

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:

- Spring, 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

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

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

- 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

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

Inhalte

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

Verwendbarkeit des Moduls

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

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

Prüfungsformen

Klausur, 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Thiel

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Thiel

Sonstige Informationen



1 Pflichtmodule

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 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:

Nerdinger, 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.

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Bachelorarbeit

Bachelor Thesis					
Kürzel:	BA	Workload:	360 h	Leistungspunkte:	12
Semester:	6	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
				0 h	360 h
Lehrformen					
Bachelorarbeit					
Gruppengröße					
Qualifikationsziele					
Die/der Studierende wendet das im Studium erworbene und ggf. im Rahmen der Abschlussarbeit selbsttätig erschlossene Fach- und Methodenwissen selbstständig in einem anwendungsorientierten Projekt an. Sie/er stellt die erarbeiteten Ergebnisse in Wort (Prüfungsgespräch) und Schrift (Abschlussarbeit) überzeugend dar.					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Durchführung eines (Entwicklungs-)Projekts in einer "Einrichtung der beruflichen Praxis" oder in der Hochschule oder in einer Forschungseinrichtung - Anfertigen der Abschlussarbeit 					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung Pflichtmodul im Studiengang International Management Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Siehe Prüfungsordnung					
Prüfungsformen					
schriftliche Ausarbeitung					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Doppeltes Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Siehe Prüfungsordnung					
Modulbeauftragte(r)					
Studiendekan Wirtschaft					
Sonstige Informationen					

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

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

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Introduction to Business Administration

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

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

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

V: 100

Ü: 40

Qualifikationsziele

Studierende erhalten ein erstes einheitliches Verständnis von relevanten Begrifflichkeiten und Methoden der Betriebswirtschaftslehre.

Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung haben Studierende ein grundlegendes Verständnis betriebswirtschaftlicher Konzepte erworben. Sie können Ziele unternehmerischen Handelns beschreiben, sie kennen erste Überlegungen betriebswirtschaftlicher Organisation und Unternehmensführung.

Studierende qualifizieren sich durch den Besuch auch darin, verschiedene Funktionen im Unternehmen beschreiben und unterscheiden zu können. So lernen sie wesentliche Methoden des Marketings und Vertriebs, der Produktion und des Personalwesens sowie des Finanz- und Rechnungswesens kennen.

Studierende erhalten zudem Methodenkompetenz, indem sie grundlegende betriebswirtschaftliche Analysemethoden erlernen, die ihnen helfen, Probleme zu identifizieren, zu analysieren und Lösungen vorzuschlagen.

Auch erhalten Studierende einen ersten Einblick in die Bedeutung der verschiedenen Formen des Rechnungswesens (extern, intern, Liquidität) sowie der Investitionsrechnung und betriebswirtschaftlichen Statistik.

Auch in Kommunikationsfähigkeit qualifizieren sich die Studierenden, indem sie ihre betriebswirtschaftlichen Analysen und Erkenntnisse mündlich und schriftlich klar und überzeugend kommunizieren lernen. Dies kann durch Präsentation von Ergebnissen oder Gruppendiskussionen erfolgen.

Inhalte

Folgende Inhalte werden in den Veranstaltungen vermittelt:

- 1 Einführung und Grundlagen
- 2 Unternehmensführung und Organisation
- 3 Marketing und Vertrieb
- 4 Produktion und Investition
- 5 Rechnungswesen, Planung und Steuerung

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung
Pflichtmodul im Studiengang International Management
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

Prüfungsformen

Klausur, 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Pietschmann, Prof. Dr. Schwark

Modulbeauftragte(r)
Prof. Dr. Pietschmann
Sonstige Informationen
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

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

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					
<p>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.</p> <p>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.</p>					
Inhalte					
<p>- Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens - Grundprinzipien und Voraussetzungen für die Kosten- und Leistungsrechnung - Kosten- und Leistungsartenrechnung - Kostenstellen- / Gemeinkostenrechnung</p> <p>- Kosten- und Leistungsträgerrechnung - Kalkulation und kurzfristige Erfolgsrechnung vorrangig im Rahmen der Vollkostenrechnung</p> <p>Die Veranstaltung wird durch ein umfangreiches e-learning-Angebot ergänzt.</p>					
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					
<p>Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage): Externes Rechnungswesen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - HGB - Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, Düsseldorf. - Bechtel/Brink: Einführung in die moderne Finanzbuchführung, München. - Bornhofen/Bornhofen: Buchführung 1, Wiesbaden. <p>Internes Rechnungswesen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berens /Wöhrmann(Hrsg.)/Flacke/Kraft/Triska: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens - Coenenberg/Fischer/Günther: Kostenrechnung und Kostenanalyse - Weber/Weißberger: 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	Präsenzzeit	Selbststudium
Strategisches Management	30 h	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

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Marketing und Controlling

Marketing and Controlling

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

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

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

V: 40

Ü: 40

Qualifikationsziele

Themengebiet Marketing:

Studierende, die dieses Teilmodul erfolgreich absolviert haben,

- haben einen Überblick über relevante Problembereiche im Marketing und können diese in eigenen Worten beschreiben,
- verfügen über fundiertes theoretisches und praktisches Grundlagenwissen im Marketing und können dieses darlegen,
- kennen die neuesten Entwicklungen im Marketing (z.B. digitale Veränderungen) und können diese veranschaulichen,
- sind in der Lage, mit verschiedenen Methoden und Instrumenten situationsspezifische Problemstellungen des Marketing zu analysieren, zu strukturieren und zu lösen sowie
- können das vermittelte inhaltliche und methodische Wissen bei der Entwicklung von Marketing-Strategien und Mix-Entscheidungen anwenden.

Themengebiet Controlling:

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, können die Motivation und die Grundlagen des Controlling-Konzepts darlegen. Sie können Controlling als Teil der Unternehmensführung einordnen und die Funktionen und Voraussetzungen des modernen Controllings beschreiben.

Im Rahmen des Veranstaltungsteils zum kostenbasierten Controlling vertiefen Studierende ihre Kenntnisse im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung, sie können Kostenrechnungssysteme und anwenden. Studierende qualifizieren sich darin, Kostenplanungen durchzuführen und entstehende Abweichungen zu analysieren. Studierende sind nach erfolgreichem Abschluss ebenso in der Lage, Prozessanalysen durchzuführen und die Kostenwirkungen in Unternehmen zu erarbeiten.

Für die Aspekte des ergebnisorientierten Controllings erwerben Studierende Kenntnisse, Varianten der Ergebnisrechnung für ein Controlling-Konzept anzuwenden. Studierende qualifizieren sich darin, Produktangebote hinsichtlich ihres Ergebnisbeitrags zu analysieren und zu beurteilen (Break-Even, Opportunitätskosten, relative Deckungsbeiträge).

Durch kennzahlenbasiertes Controlling erkennen Studierende, inwiefern Ergebnisanalyse und -kontrolle durch Kennzahlen unterstützt werden können.

Begleitend werden im Modul eigenständige Arbeiten, in Form von Onlinetests durch die Studierenden durchgeführt. Auch hierdurch vertiefen sie ihre Controlling-Kenntnisse.

Inhalte

Themengebiet Marketing:

1. Grundlagen des Marketings: Einordnung und Definition des Marketing & Märkte und Umwelt der Unternehmung
2. Elemente und Prozess der Marketingentscheidung
3. Informationsmanagement im Marketing: Käuferverhalten & Marktforschung
4. Marketing-Mix: Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik & Vertriebspolitik
5. Aspekte des Online-Marketing: Suchmaschinenmarketing & Influencer Marketing

Themengebiet Controlling:

1. Einführung, Grundlagen des Controllings
2. Kostenbasiertes Controlling
3. Ergebnisorientiertes Controlling
4. Planungs- und steuerungsorientiertes Controlling

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

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Personal und Organisation

Human Resources and Organisation

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

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

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

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

60-140

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- kennen Methoden und Modelltheorien des Personalmanagements und der Organisations(aus-)gestaltung
- können aktuelle Herausforderungen im Personalmanagement und der Organisations(aus-)gestaltung benennen und beurteilen
- sind in der Lage, Fragestellungen im Team zu diskutieren und gemeinsam praktische Lösungsansätze zu entwickeln und zu kommunizieren

Inhalte

Management Basics und aktuelle Herausforderungen im Kontext Personal und Organisation (u.a. Anspruchsgruppen von Unternehmen, Unternehmensstrategie, Megatrends, Digitalisierung)

Aktionsfelder des Personalmanagements:

- Personalbeschaffung
- Personaleinsatz und -bindung
- Personalführung
- Personalentlohnung
- Personalentwicklung
- Personalfreisetzung
- Personaltrends

Organisation und Organisationsgestaltung:

- Organisationsgestaltung/Strukturierung von Aufgaben
- Innovative Organisationskonzepte
- Organisatorischer Wandel und Lernen
- Organisationstechniken

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung
Pflichtmodul im Studiengang International Management
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

Prüfungsformen

Klausur, 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Ettl



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

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Praxisphase

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

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 Lösungsfindung - 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)					

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

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 Wirtschaftspsychologen in beratender Funktion, sondern auch als Fach- und Führungskraft in anderen Berufsfeldern eine sehr relevante berufspraktische Kompetenz darstellt.

Inhalte

- Konzepte zur Beschreibung menschlicher Kommunikation
- Grundtechniken wie aktives Zuhören und zirkuläres Fragen
- Argumentieren, Präsentieren und Überzeugen
- Nonverbale Kommunikation
- Konfliktmanagement und Konfliktstile
- Phasen der Konflikteskalation 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 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

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 gruppendynamische 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.

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

Volkswirtschaftslehre

Economics					
Kürzel:	VWL	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2, 4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Volkswirtschaftslehre				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Seminar					
Gruppengröße					
Vorlesung 120 , Übung je 40					
Qualifikationsziele					
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					
<ul style="list-style-type: none"> - Theorie des Haushalts - volkswirtschaftliche Konsumtheorie - Theorie der Unternehmung - volkswirtschaftliche Produktions- und Kostentheorie - Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis - Marktmacht - Monopol, Preisdifferenzierung, monopolistische Konkurrenz und Oligopol - Indikatoren für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, insbes. in Bezug auf langfristiges Wachstum, Konjunkturschwankungen, Arbeitslosigkeit und Inflation 					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre					
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication					
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
-					
Prüfungsformen					
Klausur, 90 Min.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Siehe Prüfungsordnung					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Greitens					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Greitens					
Sonstige Informationen					
<ul style="list-style-type: none"> - Bartling / Luzius / Fichert: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Vahlen, aktuelle Auflage - Mankiw / Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, aktuelle Auflage - Natrop: Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie, Oldenbourg Verlag, aktuelle Auflage 					

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

1 Pflichtmodule

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



1 Pflichtmodule

Wirtschaftsenglisch

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

Coursebook:

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

Dictionaries: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):

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

Diverse Fachwörterbücher, z.B.:

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

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

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

Lernsoftware / Blended learning Module:

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

Aktuelle Handouts während des Semesters

1 Pflichtmodule

Wirtschaftsinformatik

Business Informatics

Kürzel: WIN **Workload:** 180 h **Leistungspunkte:** 6

Semester: 1, 3 **Dauer:** 1 Semester **Häufigkeit:** Regelmäßig im Wintersemester

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

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

Übung.: ca. 40

Qualifikationsziele

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

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

Inhalte

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

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication
Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung
Pflichtmodul im Studiengang International Management
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

Prüfungsformen

Klausur, 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

Hauptamtlich Lehrende(r)

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

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Priemer

Sonstige Informationen

Die praktischen Übungen finden im PC- Labor statt.

Literatur:

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



Vorlesungsskript.

Stand: Druckdatum: 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 Bezügen zum europäischen und internationalen Wirtschaftsprivatrecht.
Sie können die betreffenden Gesetze auf einfache Sachverhalte anwenden.

Inhalte

Grundzüge des Zivilrechts (Entstehung BGB, Grundprinzipien BGB, Aufbau des Gerichtswesens und Instanzenzug)

- Vertragsrecht
- Deliktsrecht
- Eigentumsrecht

Grundzüge des Gesellschaftsrechts

Grundzüge des Europarechts

Grundzüge des Rechts grenzüberschreitender Sachverhalte

- Internationale Rechtsvereinheitlichungen
- Internationales Privatrecht
- Rechtsprechung des EuGH zum europäischen Gesellschaftsrecht
- Europarechtliche Gesellschaftsrechtsformen
- Grundzüge des internationalen Zivilrechtsverfahrens

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Pflichtmodul im Studiengang International Business and Communication

Pflichtmodul im Studiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung

Pflichtmodul im Studiengang International Management

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

Prüfungsformen

Klausur, 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

Hauptamtlich Lehrende(r)

Hon.-Prof. Dr. Lieckfeldt

Modulbeauftragte(r)

Hon.-Prof. Dr. Lieckfeldt, Studiendekan Wirtschaft

Sonstige Informationen

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					
<p>Die Studierenden</p> <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					



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				Präsenzzeit	Selbststudium
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.				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					
<p>Zur Orientierung für die Wahl:</p> <p>Als Individuelles Modul kann ein beliebiges Modul aus dem akademischen Studienangebot einer wissenschaftlichen Hochschule gewählt werden ("Fremdmodul"), sofern es die folgenden Bedingungen erfüllt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Anmerkungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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, schrift. Ausarb. (ca 15 S.) + Vortrag + mündl. Prf.

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. 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.

Körsen, 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

- 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 Gesamturteils (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, schrift. 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

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

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.

Stand: Druckdatum: 08.12.2025

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 Rechnungswesenssysteme 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 Kennzahlenkonzepte.

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

Stand: Druckdatum: 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	Präsenzzeit	Selbststudium
Vorlesung	30 h	60 h
Übung, Seminar	30 h	60 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung, Seminar

Gruppengröße

20-30

Qualifikationsziele

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

Inhalte

Folgende Inhalte werden in den Veranstaltungen vermittelt:

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

Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtmodule allgemein BWL
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftspsychologie, Wahlpflichtmodule allgemein WP

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Prüfungsformen

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

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Pietschmann

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Pietschmann

Sonstige Informationen

Einstiegsliteratur:

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 Unternehmenszusammenschlüssen 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					
<ul style="list-style-type: none">- 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					

Stand: Druckdatum: 08.12.2025