

Inhalt

1 Pflichtmodule	2
1.1 Allgemeine Psychologie 1	2
1.2 Allgemeine Psychologie 2	3
1.3 Angewandte Statistik	5
1.4 Arbeits- und Organisationspsychologie	7
1.5 Bachelorarbeit	8
1.6 Differentielle und Persönlichkeitspsychologie	9
1.7 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	10
1.8 Einführung in die Wirtschaftspsychologie	12
1.9 Grundlagen des Rechnungswesens	13
1.10 Grundzüge des Managements	14
1.11 Internationales Investitions- und Finanzmanagement	16
1.12 Marketing und Controlling	17
1.13 Personal und Organisation	19
1.14 Praxisphase	21
1.15 Projekt im Berufsfeld	22
1.16 Psychologische Handlungskompetenz	23
1.17 Sozialpsychologie	25
1.18 Volkswirtschaftslehre	26
1.19 Wirtschafts- und Finanzmathematik	27
1.20 Wirtschaftsenglisch	29
1.21 Wirtschaftsinformatik	31
1.22 Wirtschaftsrecht	33
1.23 Wissenschaftliches Arbeiten	34
2 Wahlpflichtmodule allgemein WP	36
2.1 Individuelles Wahlmodul	36
2.2 IT-gestütztes Controlling	38
2.3 Jahresabschlussanalyse	40
2.4 Marktforschung	41
2.5 Operatives Controlling	42
2.6 Produktionsmanagement	44
2.7 Sozial- und Ökologiemarketing	46
2.8 Spezielle Managementkonzepte	47
2.9 Statistik 2	49

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

Allgemeine Psychologie 1						
Psychology basics 1						
Kürzel:	APS1	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester	
Lehrveranstaltungen					Präsenzzeit	Selbststudium
Wahrnehmen, Denken, Entscheiden					60 h	120 h
Lehrformen						
Vorlesung, Übung						
Gruppengröße						
40						
Qualifikationsziele						
Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kognitive Strukturen und Prozesse beschreiben, die auf dem Weg von der Informationsaufnahme aus der Umwelt über deren Verarbeitung in das Bewusstsein und die überdauernde Speicherung im Gedächtnis bis zu ihrem Einsatz beim Entscheiden, Denken und Problemlösen beteiligt sind. Sie sind in der Lage kognitive Theorien zu bewerten und auf Praxisbeispiele zu übertragen (z.B., wenn es darum geht, typische Denkfehler zu identifizieren). Damit besitzen sie Kompetenzen, die für das spätere Verständnis wirtschaftspsychologischer Fragestellungen und arbeitsmarktrelevanten Themen eine wichtige Grundlage darstellen, etwa die psychischen Auswirkungen von Arbeit, Kaufentscheidungen oder Wirkung von Werbung.						
Inhalte						
- Aufbau und Funktionen der Sinnesorgane - Aufbau und Funktionen des Gehirns - Organisation und Interpretation der Wahrnehmung - Aufmerksamkeit und Bewusstsein - Gedächtnis und Vergessen - Denken und Denkfehler - Problemlösen und Kreativität - Urteilen und Entscheiden						
Verwendbarkeit des Moduls						
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)						
N.N.						
Modulbeauftragte(r)						
Studiendekan						
Sonstige Informationen						
Empfohlene Literatur: Sperling, M. & Schmidt, T. (2012). Allgemeine Psychologie 1. Weinheim: Beltz. Eysenck, M. W., & Keane, M. T. (2005). Cognitive Psychology. London: Taylor & Francis. Güntürkün, O. (2012). Biologische Psychologie. Göttingen: Hogrefe. Kahnemann, D. (2016). Schnelles Denken, langsames Denken. München: Siedler Gigerenzer, G. (2007). Bauchentscheidungen. München: Bertelsmann						

1 Pflichtmodule

Allgemeine Psychologie 2							
Psychology basics 2							
Kürzel:	APS2	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester		
Lehrveranstaltungen			Präsenzzeit		Selbststudium		
Motivation, Emotion, Lernen			60 h		120 h		
Lehrformen							
Vorlesung, Übung							
Gruppengröße							
40							
Qualifikationsziele							
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden verschiedene Formen des Lernens beschreiben und nutzen. Sie wissen welche Motive dem menschlichen Erleben zugrunde liegen und wie diese das Verhalten ausrichten. Außerdem können sie Theorien zur Entstehung und Wirkung von Emotionen beschreiben und kritisch würdigen. Sie sind in der Lage, experimentelle Arbeiten aus der Allgemeinen Psychologie zu erklären und zu bewerten. Darüber hinaus können sie auch ihre eigene Motivlage reflektieren und die Emotionen ihres Gegenübers besser einschätzen. Damit haben Sie im Rahmen dieses Moduls grundlegende Kompetenzen erworben, die für spätere anwendungsorientierte Fragestellungen wichtig werden (z.B. bei Themen wie Führung und Arbeitsmotivation).							
Inhalte							
<ul style="list-style-type: none"> - Habituation und Sensitivierung - Klassische Konditionierung - Operante Konditionierung - Komplexes und kognitives Lernen - Imitationslernen - Motiv, Anreiz und Motivation - Inhaltstheorien der Motivation - Implizite und explizite Motive - Prozesstheorien der Motivation - Motivation und Volition - Funktion und Entstehung von Emotionen - Arten und Ausdruck von Emotionen - Erkennbarkeit von Emotionen 							
Verwendbarkeit des Moduls							
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)							
N.N.							
Modulbeauftragte(r)							
Studiendekan							
Sonstige Informationen							
Empfohlene Literatur:							
Horstmann, G. & Dreisbach, G. (2012). Allgemeine Psychologie 2. Weinheim: Beltz.							
Bak, P. (2019). Lernen, Motivation und Emotion. Heidelberg: Springer.							
Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R. M., & Lozo, L. (2018). Motivation und Emotion. Heidelberg: Springer.							



Domjan, M. (2014). The Principles of Learning and Behavior. Boston: Cengage Learning.

Nerdinger, F.W. (1995). Motivation und Handeln in Organisationen. Stuttgart: Kohlhammer.

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

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					
<ul style="list-style-type: none"> - 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 selbstständig lösen können. 					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - 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					



Stand: Druckdatum: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Arbeits- und Organisationspsychologie					
Work and organizational psychology					
Kürzel:	AOPSY	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Arbeits- und Organisationspsychologie				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung					
Gruppengröße					
40					
Qualifikationsziele					
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden wichtige Einflussgrößen des Erlebens und Verhaltens am Arbeitsplatz benennen und reflektieren. Sie sind in der Lage, verschiedene Handlungsempfehlungen und Verbesserungsvorschläge zu entwickeln, um z.B. die Zufriedenheit und Motivation in der Belegschaft zu fördern oder die Kundeninteraktion zu verbessern. Sie kennen die damit einhergehenden Methoden zur Arbeitsplatzanalyse und können diese in der Praxis einsetzen. Sie sind mit den wesentlichen Faktoren betraut, die ein psychologisches Personalmanagement erfolgreich machen und können aus personalpsychologischen Forschungsergebnissen evidenzbasierte Interventionen ableiten. Außerdem können sie verschiedene formelle und informelle Regeln, Strukturen und Prozesse in Organisationen identifizieren und diese in ihr Handeln einbeziehen. Sie können den Ablauf und die Methoden der Organisationsentwicklung beschreiben und so den Erfolg oder Misserfolg betrieblicher Veränderungsinitiativen besser einschätzen.					
Inhalte					
- Geschichte der A&O-Psychologie - Methoden der A&O-Psychologie - Arbeitsanalyse und Bewertung - Formen des Arbeitsverhaltens - Arbeitsmotivation und Zufriedenheit - Psychologie der Arbeitssicherheit - Dienstleistungsarbeit und Kundenzufriedenheit - Organisationsentwicklung besonders unter dem Einfluss der Digitalisierung					
Verwendbarkeit des Moduls					
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)					
N.N.					
Modulbeauftragte(r)					
Studiendekan Wirtschaft					
Sonstige Informationen					
Empfohlene Literatur: Nerding, F.W., Blickle, G. & Schaper, N. (2014). Arbeits- und Organisationspsychologie. Heidelberg: Springer., Kauffeld, S. (2014). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Heidelberg: Springer., Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel., Schuler, H. & Kanning, U.P. (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe. Bildat, L. & Warstza, T. (2018). Psychologie im Human Resource Management. Lengerich: Pabst.					

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

Differentielle und Persönlichkeitspsychologie							
Differential and personality psychology							
Kürzel:	DPPS	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester		
Lehrveranstaltungen			Präsenzzeit		Selbststudium		
Differentielle und Persönlichkeitspsychologie			60 h		120 h		
Lehrformen							
Vorlesung, Übung, Seminar							
Gruppengröße							
40							
Qualifikationsziele							
Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls können die Studierenden die wichtigsten Persönlichkeitstheorien erklären und exemplarische Persönlichkeits- und Fähigkeitsmerkmale beschreiben. Außerdem sind sie mit den Methoden zu deren Erfassung und ausgewählten Anwendungsbereichen vertraut. In diesem Zusammenhang können sie auch ihre eigenen Persönlichkeitseigenschaften reflektieren. Zudem werden sie in die Lage versetzt, auf die individuelle Persönlichkeit ihres Gegenübers einzugehen und damit im beruflichen Setting z.B. bessere Beziehungen zu Kunden und Mitarbeitern aufzubauen oder in Verhandlungssituationen erfolgreicher zu sein. Durch die Auseinandersetzung mit Methoden der Persönlichkeits- und Intelligenzdiagnostik verfügen die Studierenden am Ende des Moduls über wichtige psychologische Grundlagen für berufliche Aufgaben wie etwa die Personalauswahl und -entwicklung. Außerdem können sie die Vorteile und Probleme einer differentiellen Konsumentenpsychologie (z.B. bei der Bestimmung von Zielgruppen) einordnen.							
Inhalte							
- Paradigmen der Persönlichkeitspsychologie (Psychoanalyse, Behaviorismus, Humanismus, Eigenschaftsansatz, kognitive Perspektive, biologische Perspektive) - Persönlichkeitsmessung und Psychometrie - Persönlichkeitsbereiche (Temperament und interpersonelle Stile, Big Five, Intelligenz, Kreativität, Sozialkompetenz, Bedürfnisse und Motive, Interessen) - Persönlichkeitsentwicklung (genetische und Umwelteinflüsse, Geschlechterunterschiede, kulturelle Unterschiede) - Anwendungsfelder (Persönlichkeit und Berufserfolg, Persönlichkeit und Werbewirkung)							
Verwendbarkeit des Moduls							
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie							
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse							
-							
Prüfungsformen							
Klausur, Klausur (60 Min.)							
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten							
Bestandene Modulprüfung							
Stellenwert der Note in der Endnote							
Siehe Prüfungsordnung							
Hauptamtlich Lehrende(r)							
N.N.							
Modulbeauftragte(r)							
Studiendekan							
Sonstige Informationen							
Empfohlene Literatur: Myers, D. G. (2014). Psychologie. Heidelberg: Springer Asendorpf, J. B. (2015). Persönlichkeitspsychologie für Bachelor. Heidelberg: Springer Amelang, M. (2006). Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung. Stuttgart: Kohlhammer							

1 Pflichtmodule

<h1>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</h1>					
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
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: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Einführung in die Wirtschaftspsychologie								
Introduction to Psychology in Business								
Kürzel:	EWP	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6			
Semester:	1	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester			
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium			
Einführung in die Wirtschaftspsychologie				60 h	120 h			
Lehrformen								
Vorlesung, Übung								
Gruppengröße								
40								
Qualifikationsziele								
Die Studierenden können sich nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in den Teildisziplinen der Psychologie orientieren und exemplarische Fragestellungen aus den psychologischen Grundlagenfächern benennen und erklären. Sie können die wissenschaftliche Psychologie von der Alltagspsychologie abgrenzen und kennen die Grundlogik psychologischer Forschung und Methodik. Sie können die Schnittstellen zwischen Betriebswirtschaft und Psychologie identifizieren und exemplarische Fragestellungen aus der Wirtschaftspsychologie erörtern.								
Inhalte								
? Die Wurzeln der Psychologie ? Psychologie als Wissenschaft ? Fachgebiete und Themen in der Psychologie ? Anwendungsfelder der Psychologie in der Wirtschaft ? Psychologische Forschungsmethoden								
Verwendbarkeit des Moduls								
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)								
N.N.								
Modulbeauftragte(r)								
Studiendekan								
Sonstige Informationen								
Empfohlene Literatur: Schönpflug, W. (2006). Einführung in die Psychologie. Weinheim: Beltz. Atkinson, R. L., Atkinson, R. C., Smith, E. S. & Bem, D. J. (2001). Hilgards Einführung in die Psychologie. Heidelberg: Spektrum. Kühn, S., Platte, I., & Wottawa, H. (2005). Psychologische Theorien für Unternehmen. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. Wirtz, A. M. (2019). Dorsch - Lexikon der Psychologie. Göttingen: Hogrefe								

1 Pflichtmodule

Grundlagen des Rechnungswesens							
Financial and Management Accounting							
Kürzel:	GRW	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester		
Lehrveranstaltungen			Präsenzzeit		Selbststudium		
Grundlagen des Externen Rechnungswesens			30 h		60 h		
Grundlagen des Internen Rechnungswesens			30 h		60 h		
Lehrformen							
Vorlesung, Übung							
Gruppengröße							
70-90							
Qualifikationsziele							
Sie kennen die einschlägigen Vorschriften, nach denen ein Jahresabschluss aufgestellt wird und sind in der Lage, nach den handelsrechtlichen Regelungen zu bilanzieren und einen Jahresabschluss aufzustellen.							
Ferner beherrschen Sie grundlegende Konzepte und Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie sind in der Lage, grundlegende Konzepte im Wertefluss der Kosten- und Leistungsrechnung mit Schwerpunkt auf die Vollkostenrechnung zu erstellen und zu analysieren (z.B. innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Produktkalkulation) und entwickeln grundlegende Fähigkeiten zu deren problemorientierter Anwendung.							
Inhalte							
- Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens - Grundprinzipien und Voraussetzungen für die Kosten- und Leistungsrechnung - Kosten- und Leistungsartenrechnung - Kostenstellen- / Gemeinkostenrechnung							
- Kosten- und Leistungsträgerrechnung - Kalkulation und kurzfristige Erfolgsrechnung vorrangig im Rahmen der Vollkostenrechnung							
Die Veranstaltung wird durch ein umfangreiches e-learning-Angebot ergänzt.							
Verwendbarkeit des Moduls							
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie							
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse							
-							
Prüfungsformen							
Klausur, 75 Min.							
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten							
Bestandene Modulprüfung							
Stellenwert der Note in der Endnote							
Siehe Prüfungsordnung							
Hauptamtlich Lehrende(r)							
Prof. Dr. Gröne, Prof. Dr. Oberdörster							
Modulbeauftragte(r)							
Prof. Dr. Oberdörster							
Sonstige Informationen							
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage): Externes Rechnungswesen:							
- HGB							
- Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, Düsseldorf.							
- Bechtel/Brink: Einführung in die moderne Finanzbuchführung, München.							
- Bornhofen/Bornhofen: Buchführung 1, Wiesbaden.							
Internes Rechnungswesen:							
- Berens /Wöhrmann(Hrsg.)/Flacke/Kraft/Triska: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens							
- Coenenberg/Fischer/Günther: Kostenrechnung und Kostenanalyse							
- Weber/Weißenberger: Einführung in das Rechnungswesen							

1 Pflichtmodule

Grundzüge des Managements					
Management Basics					
Kürzel:	GDM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen					
Strategisches Management				Präsenzzeit	60 h
Operatives Management				30 h	60 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Projekt, Seminar					
Gruppengröße					
30-40					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
- kennen die wichtigsten Ansätze der Unternehmensführung in Wissenschaft und Praxis auf normativer, strategischer und operativen Ebene und können diese in eigenen Worten beschreiben					
- sind in der Lage, geeignete Managementtechniken und -instrumente für verschiedene Aufgabenstellungen zu benennen und zielgerichtet anzuwenden					
- können Unternehmenszustände und die spezifischen Umfeldbedingungen analysieren, die Ergebnisse im Team bewerten und auf dieser Basis unternehmerische Entscheidungen im Team entwickeln					
- können ihre in einer Unternehmenssimulation gemachten persönlichen Lernerfahrungen reflektieren, das Ergebnis präsentieren und schriftlich formulieren					
Inhalte					
- Basiswissen Management (Begriffsbestimmungen, Managementtheorie, Management und Leadership, Aufgabenfelder des Managements)					
- Normatives Management (Unternehmensziele, -verfassung, -philosophie, -kultur)					
- Strategisches Management (Strategiebegriffe, Wettbewerbsstrategien, Managementinstrumente zur Analyse, Prognose und Planung, Entwicklung und Auswahl strategischer Optionen)					
- Operatives Management (praktische Übung in ausgewählten Entscheidungsszenarios, z.B. auf Basis eines Unternehmensplanspiels)					
- Manager:in sein					
- Neue und kritische Perspektiven im Management					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
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, weitere BWL-Professoren					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Ettl					
Sonstige Informationen					
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: 08.12.2025

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					

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 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.					
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
Literatur: <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; 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>

1 Pflichtmodule

Personal und Organisation					
Human Ressources and Organisation					
Kürzel:	PUO	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen					
Personalmanagement				Präsenzzeit	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: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Praxisphase					
Company Internship					
Kürzel:		Workload:	540 h	Leistungspunkte:	18
Semester:	6	Dauer:	14 Wochen	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen					
Praxisphase				Präsenzzeit	Selbststudium
				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					

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">- 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.- Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse und verwendeten theoretischen Grundlagen nach wissenschaftlichen Kriterien schriftlich zu dokumentieren und entsprechend prägnant zu präsentieren.						
Inhalte						
<ul style="list-style-type: none">- Entwicklung / Festlegung der Aufgabenstellung, insbesondere unter aktuellen forschungsrelevanten Gesichtspunkten- Systematisierung der Anforderungen des Unternehmens- Kriterien und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens- Grundlagen des Projektmanagements (Aufgabenplanung, Zeitplanung, Kapazitätsplanung, Berichtswesen)- Recherche und Bewertung einer relevanten Datenbasis in Zusammenhang mit der Problemstellung nach wissenschaftlichen Methoden- Auswahl und Bewertung geeigneter wissenschaftlicher Methoden zur Lösungsfundung- Erarbeitung und Bewertung von Lösungsalternativen- Anfertigung eines Berichts (Hausarbeit) nach wissenschaftlichen Kriterien- Abschlusspräsentation						
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

Psychologische Handlungskompetenz							
Psychological competence to act							
Kürzel:	PSYH	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester		
Lehrveranstaltungen			Präsenzzeit	Selbststudium			
Psychologische Handlungskompetenz			60 h	120 h			
Lehrformen							
Vorlesung, Übung							
Gruppengröße							
40							
Qualifikationsziele							
Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls die psychologischen Prozesse beschreiben, die zwischen Sender und Empfänger einer Botschaft ablaufen. Neben den theoretischen Inhalten erwerben die Studierenden aber hauptsächlich Umsetzungskompetenz, sodass sie unterschiedliche Interaktionen im späteren beruflichen Kontext zielführender gestalten können. Sie können verschiedene Kommunikationstechniken anwenden, um z.B. in schwierigen Situationen ihre Ziele zu erreichen, andere bei der Problemlösung zu unterstützen oder hinderlichen Konflikten entgegenzuwirken. Sie sind in der Lage, Gruppendiskussionen durch den Einsatz von Moderationstechniken besser zu strukturieren und zielführender zu gestalten. Sie achten stärker auf ihre nonverbale Kommunikation und können diese dem Kontext angemessen einsetzen. Außerdem reflektieren sie die Herausforderungen interkultureller Kommunikation. Durch dieses Modul entwickeln die Studierenden psychologische Handlungskompetenz, die nicht nur für Wirtschaftsprüfung in beratender Funktion, sondern auch als Fach- und Führungskraft in anderen Berufsfeldern eine sehr relevante berufspraktische Kompetenz darstellt.							
Inhalte							
<ul style="list-style-type: none"> - Konzepte zur Beschreibung menschlicher Kommunikation - Grundtechniken wie aktives Zuhören und zirkuläres Fragen - Argumentieren, Präsentieren und Überzeugen - Nonverbale Kommunikation - Konfliktmanagement und Konfliktstile - Phasen der Konfliktescalation und phasenspezifische Interventionen - Gruppenmoderation: in Teams Inhalte erarbeiten, gemeinsam planen und entscheiden - Moderationstechniken im Moderationszyklus - Psychologische Gesprächsführung - Kommunikation im interkulturellen Kontext - Digitalisierung und virtuelle Kommunikation 							
Verwendbarkeit des Moduls							
Pflichtmodul im Studiengang 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)							
N.N.							
Modulbeauftragte(r)							
Studiendekan Wirtschaft							
Sonstige Informationen							
Empfohlene Literatur							
Watzlawick, P., Beavin, J., Jackson, D. (2016). Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien. Göttingen: Hogrefe.							

Schulz von Thun, F.; Ruppel, J. & Stratmann, R. (2003). Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte.

Reinbek: Rowohlt.

Glasl, F. (2017). Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater. Bern: Haupt.

Seifert, J.W. (2015). Besprechungen erfolgreich moderieren: Kommunikationstechniken für Leiter und Teilnehmer. Offenbach: GABAL.

Cialdini, R.B. (2013). Die Psychologie des Überzeugens. Bern: Hogrefe.

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Sozialpsychologie						
Social psychology						
Kürzel:	SPSY	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester	
Lehrveranstaltungen					Präsenzzeit	Selbststudium
Sozialpsychologie					60 h	120 h
Lehrformen						
Vorlesung, Übung						
Gruppengröße						
40						
Qualifikationsziele						
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden Theorien, Methoden und empirische Erkenntnisse aus der sozialpsychologischen Forschung kritisch reflektieren und auf Praxisbeispiele anwenden. Dabei geht es darum, soziales Verhalten zu erklären, vorherzusagen und zu beeinflussen. Sie können die Besonderheiten sozialer Wahrnehmung und Informationsverarbeitung erklären und Wege zur Veränderung von Einstellungen beschreiben. Weiter sind sie in der Lage, wichtige gruppendifferentielle Prozesse zu analysieren und so die kollektive Leistungsfähigkeit und Entscheidungsfindung durch gezielte Interventionen zu verbessern. Außerdem können sie auch ihre eigene Rolle in sozialen Gruppen besser einordnen. Die Studierenden werden so auf berufliche Fragestellungen bzw. wichtige betriebliche Entscheidungen vorbereitet, etwa in Bezug auf das Human Resource Management oder auch bei Werbekampagnen.						
Inhalte						
? Gegenstand und Methoden der Sozialpsychologie ? Soziale Kognition (Eindrucksbildung und Attribution; Selbstkonzept und soziale Identität) ? Soziale Motive (prosoziales und aggressives Verhalten; Bindung, Attraktion und Liebe) ? Einstellung und Einstellungsänderung (Stereotype und Vorurteile; Persuasion und Reaktanz) ? Interaktion und Gruppeneinfluss (Konformität, Gehorsam und Macht; Leistung, Meinungsbildung und Entscheidungsfindung in Gruppen; Teamarbeit) ? Soziale Interaktion in virtuellen Kontexten (z.B. Social Media, Cyber-Mobbing)						
Verwendbarkeit des Moduls						
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)						
N.N.						
Modulbeauftragte(r)						
Studiendekan						
Sonstige Informationen						
Empfohlene Literatur: Werth, L. & Mayer, J. (2008). Sozialpsychologie. Heidelberg: Spektrum. Jonas, K., Stroebe, W. & Hewstone, M. (2014). Sozialpsychologie. Heidelberg: Springer. Bierhoff, H. W., & Frey, D. (2011). Sozialpsychologie ? Individuum und soziale Welt. Göttingen: Hogrefe. Frey, D., & Bierhoff, H. W. (2011). Sozialpsychologie ? Interaktion und Gruppe. Göttingen: Hogrefe.						

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						
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.						
Inhalte						
- 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						
- 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

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 Funktionen 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					



Stand: Druckdatum: 08.12.2025

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. Winkelräth; 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.					
<ul style="list-style-type: none"> - 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					
<ul style="list-style-type: none"> - 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 dispositivo 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: 08.12.2025

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 Beziehen 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) <ul style="list-style-type: none">- Vertragsrecht- Deliktsrecht- Eigentumsrecht Grundzüge des Gesellschaftsrechts						
Grundzüge des Europarechts						
Grundzüge des Rechts grenzüberschreitender Sachverhalte <ul style="list-style-type: none">- 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						

1 Pflichtmodule

Wissenschaftliches Arbeiten					
Scientific work					
Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	1	Dauer:	Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wissenschaftliches Arbeiten				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar					
Gruppengröße					
20-30					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> - 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					
<ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaftliche Recherche - Wissenschaftliches Schreiben und Kommunizieren - Planung und Durchführung qualitativer und quantitativer Untersuchungen - Erheben und Erfassen qualitativer und quantitativer Daten - Softwaregestützte Auswertung qualitativer und quantitativer Daten - Interpretation und Diskussion der Datenauswertung - Regeln guter wissenschaftlicher Praxis - Einsatz von KI in der Wissenschaft 					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Prüfungsformen					
schriftliche Ausarbeitung, schriftliche Ausarbeitung ca. 10 S.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
siehe Prüfungsordnung					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Schwark, NN					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Schwark					
Sonstige Informationen					



Stand: Druckdatum: 08.12.2025

2 Wahlpflichtmodule allgemein WP

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: 08.12.2025

2 Wahlpflichtmodule allgemein WP

IT-gestütztes Controlling					
Advances in management controlling with IT systems					
Kürzel:	IGC	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Vorlesung				30 h	60 h
Übung mit Softwareeinsatz				30 h	60 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung					
Gruppengröße					
20-30					
Qualifikationsziele					
Studierende erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse im Bereich des IT-gestützten Controllings über die gesamte Wertschöpfungskette eines Unternehmens. Dafür werden controllingrelevante Unternehmensprozesse beschrieben und Vertiefungen der Produktions- und Vertriebssteuerung sowie -kontrolle dargestellt und diskutiert. Studierende lernen damit Planungs- und Steuermethoden über die wertschöpfenden Prozesse eines Unternehmens kennen. Hierauf aufbauend lernen Studierende die Zusammenhänge zwischen der Informationsbereitstellung und -verarbeitung in Unternehmen unter Einsatz von ERP-Systemen kennen. Am Beispiel des ERP-Systems SAP® werden Aufgaben in den wertschöpfenden Prozessen besprochen und mit Fokus auf Controllingaktivitäten vertieft. In dem Zusammenhang werden Digitalisierungsstrategien von Unternehmen aufgezeigt und besondere Instrumente der Digitalisierung diskutiert.					
Inhalte					
Folgende Inhalte werden in den Veranstaltungen vermittelt:					
1 Grundlagen des IT-gestützten Controllings					
2 Steuerung von Vertriebsprozessen					
3 Steuerung von Produktionsprozessen					
4 Digitalisierung und Controlling					
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, Wahlpflichtmodule allgemein WP					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Kenntnisse des externen und internen Rechnungswesens					
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					
Siehe Prüfungsordnung					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Pietschmann					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Pietschmann					
Sonstige Informationen					
Sonstige Informationen / Literaturempfehlung					
Neben den hier aufgeführten Basisquellen wird in den ersten Veranstaltungen weitere vertiefende und ggf. aktualisierte Literatur bekannt gegeben.					
Bauer, Jürgen (2017): Produktionscontrolling und -Management mit SAP® ERP: Effizientes Controlling, Logistik- und Kostenmanagement Moderner Produktionssysteme, 5. Aufl., Wiesbaden 2017.					
Brück, Uwe (2017): Controlling mit SAP: Der Grundkurs für Anwender: Ihr Schnelleinstieg in SAP CO -- inklusive Video-Tutorials, Bonn 2017.					
Drumm, Christian; Knigge, Marlene; Scheuermann, Bernd; Weidner, Stefan (2019): Einstieg in SAP ERP: Geschäftsprozesse,					

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: 08.12.2025

2 Wahlpflichtmodule allgemein WP

Jahresabschlussanalyse					
Financial statement analysis					
Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	5	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, (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					
<ul style="list-style-type: none">- 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					

2 Wahlpflichtmodule allgemein WP

Marktforschung						
Market Research						
Kürzel:	MFO	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester	
Lehrveranstaltungen					Präsenzzeit	Selbststudium
Marktforschung					60 h	120 h
Lehrformen						
Vorlesung, Projekt, Sonstige						
Gruppengröße						
30 - 40						
Qualifikationsziele						
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.						
Inhalte						
- 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.						
Verwendbarkeit des Moduls						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Marketing BWL Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP						
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse						
Wirtschaftsmathematik und Statistik 2 Wirtschaftsmathematik und Statistik 3						
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. Thiel						
Modulbeauftragte(r)						
Prof. Dr. Thiel						
Sonstige Informationen						
Literatur: Böhler, H.: Marktforschung, 3. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart 2004; Eckstein, P.: Angewandte Statistik mit SPSS, 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden 2004.						

2 Wahlpflichtmodule allgemein WP

Operatives Controlling					
Operational Planning and Controll					
Kürzel:	OPC	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Vorlesung				30 h	60 h
Übung				30 h	60 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung					
Gruppengröße					
Vorlesungen: 40					
Übungen: 40					
Qualifikationsziele					
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.					
Inhalte					
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					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen und Controlling					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, Wahlpflichtmodule allgemein SWP					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Internes Rechnungswesen, Marketing und Controlling					
Prüfungsformen					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftl. Ausarb. (ca 15 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
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: 08.12.2025

2 Wahlpflichtmodule allgemein WP

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		
Lehrveranstaltungen							
Vorlesung			Präsenzzeit		Selbststudium		
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: 08.12.2025

2 Wahlpflichtmodule allgemein WP

Sozial- und Ökologiemarketing							
Social- and ecological marketing (NGO)							
Kürzel:	NGO	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester		
Lehrveranstaltungen			Präsenzzeit		Selbststudium		
Sozialmarketing			30 h		60 h		
Ökologiemarketing			30 h		60 h		
Lehrformen							
Seminar							
Gruppengröße							
20							
Qualifikationsziele							
- Die Studierenden verstehen die historischen und gesellschaftlichen Bedingungen zur Entwicklung des Sozial- und Ökologiebereichs							
- Sie sind in der Lage die spezifischen Handlungslogiken unterschiedlicher Verbände und Organisationen zu analysieren							
- Sie können die unterschiedlichen Marketingkonzeptionen im Sozial- und Ökologiebereich analysieren und bewerten							
- Sie können ausgewählte Fallbeispiele zur Kampagnenpolitik und zum Guerillamarketing miteinander vergleichen und bewerten							
Inhalte							
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							
Verwendbarkeit des Moduls							
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule Marketing BWL							
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP							
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse							
Kenntnisse im Bereich Marketing							
Prüfungsformen							
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, Schriftl Ausarbeitung ca 10 S. + Vortrag							
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten							
Bestandene Prüfungsleistung							
Stellenwert der Note in der Endnote							
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht							
Hauptamtlich Lehrende(r)							
Prof. Dr. Schwark							
Modulbeauftragte(r)							
Prof. Dr. Schwark							
Sonstige Informationen							
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							



2 Wahlpflichtmodule allgemein WP

Spezielle Managementkonzepte

Particular Management Concepts							
Kürzel:	SMK	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6		
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester		
Lehrveranstaltungen			Präsenzzeit		Selbststudium		
Kompaktveranstaltung zu Sondergebieten Unternehmensführung / Management			60 h		120 h		
Lehrformen							
Vorlesung, Übung, Seminar, Sonstige							
Gruppengröße							
max. 40 (ggf. themenbezogen stärkere Begrenzung)							
Qualifikationsziele							
Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis von besonderen Problembereichen des Managements und deren Lösungsstrategien							
Sie kennen den aktuellen Stand des wissenschaftlichen Diskurses zur Lösung managementspezifischer Problemstellungen und können diesen beschreiben.							
Sie können die gelernten Lösungsstrategien bei managementspezifischen Problemstellungen anwenden.							
Sie können Lösungsprozesse im Team organisieren und ihre Lösungen präsentieren und in der Diskussion reflektieren.							
Inhalte							
Mögliche Themenfelder richten sich stets nach den aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen und beziehen sich beispielsweise auf:							
<ul style="list-style-type: none"> - Erkennung und Entwicklung von persönlichen Führungsfähigkeiten - Management von Innovationsprozessen, insbesondere auch unter Nutzung agiler digitaler Instrumente - Projektmanagement, insbesondere auch unter Nutzung agiler digitaler Instrumente - Aspekte der Organisationsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der digitalen Transformation - Management in Krisen und Einleitung von Wandlungsprozessen - Besonderheiten des Finanzierungsmanagements - Umweltmanagement - Qualitätsmanagement - Management logistischer Prozesse - Strategien und Optionen des Personalmanagements - Management von Unternehmensgründungen - Management von Unternehmenszusammenschüssen und -akquisitionsprozessen - Besondere Bedeutung des Unternehmensleitbildes bei Wandlungsprozessen - Aspekte der Postwachstumsökonomie - Aspekte der Wirtschaftsethik und des nachhaltigen und sozialverantwortlichen Managements 							
Verwendbarkeit des Moduls							
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL							
Wahlpflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, Wahlpflichtmodule allgemein SWP							
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP							
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse							
keine							
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. Greitens, N.N.							
Modulbeauftragte(r)							
Studiendekan Wirtschaft							



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: 08.12.2025

2 Wahlpflichtmodule allgemein WP

Statistik 2						
Statistics 2						
Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	2	Dauer:	Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester	
Lehrveranstaltungen					Präsenzzeit	Selbststudium
Vorlesung					45 h	60 h
Übung					15 h	60 h
Lehrformen						
Vorlesung, Übung						
Gruppengröße						
Qualifikationsziele						
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.						
Inhalte						
- Grundbegriffe der mathematischen Statistik und der Wahrscheinlichkeitstheorie						
- Eigenschaften von Schätzern						
- Punkt- und Intervallschätzung						
- Signifikanztests						
- Korrelation und Regression						
- Varianzanalyse (ANOVA)						
Verwendbarkeit des Moduls						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL						
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP						
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse						
Prüfungsformen						
Klausur, Klausur						
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						