost Accounting					
Kürzel:	INREWE	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Kosten- und Leistungsrechnung				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung					
Gruppengröße					
V.: 80 - 120 Ü.: ca. 40					
Qualifikationsziele					
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.					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - 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 					
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					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
-					
Prüfungsformen					
Klausur, 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					
Basisliteratur:					
Klaus Olfert, Kosten- und Leistungsrechnung, Kiehl-Verlag					
Roman Macha, Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, Vahlen-Verlag					
William Jórasz, Kosten- und Leistungsrechnung, Schaeffer-Poeschl					

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Marketing und Controlling

Marketing and Controlling

Kürzel:	MaCo	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen des Marketings	30 h	60 h
Grundlagen des Controllings	30 h	60 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

V: 40

Ü: 40

Qualifikationsziele

Themengebiet Marketing:

Studierende, die dieses Teilmodul 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 kennzahlenbasiertes 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.

Inhalte

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
<p>Literatur:</p> <p>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;</p> <p>Weitere Veranstaltungsinformationen und Literaturempfehlungen werden in den ersten Veranstaltungen bekannt gegeben. Zusätzlich erfolgt ein eigenes Angebot von e-Learning-Material.</p> <p>Teilmodul Controlling: Coenenberg, Adolf Gerhard; Fischer, Thomas M.; Günther, Thomas (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9., überarbeitete Auflage, Stuttgart 2016.</p> <p>Feuerlohn, Bernd; Behrens, Reinhard (2018): Angewandtes Unternehmenscontrolling: Operative Systeme der Planung, Kontrolle und Entscheidung, Berlin 2018.</p> <p>Fischer, Thomas M.; Möller, Klaus; Schultze, Wolfgang (2015): Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart 2015.</p> <p>Horváth, Péter; Gleich, Ronald; Seiter, Mischa (2020): Controlling, 14. Aufl., München 2020.</p> <p>Küpper, Hans-Ulrich; Friedl, Gunther; Hofmann, Christian; Hofmann, Yvette; Pedell, Burkhard (2013): Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 6. Aufl.</p> <p>Reichmann, Thomas; Kißler, Martin; Baumöl, Ulrike; Hoffjan, Andreas; Palloks-Kahlen, Monika; Richter, Hermann J.; Schön, Dietmar (2017): Controlling mit Kennzahlen, 9. Auflage, München 2017.</p> <p>Schroeter, Bernhard (2002): Operatives Controlling: Aufgaben, Objekte, Instrumente.</p> <p>Weber, Jürgen; Schäffer, Utz (2022): Einführung in das Controlling, 17. Auflage, Stuttgart 2022.</p> <p>Weitere Veranstaltungsinformationen und Literaturempfehlungen werden in den ersten Veranstaltungen bekannt gegeben. Zusätzlich erfolgt ein eigenes Angebot von e-Learning-Material.</p>

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Personal und Organisation

Human Resources and Organisation

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

Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
------------------	---	---------------	------------	--------------------	------------------------------

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Personalmanagement	30 h	60 h
Organisation	30 h	60 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

60-140

Qualifikationsziele

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

Inhalte

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

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

-

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. Ettl



Modulbeauftragte(r)
Prof. Dr. Ettl
Sonstige Informationen
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: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Präsentationstechniken & Wissenschaftliches Arbeiten

Presentation techniques & scientific work

Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	1	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Präsentationstechniken & Wissenschaftliches Arbeiten	60 h	120 h

Lehrformen

Seminar

Gruppengröße

20-30

Qualifikationsziele

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)

Inhalte

- Zeit- und Selbstmanagement
- Präsentationskompetenzen
- Wissenschaftliche Recherche
- Wissenschaftliches Schreiben und Kommunizieren
- Qualitative und quantitative Datenerhebung
- Regeln guter wissenschaftlicher Praxis
- Einsatz von KI in der Wissenschaft

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

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

Prüfungsformen

Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, Vortrag (20 Min.) + schriftliche Ausarbeitung (ca. 10 S.)

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

unbenotet



Hauptamtlich Lehrende(r)
Prof. Dr. Greitens, Prof. Dr. Schwark
Modulbeauftragte(r)
Prof. Dr. Greitens, Prof. Dr. Schwark
Sonstige Informationen

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Praxisphase					
Company Internship					
Kürzel:		Workload:	540 h	Leistungspunkte:	18
Semester:	6	Dauer:	14 Wochen	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Praxisphase				0 h	540 h
Lehrformen					
Projekt, Sonstige					
Gruppengröße					
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.					
Qualifikationsziele					
<ul style="list-style-type: none"> - Studierende kennen Einblicke und Kenntnisse über Tätigkeitsgebiete von Betriebswirten und können diese beschreiben - Studierende können die bisher erworbenen theoretischen Kenntnisse im betrieblichen Umfeld nach wissenschaftlichem Standard anwenden und darüber reflektieren - Studierende können die Bedeutung wissenschaftlichen Vorgehens in der betrieblichen Praxis bewerten, und weitere betriebswirtschaftliche Themenstellungen (ggf. auch für die Bachelorarbeit) erkennen. 					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Eigene Recherche nach einer geeigneten Stelle für die Praxisphase und Durchlauf des jeweiligen Bewerbungsprozesses - Abstimmung der Aufgabenstellung mit der/dem betreuenden Professor/in als Zulassungsvoraussetzung. - 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. 					
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					
keine					
Prüfungsformen					
schriftliche Ausarbeitung, Schriftliche Ausarbeitung ca. 10-15 Seiten					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Zur Anerkennung der Praxisphase sind ein ca. 10-seitiger Praxissemesterbericht inkl. eines persönlichen Fazits und ein qualifiziertes Arbeitszeugnis vorzulegen.					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Unbenotet					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Alle Professorinnen und Professoren im FB					
Modulbeauftragte(r)					
Studiendekan Wirtschaft					
Sonstige Informationen					
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 https://moodle.w-hs.de/course/view.php?id=218#section-5					

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Project					
Project					
Kürzel:	PJ	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Project				30 h	150 h
Lehrformen					
Projekt					
Gruppengröße					
20					
Qualifikationsziele					
<p>At the end of the course students</p> <ul style="list-style-type: none"> - are able to analyze and to systematically structure complex problem statements regarding international management issues - are trained to develop solutions for complex business tasks applying their management skills and suitable tools of business administration - can organize solution process within a team - gained knowledge how to apply relevant criteria and methods of scientific research, especially regarding data collection, analysis and interpretation - did professionalise their abilities to present project results in written and oral ways on an academic level in English to researchers and practitioners 					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Projectmanagement (structuring of tasks, coordination within the team, milestone planning, condensation of results) - Team management and collaborative skills - Communication in teams, communities and with external partners - Criteria and methods of scientific research - Writing down and presenting scientifically conducted research results 					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
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)					
Prof. Dr. Ettl					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Ettl					
Sonstige Informationen					
In this module, we work together with partner organizations from business and society that have tasks related to international management issues.					

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Volkswirtschaftslehre

Economics					
Kürzel:	VWL	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2, 4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Volkswirtschaftslehre				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Seminar					
Gruppengröße					
Vorlesung 120 , Übung je 40					
Qualifikationsziele					
<p>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.</p> <p>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.</p>					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - 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 					
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					
-					
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. Greitens					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Greitens					
Sonstige Informationen					
<ul style="list-style-type: none"> - 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 					

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

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



1 Pflichtmodule

Wirtschaftsenglisch

Business English					
Kürzel:	WIE	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2, 3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wirtschaftsenglisch				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der englischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
Inhalte					
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.					
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					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "English Support Programme" des Sprachenzentrums					
Prüfungsformen					
Klausur, 120 Min.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Herr Dr. Budke; Herr Dr. Th. Winkelrath; Frau Gebben et al. (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
- 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.					
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 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

Wirtschaftsinformatik

Business Informatics

Kürzel:	WIN	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	1, 3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Vorlesung	30 h	60 h
Übung	30 h	60 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

Übung.: ca. 40

Qualifikationsziele

Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologie für betriebswirtschaftliche Prozesse.

- Sie kennen wesentliche Komponenten der IuK-Technologie.
- Sie können bestehende Prozesse analysieren und auf Einsatzmöglichkeiten von IuK-Technologie untersuchen.
- Sie können abgegrenzte betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme mit Hilfe der individuellen Datenverarbeitung lösen.
- Sie können die Einsatzpotenziale internetbasierter Informationssysteme analysieren.
- Sie verstehen die Herausforderungen des interkulturellen IT-Managements und von Globalisierungsprozessen.

Inhalte

- Bedeutung der Wirtschaftsinformatik.
- Komponenten betriebswirtschaftlicher Informationssysteme.
- Entwicklung betriebswirtschaftlicher Informationssysteme mit Instrumenten der individuellen Datenverarbeitung.
- Einsatz von Endbenutzerwerkzeugen, insbes. MS-Excel.
- Stand und Entwicklungstendenzen von e-Business, unternehmensweite Informations- und Kommunikationssysteme, insbesondere in der Verwendung von KI-Anwendungstools
- Operative und dispositive Informationssysteme.
- IT-Trends im internationalen Kontext.

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

-

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. Priemer, Prof. Dr. Pulst, Prof. Dr. Kruse

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Priemer

Sonstige Informationen

Die praktischen Übungen finden im PC- Labor statt.

Literatur:

Hansen, H.R.: Wirtschaftsinformatik, De Gruyter Studium 2015;



Vorlesungsskript.

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

1 Pflichtmodule

Wirtschaftsrecht

Business Law

Kürzel:	WR	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen des deutschen und internationalen Wirtschaftsrechts	60 h	120 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

50

Qualifikationsziele

Studierende verstehen die juristischen Prinzipien des kaufmännischen Vertragsrechts, des Sachenrechts und Gesellschaftsrecht mit den jeweiligen Bezügen zum europäischen und internationalen Wirtschaftsprivatrecht.
Sie können die betreffenden Gesetze auf einfache Sachverhalte anwenden.

Inhalte

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

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

-

Prüfungsformen

Klausur, 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

Hauptamtlich Lehrende(r)

Hon.-Prof. Dr. Lieckfeldt

Modulbeauftragte(r)

Hon.-Prof. Dr. Lieckfeldt, Studiendekan Wirtschaft

Sonstige Informationen

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IM

Wirtschaftsenglisch 2

Business English 2					
Kürzel:	WIE2	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wirtschaftsenglisch 2				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
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					
Inhalte					
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					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache BWL Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IM					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse; empfohlen wird der Besuch des Kurses "Wirtschaftsenglisch"					
Prüfungsformen					
Klausur, 120 Min.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Herr Dr. Budke; Herr Dr. Th. Winkelrath; Frau Gebben, N.N. (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
- 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

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IM

Wirtschaftsfranzösisch

Business French					
Kürzel:	WIF	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wirtschaftsfranzösisch				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der französischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
Inhalte					
<p>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.</p> <p>Schwerpunkte u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'économie nationale - la distribution - l'entreprise <p>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.</p>					
Verwendbarkeit des Moduls					
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					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Fortgeschrittene Französischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "Basismodul Frankreich" des Sprachenzentrums					
Prüfungsformen					
Klausur, 120 Min.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Herr Fischer (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
<ul style="list-style-type: none"> - 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
www.assemblee-nationale.fr
www.capital.fr
www.elysee.fr
www.europarl.fr
www.france24.com
www.gouvernement.fr
www.insee.fr
www.lemonde.fr
www.lesechos.fr
www.rtl.fr
www.tv5monde.com
www.vie-publique.fr

Stand: Druckdatum: 18.12.2025

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache IM

Wirtschaftsspanisch

Business Spanish					
Kürzel:	WIS	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2, 3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wirtschaftsspanisch				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der spanischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
Inhalte					
<p>Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden; Anleitung zur selbstständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen; Schwerpunkte u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la actividad económica - la distribución - la banca - economía y medio ambiente - logística 					
Verwendbarkeit des Moduls					
<p>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</p>					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Fortgeschrittene Spanischkenntnisse					
Prüfungsformen					
Klausur, 120 Min.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Frau Saá Arias, Herr Fischer (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
<ul style="list-style-type: none"> - Fachspezifische e-learning-Angebote im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums. - Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums. - 2 Fachsprachedossiers des Sprachenzentrums <p>Zusätzliche Ressourcen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wörterbuch Wirtschaftsspanisch, 2 Bde.. von Sarti. Juan-Fransisco; 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 juridico y economico. 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 juridico y economico. 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 Economico von Schnitzer, Johannes (Hrsg.), Marti, 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: 18.12.2025