

# Inhalt

<b>1 Pflichtmodule</b>	<b>3</b>
1.1 Bachelorarbeit	3
1.2 Betriebliche Steuern	4
1.3 Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	5
1.4 Externes Rechnungswesen	6
1.5 Grundzüge des Managements	7
1.6 Internes Rechnungswesen	8
1.7 Investition und Finanzierung	9
1.8 Makroökonomik	10
1.9 Marketing und Controlling	12
1.10 Mikroökonomik	14
1.11 Personal und Organisation	15
1.12 Praxisphase	17
1.13 Projekt im Berufsfeld	18
1.14 Spezielle Managementkonzepte	19
1.15 Wirtschaftsenglisch	21
1.16 Wirtschaftsinformatik	23
1.17 Wirtschaftsmathematik und Statistik 1	24
1.18 Wirtschaftsmathematik und Statistik 2	25
1.19 Wirtschaftsmathematik und Statistik 3	26
1.20 Wirtschaftsrecht	27
<b>2 Studienschwerpunkt Marketing</b>	<b>28</b>
2.1 Marketing 1	28
2.2 Marketing 2	30
2.3 Marketing 3	31
2.4 Spezialisierung im Marketing	32
<b>3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling</b>	<b>33</b>
3.1 Rechnungswesen und Controlling 1	33
3.2 Rechnungswesen und Controlling 2	35
3.3 Rechnungswesen und Controlling 3	37
3.4 Spezialisierung im Rechnungswesen und Controlling	38
<b>4 Wahlpflichtmodule allgemein</b>	<b>39</b>
4.1 Applied Corporate Finance	39
4.2 Auslandsmodul	40
4.3 Bilanzpolitik im Kontext der Wirtschaftsprüfung	41
4.4 Digitale Geschäftsmodelle	43
4.5 Digitale Marketing-Business-Simulation	44
4.6 Digitale Transformation	45
4.7 Digitales Marketing	47
4.8 Einzelfragen der Unternehmensbesteuerung	48
4.9 Fallstudien zur betrieblichen Steuerlehre	49
4.10 Führen im Team	50
4.11 Geld und Wirtschaft: Theorien, Geschichte und aktuelle Debatten	51
4.12 Gewinner und Verlierer im digitalen Zeitalter	52
4.13 Global Management	53

4.14	Individuelles Modul .....	54
4.15	Interkulturelle Kommunikation .....	56
4.16	IT-gestütztes Controlling .....	57
4.17	Landeskunde Großbritannien / Irland .....	59
4.18	Landeskunde Spanien .....	60
4.19	Landeskunde USA .....	61
4.20	Language of Meetings .....	62
4.21	Marketing & Vertrieb .....	63
4.22	Marktforschung .....	64
4.23	Nachhaltiger Tourismus .....	65
4.24	Produktionsmanagement .....	67
4.25	Qualitative Erforschung managementbezogener Fragestellungen .....	69
4.26	Regionalplanung und Tourismus .....	71
4.27	Sozial- und Ökologiemarketing .....	72
4.28	Spezielle Themen der Wirtschaftsprüfung .....	73
4.29	Sport- und Tourismusmarketing .....	75
4.30	Unternehmensbewertung .....	76
<b>5</b>	<b>Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache .....</b>	<b>77</b>
5.1	Wirtschaftsenglisch 2 .....	77
5.2	Wirtschaftsfranzösisch .....	79
5.3	Wirtschaftsniederländisch .....	81
5.4	Wirtschaftsspanisch .....	82

#### 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

### Bachelorarbeit

Bachelor Thesis					
<b>Kürzel:</b>	BA	<b>Workload:</b>	360 h	<b>Leistungspunkte:</b>	12
<b>Semester:</b>	6	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
				0 h	360 h
<b>Lehrformen</b>					
Bachelorarbeit					
<b>Gruppengröße</b>					
<b>Qualifikationsziele</b>					
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.					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durchführung eines (Entwicklungs-)Projekts in einer "Einrichtung der beruflichen Praxis" oder in der Hochschule oder in einer Forschungseinrichtung</li> <li>- Anfertigen der Abschlussarbeit</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft Pflichtmodul im Studiengang International Management					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Prüfungsformen</b>					
schriftliche Ausarbeitung					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Doppeltes Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Betriebliche Steuern

Taxation					
<b>Kürzel:</b>	TAX	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Betriebliche Steuern				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
100-120					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden beherrschen die Grundlagen zur Bewertung steuerlicher Fragestellungen und sind in der Lage, die betriebswirtschaftlichen Wirkungen der behandelten Normen zu analysieren. Sie können Sachverhalte systematisch in die einzelnen Steuerarten einordnen und die Steuerbemessungsgrundlage als auch die Steuerbelastung durch Anwendung der gesetzlichen Vorschriften ermitteln. Der aktuelle Stand der wissenschaftlichen Diskussion in der betrieblichen Steuerlehre ist den Studierenden bekannt und kann zur Lösung gleichgelagerter Probleme herangezogen werden.					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Überblick über das deutsche Steuersystem</li> <li>- Grundlagen der Einkommensteuer (Persönliche Steuerpflicht, Einkunftsarten, Einkünfte- und Einkommensermittlung, Steuerberechnung)</li> <li>- Grundlagen der Körperschaftsteuer (Persönliche und sachliche Steuerpflicht, Einkommensermittlung Steuerberechnung)</li> <li>- Grundlagen der Gewerbesteuer (Persönliche Steuerpflicht, Ermittlung des Gewerbeertrags, Steuerberechnung)</li> <li>- Überblick über die Umsatzsteuer (Unternehmereigenschaft, steuerbare, steuerpflichtige und steuerfreie Umsätze, Vorsteuerabzug, Steuersätze)</li> <li>- Überblick über die Erbschaft- und Schenkungsteuer</li> <li>- Aktuelle Rechtsprechung, Verwaltungsanweisungen und Literaturauffassungen</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Besuch der Veranstaltung Externes Rechnungswesen					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rose, G./Watrin, C., Ertragsteuern, Berlin.</li> <li>- Dinkelbach, A., Ertragsteuern, Wiesbaden.</li> <li>- Grefe, Unternehmenssteuern, Herne.</li> </ul>					

## 1 Pflichtmodule

### Einführung in die Wirtschaftswissenschaften

Introduction to Economics

<b>Kürzel:</b>	EWIWI	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Einführung in die BWL	30 h	60 h
Einführung in die VWL	30 h	60 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

120 V 3 x 40 Ü

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden verstehen die grundlegenden Prinzipien der Betriebswirtschaft und die Struktur der Entscheidungsfelder. Sie können die grundlegenden Methoden der BWL zur selbständigen Lösung von Standardproblemfällen der Betriebswirtschaft anwenden.

Die Studierenden verstehen das Verhalten von Anbietern und Nachfragern auf Konkurrenzmärkten. In der beruflichen Praxis sind sie in der Lage, Signale von Absatz- und Beschaffungsmärkten zu interpretieren und Veränderungen von Märkten zu analysieren. Sie kennen die Rolle des Staates in der Marktwirtschaft und können wirtschaftspolitische Rahmensetzungen und Eingriffe einordnen.

#### Inhalte

Einführung in die BWL:

- Wirtschaft und Wirtschaftlichkeit - Betriebliche Erfolgskennzahlen
- Entscheidungsfelder der BWL - Der Prozess der betriebswirtschaftlichen Entscheidungsfindung
- Beschreibungsmodelle der BWL

Einführung in die VWL

- Spezialisierung und Tausch - Angebot, Nachfrage und Marktgleichgewicht
- Veränderungen von Marktgleichgewichten - Wirtschaftsordnung und Wirtschaftspolitik

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

Pflichtmodul im Studiengang International Management

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

#### Prüfungsformen

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Siebe

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Siebe, Studiendekan Wirtschaft

#### Sonstige Informationen

Helmut Schmalen / Hans Pechtl (2013): Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, 15. Auflage, Schierenbeck / Wöhle (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Auflage, Siebe (2016): Mikroökonomie - Arbeitsteilung, Markt und Wettbewerb, 2. Auflage, UTB. Mankiw (2016): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. Auflage, Schäffer-Poeschel.

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Externes Rechnungswesen

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

## 1 Pflichtmodule

### Grundzüge des Managements

Management Basics					
<b>Kürzel:</b>	GDM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Strategisches Management				30 h	60 h
Operatives Management				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Praktikum					
<b>Gruppengröße</b>					
30-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden kennen die wichtigsten Ansätze in Wissenschaft und Praxis der Unternehmensführung und können diese in eigenen Worten beschreiben. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Management-Techniken in entsprechenden Einsatzbedingungen anzuwenden. Sie können Unternehmenszustände und die spezifischen Umfeldbedingungen analysieren, die Ergebnisse im Team bewerten und auf dieser Basis unternehmerische Entscheidungen im Team entwickeln. Sie können ihre in einer Unternehmenssimulation gemachten persönlichen Lernerfahrungen reflektieren und das Ergebnis präsentieren und schriftlich formulieren.					
<b>Inhalte</b>					
- Normatives Management: Unternehmensphilosophie, -ziele, -kultur. - Strategisches Management: Instrumente der Analyse, Prognose und Planung, Entwicklung und Auswahl strategischer Optionen. - Operatives Management: praktische Übung in einem umfassenden Entscheidungsszenario auf Basis eines Unternehmensplanspiels. - Besondere Schwerpunkte bilden Kennzahlen gestützte Managementprozesse im Sinne des Controllings als wesentliche Managementfunktion sowie die spezifischen Instrumente des Projektmanagements. - Ergänzend: kritische Analysen aktueller Entwicklungstendenzen der Unternehmensführung und des realen Managerhandelns.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Figura, Prof. Dr. Hansen, weitere BWL-Professoren					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Hansen					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Hefti, Rawitzer, 2014: Nicht jede Stärke ist eine Kernkompetenz. In: zfo 83 (1): 41 ? 45. Kaplan, Norton, (2008), Management mit System. In: Harvard Businessmanager (Mai): 29 ? 48. Kiechel, III, 2013. Das Jahrhundert des Managements. In: Harvard Business Manager Januar , S. 27 ? 41. Macharzina, Wolf, (2017). Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen. Konzepte - Methoden - Praxis, 10. Auflage. Porter, (2008), Die Wettbewerbskräfte ? neu betrachtet. In: Harvard Businessmanager (Mai): 20 ? 26. Rawitzer, Hefti, 2013: Blue Ocean Strategy. In: zfo 82 (2): 125 ? 129. Hefti, Rawitzer, 2014: Nicht jede Stärke ist eine Kernkompetenz. In: zfo 83 (1): 41 ? 45. Risi, (2014). Strategische Überlegungen für eine gute Unternehmensführung. In: zfo 83 (4): 221 ? 226. Steinmann, Schreyögg, 2013. Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte - Funktionen - Fallstudien, 7. Auflage. Weitere gezielte Verwendungshinweise in der Lehrveranstaltung.					

## 1 Pflichtmodule

Internes Rechnungswesen					
Cost Accounting					
<b>Kürzel:</b>	INREWE	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Kosten- und Leistungsrechnung				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
V.: 80 - 120 Ü.: ca. 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie beherrschen die Konzepte im Wertefluss der Kosten- und Leistungsrechnung mit dem Schwerpunkt auf die Vollkostenrechnung. Entlang des Werteflusses kennen Studierende die wissenschaftlichen Konzepte der Kosten- und Leistungsrechnung und können grundlegende Aufgabenstellungen im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung analysieren, einordnen und selbstständig unter Anwendung von wissenschaftlichen Methoden einer Lösung zuführen.					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens - Grundprinzipien und Voraussetzungen für die Kosten- und Leistungsrechnung</li> <li>- Kosten- und Leistungs-/Erlösartenrechnung - Kostenstellen- / Gemeinkostenrechnung - Kosten- und Leistungs-/Erlösträgerrechnung</li> <li>- Kalkulation und kurzfristige Erfolgsrechnung vorrangig im Rahmen der Vollkostenrechnung,</li> <li>- Ausblick auf Kostenrechnungssysteme der Teilkostenrechnung</li> <li>- Übungen: zu den Grundbegriffen der KLR/ Kostenerfassung, Kosten- und Leistungsarten, Kostenstellenrechnung insb. BAB, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerstückrechnung, Kostenträgerrechnung / Kalkulation</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija, Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Basisliteratur: Klaus Olfert, Kosten- und Leistungsrechnung, Kiehl-Verlag Roman Macha, Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, Vahlen-Verlag William Jórasz, Kosten- und Leistungsrechnung, Schaeffer-Poeschl					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Investition und Finanzierung

Introduction to Corporate Finance

<b>Kürzel:</b>	IUF	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Investition und Finanzierung	60 h	120 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### 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,
- das Fisher-Modell und das Separationstheorem von Fisher,
- die Kapitalwert- und die Interne Zinsfußmethode zur Bewertung von Investitionsprojekten,
- die Grenzen der Internen Zinsfußmethode bei Auswahlentscheidungen,
- die Bedingungen für einen vollkommenen und vollständigen Kapitalmarkt,
- die Gestalt der Risikonutzenfunktion für risikoaverse Anleger,
- 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,
- die finanzwirtschaftlichen Probleme, die sich aus asymmetrischer Informationsverteilung (moral hazard und adverse selection) ergeben,
- die Ansätze der Praxis zur Lösung der Informationsproblematik auf Finanzmärkten (Eigenkapital, Sicherheiten, monitoring, screening, signalling).

Darüber hinaus sind erfolgreiche Studierende in der Lage, die vermittelten Methoden zur Lösung einfacher Investitions- und Finanzierungsentscheidungen anzuwenden.

#### Inhalte

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

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

#### Prüfungsformen

Klausur

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Erke

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Erke

#### Sonstige Informationen

Literatur: Schmidt, R.H., E. Terberger: Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie, 4. Auflage, Gabler 1997  
Berk, J. / DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft. Analyse, Entscheidung und Umsetzung, Pearson 2011

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Makroökonomik

Macroeconomics

<b>Kürzel:</b>	MAK	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Makroökonomik	60 h	120 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

80 - 120

#### Qualifikationsziele

Die Veranstaltung befähigt die Studierenden zur systematischen Analyse des gesamtwirtschaftlichen Umfeldes, in dem Unternehmen Entscheidungen treffen müssen. Methodisch wird auf die Vermittlung des theoretischen Fundamentes der Makroökonomik und die Kenntnis empirischer Zusammenhänge Wert gelegt. Erfolgreiche Studierende kennen am Ende der Lehrveranstaltung die Bestimmungsgründe

- des langfristigen Wachstums,
- der Konjunkturschwankungen,
- der Arbeitslosigkeit,
- der Inflation

und die wirtschaftspolitischen Instrumente zur Beeinflussung dieser Phänomene in einer offenen Volkswirtschaft.

Darüber hinaus können erfolgreiche Studierende die wichtigsten Indikatoren für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung selbständig analysieren und prognostizieren.

#### Inhalte

- Grundlegende Konzepte (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung Preisindizes, Zahlungsbilanz, Realzins, Nominalzins, Strom- und Bestandsgrößen)
- Output und Beschäftigung
- Konsum, Ersparnisse und Investitionen als intertemporale Entscheidungen
- Gütermarktgleichgewicht einer offenen Volkswirtschaft
- Geld und Preise im klassischen Modell
- Output und Beschäftigung in der neukeynesianischen Sicht
- Nachfrage- und Inflationsschocks in einer offenen Volkswirtschaft
- Internationale Finanzkrise und "Liquidity Trap"

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Mikroökonomie / Investition und Finanzierung

#### Prüfungsformen

Klausur

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Erke

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Erke

#### Sonstige Informationen

Literatur:

Erke: Skript;

Blanchard, O./G. Illing: Makroökonomie, Pearson Studium, 2009



## 1 Pflichtmodule

### Marketing und Controlling

Marketing and Controlling					
<b>Kürzel:</b>	MaCo	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Grundlagen des Marketing				30 h	60 h
Grundlagen des Controlling				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
V: 40					
Ü: 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Themengebiet Marketing:</p> <p>Studierende, die dieses Teilmodul erfolgreich absolviert haben,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- haben einen Überblick über relevante Problembereiche im Marketing und können diese in eigenen Worten beschreiben,</li> <li>- verfügen über fundiertes theoretisches und praktisches Grundlagenwissen im Marketing und können dieses darlegen,</li> <li>- kennen die neuesten Entwicklungen im Marketing (z.B. digitale Veränderungen) und können diese veranschaulichen,</li> <li>- sind in der Lage, mit verschiedenen Methoden und Instrumenten situationsspezifische Problemstellungen des Marketing zu analysieren, zu strukturieren und zu lösen sowie</li> <li>- können das vermittelte inhaltliche und methodische Wissen bei der Entwicklung von Marketing-Strategien und Mix-Entscheidungen anwenden.</li> </ul> <p>Themengebiet Controlling:</p> <p>Studierende, die dieses Teilmodul erfolgreich absolviert haben,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können die Motivation und die Grundlagen des Controlling-Konzepts darlegen,</li> <li>- können das Controlling-Konzept als Teil der Unternehmensführung einordnen,</li> <li>- können die Funktionen und Voraussetzungen des modernen Controllings beschreiben,</li> <li>- wissen um die Voraussetzungen für ein modernes Controlling im Unternehmen und können diese veranschaulichen,</li> <li>- haben Kenntnisse im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung vertieft und können Kostenrechnungssysteme beschreiben und anwenden,</li> <li>- können Kostenrechnungssysteme insb. Teilkostenrechnungssysteme im Hinblick auf eine entscheidungsorientierte Kostenrechnung/Controlling gegenüberstellen und bewerten,</li> <li>- sind in der Lage, weiterführende Aufgabenstellungen im Bereich der entscheidungsorientierten Kostenrechnung selbständig zu lösen und</li> <li>- im Unternehmen vernetzte Controlling-Aufgabenstellungen zu identifizieren.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<p>Themengebiet Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Marketing: Einordnung, Entwicklungen und Definition</li> <li>- Veränderungen des Marketing durch die Digitalisierung</li> <li>- Märkte und Umwelt der Unternehmung</li> <li>- Elemente und Prozess der Marketingentscheidung</li> <li>- Käuferverhalten</li> <li>- Marktforschung</li> <li>- Produktpolitik</li> <li>- Preispolitik</li> <li>- Kommunikationspolitik</li> <li>- Vertriebspolitik</li> <li>- Online-Marketing</li> <li>- Ausgewählte aktuelle Fragestellungen im Marketing (z.B. Internationales Marketing)</li> <li>- Fallstudien/Übungen/E.Learning Einheiten zum Marketing (parallel)</li> </ul>					

Themengebiet Controlling:

1. Motivation des Controlling-Konzepts u.a. anhand von Praxisbeispielen

2. Einführung in das Controlling-Konzept/System

- Entwicklung zum modernen Controlling und Controllingbegriff

- Controlling-System und Controlling-Funktionen (Planung, Information, Kontrolle/Analyse, Steuerung)

- Institutionelle Verankerung des Controllings im Unternehmen, Überblick über Controlling-Systeme (operatives Controlling, strategisches Controlling)

Kennzahlen und Kennzahlensysteme im Controlling

- Der Kennzahlenbegriff, Kennzahlensysteme, traditionelle und moderne Kennzahlensysteme (von DuPont, ZVEI, RL zu Balanced Scorecard/Performance Measurement-Systemen)

3. Rechnungswesen als Basis des Controllings / weiterführende Kostenrechnungskonzepte

- Finanz- und Rechnungswesen als Grundlage, Controllinggerechte Kostenrechnung / weitergehende Konzepte der Kostenrechnung (Ist- und Plankostenrechnung, Teil- und Vollkostenrechnung...), Deckungsbeitragsrechnung etc.

4. Fallstudien/Übungen zur Kostenrechnung und Grundlagen des Controllings (parallel)

#### **Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

Pflichtmodul im Studiengang International Management

#### **Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Modul Internes Rechnungswesen

#### **Prüfungsformen**

Klausur

#### **Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

#### **Stellenwert der Note in der Endnote**

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### **Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Richelsen, Prof. Dr. Pietschmann

#### **Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Richelsen

#### **Sonstige Informationen**

Literatur:

Teilmodul Marketing: Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2016; Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2016; Meffert, H. et al.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden 2018; Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 13. Aufl., Wiesbaden 2016; Kotler P. et al.: Grundlagen des Marketing, 6. Aufl., Hallbergmoos 2016; Kotler, P. et al.: Marketing 4.0: Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft, Frankfurt 2017; Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte - Instrumente - Checklisten, 3. Aufl., Wiesbaden 2018; Übungsbücher, Fallstudien und selbst erstellte interaktive E.Learning Einheiten zu bestimmten Themen des Marketing

Teilmodul Controlling: Deimel, K.; Isemann, R., Müller, S.: Kosten- und Erlösrechnung - Grundlagen, Managementaspekte und Integrationsmöglichkeiten der IFRS, Pearson Studium, München, 2006, Fiedler, R.: Einführung in das Controlling, 2. Auflage, Oldenbourg, München 2001, sowie Fiedler, R.; Gräf, J. Einführung in das Controlling, 3. Auflage, Oldenbourg, München 2012 als E.Book, Hörvath, P.: Controlling, 12. Auflage, Vahlen, München, 2011, Peemöller, V. H.: Controlling - Grundlagen und Einsatzgebiete, 5. Auflage nwb, Herne, 2005, Schröder, E. F.: Modernes Unternehmenscontrolling - Handbuch für die Unternehmenspraxis, 8. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen, 8. Auflage, 2003, Weber, J., Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 15. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2016, Haberstock, L.: Kostenrechnung II - (Grenz-)Plankostenrechnung, 10. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2008, Däumler, K. D., Grabe, J.: Kostenrechnung 2 - Deckungsbeitragsrechnung, 10. Auflage nwb Herne, 2013, Stahl, H.-W.: Modernes Kostenmanagement und Controlling in 70 Fällen, Vahlen, München, 1999, sowie weitere Übungsbücher zu weiterführenden Konzepten der Kostenrechnung und des operativen Controllings

Selbsterstellte interaktive E.Learning Einheiten zur:

- Einführung in das Controlling - Kennzahlen und Kennzahlensysteme - Deckungsbeitragsrechnung

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Mikroökonomik

Microeconomics

<b>Kürzel:</b>	MIC	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Mikroökonomik	60 h	120 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

120 V 3\*40 Ü

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden können reale Situationen auf einzelnen Güter- und Faktormärkten analysieren und daraus Handlungsoptionen für wirtschaftliches Verhalten entwickeln. Sie nutzen dazu verschiedene Kriterien in Bezug auf Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis.

Die Studierenden kennen die Entscheidungssituation privater Haushalte und die Eigenschaften der Konsumnachfrage und können diese in eigenen Worten beschreiben. Sie können die Modelle der Produktions- und Kostentheorie anwenden. Sie kennen die Einflussfaktoren auf das kurzfristige und auf das langfristige Güterangebot und können diese in eigenen Worten beschreiben. Schließlich sind sie mit verschiedenen Situationen vertraut, in denen Anbieter Marktmacht haben und daher Preisspielräume nutzen und können diese in eigenen Worten beschreiben.

#### Inhalte

Theorie des Haushalts - volkswirtschaftliche Konsumtheorie  
Theorie der Unternehmung - volkswirtschaftliche Produktions- und Kostentheorie  
Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis  
Marktmacht - Monopol, Preisdifferenzierung, monopolistische Konkurrenz und Oligopol

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft  
Pflichtmodul im Studiengang International Management

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

#### Prüfungsformen

Klausur

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Siebe

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Siebe

#### Sonstige Informationen

Siebe (2016): Mikroökonomie, 2. Auflage, UTB.  
Varian (2016): Grundzüge der Mikroökonomik, 9. Auflage, Oldenbourg.  
Pindyck / Rubinfeld (2015): Mikroökonomie, 8. Auflage, Pearson.

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Personal und Organisation

HRM and Organisation

<b>Kürzel:</b>	PUO	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Personalwirtschaft	30 h	60 h
Organisation	30 h	60 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

60 - 140

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Methoden und Modelltheorien der Personalwirtschaft und Organisation.  
Sie können aktuelle Herausforderungen der Personalwirtschaft und Organisation durch eigene Analyse erkennen und beurteilen.  
Sie sind in der Lage, praktische Lösungsansätze im Team zu entwickeln und zu präsentieren.

#### Inhalte

- Organisationstheoretische Ansätze und Organisationskonzepte, insb. im Kontext zur digitalen Transformation
- Besondere Aspekte der Teamorganisation, insb. im Kontext zu diversen/interkulturellen Strukturen
- Lösungsstrategien für Organisationsprobleme
- Gestaltung des organisatorischen Wandels
- Aktionsfelder des Personalmanagements
- Aktuelle Herausforderungen wie
  - demographischer Wandel
  - generationsspezifischer Wertewandel
  - Flexibilisierung
  - Internationalisierung
  - elektronisch unterstützte Kommunikationsformen

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

Pflichtmodul im Studiengang International Management

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Keine

#### Prüfungsformen

Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### 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

Basislektüre:

Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. Lehrbuch für das praxisorientierte Studium, 7. Aufl. Stuttgart 2016;

Vahs, D.: Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. 9. Aufl., Stuttgart 2015

Aktuelle Artikel, z.B. Junghans, G., Pech, E.: Flexibilisierung durch Telearbeit. In: ARBEIT 3/2008, S. 193 - 208;

Hewlet, S. A. & L. Sherbin: Letzte Ausfahrt Babypause. In: Harvard Business Manager Mai 2010, S. 51 - 61;

Kletzing, U., Walther, K.: Mehr Flexibilität. In: Personal 07-08/2008, S. 48 - 50;

Lohmann, T., Leckebusch, H.: Reise ins Jahr 2020. In: Personal 3/2008, S. 6 - 28;

Martin, J./ Schmidt, C.: So funktioniert Talentmanagement. In: Harvard Business Manager Juli 2010, S. 27 - 36



sowie weitere themenspezifische Literatur, die im Skript angegeben wird.

Stand:     Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Praxisphase

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

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Projekt im Berufsfeld

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

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Spezielle Managementkonzepte

Particular Management Concepts					
<b>Kürzel:</b>	SMK	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Kompaktveranstaltung zu Sondergebieten Unternehmensführung / Management				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
max. 40 (ggf. themenbezogen stärkere Begrenzung)					
<b>Qualifikationsziele</b>					
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.					
<b>Inhalte</b>					
Mögliche Themenfelder richten sich stets nach den aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen und beziehen sich beispielsweise auf:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erkennung und Entwicklung von persönlichen Führungsfähigkeiten</li> <li>- Management von Innovationsprozessen, insbesondere auch unter Nutzung agiler digitaler Instrumente</li> <li>- Projektmanagement, insbesondere auch unter Nutzung agiler digitaler Instrumente</li> <li>- Aspekte der Organisationsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der digitalen Transformation</li> <li>- Management in Krisen und Einleitung von Wandlungsprozessen</li> <li>- Besonderheiten des Finanzierungsmanagements</li> <li>- Umweltmanagement</li> <li>- Qualitätsmanagement</li> <li>- Management logistischer Prozesse</li> <li>- Strategien und Optionen des Personalmanagements</li> <li>- Management von Unternehmensgründungen</li> <li>- Management von Unternehmenszusammenschlüssen und -akquisitionsprozessen</li> <li>- Besondere Bedeutung des Unternehmensleitbildes bei Wandlungsprozessen</li> <li>- Aspekte der Postwachstumsökonomie</li> <li>- Aspekte der Wirtschaftsethik und des nachhaltigen und sozialverantwortlichen Managements</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Ausgleichsmodule					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Figura, weitere Professoren sowie externe praxisbezogene Expertinnen und Experten als Lehrbeauftragte					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Figura					



<b>Sonstige Informationen</b>
Die jeweils aktuell angebotene Themenauswahl und entsprechende Literaturhinweise sowie die damit verbundene Prüfungsform werden jeweils zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Stand:     Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Wirtschaftsenglisch

Business English					
<b>Kürzel:</b>	WIE	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsenglisch				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der englischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
<b>Inhalte</b>					
Einführung in den bildungssprachlichen Umgang mit wissenschaftlichen Textsorten (z.B. Theorien und Modelle zum business cycle, zur fiscal policy, zum banking oder applied mathematical economics) von der Texterschließung bis hin zur schriftlichen Textreflexion und in den mündlichen, fachwissenschaftlichen Diskurs auf der Grundlage von authentischen, aktuellen Sprechhandlungsanreizen (z.B. video-feeds, podcasts, news flashes, news articles).					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft Pflichtmodul im Studiengang International Management					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "English Support Programme" des Sprachenzentrums					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Herr Dr. Budke; Herr Dr. Th. Winkelrath; Frau Gebben et al. (Sprachenzentrum)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminarflankierend bietet unser MultiMedia-Labor ein individualisiertes, interaktives digitales Lernangebot zur intensiven Aufarbeitung von Lerndefiziten (ESP).</li> <li>- Fachspezifische e-learning-Angebote des Sprachenzentrums (angeleitetes Selbststudium, ET, FFT).</li> <li>- Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.</li> </ul>					
Literatur/Medien:					
Coursebook:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- MacKenzie, Ian: English for Business Studies, Third Edition. Cambridge University Press, 2010, Klett-Verlag. ISBN 3-12-539890-0</li> </ul>					
Dictionaries: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="https://www.merriam-webster.com/dictionary/PLC">https://www.merriam-webster.com/dictionary/PLC</a></li> <li>- <a href="https://en.oxforddictionaries.com">https://en.oxforddictionaries.com</a></li> <li>- <a href="https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english">https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english</a></li> <li>- <a href="https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/">https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/</a></li> <li>- <a href="http://dictionary.law.com/">http://dictionary.law.com/</a></li> <li>- <a href="http://www.businessdictionary.com/">http://www.businessdictionary.com/</a></li> </ul>					

- <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

<b>Kürzel:</b>	WIN	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
----------------	-----	------------------	-------	-------------------------	---

<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
------------------	---	---------------	------------	--------------------	------------------------------

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.
- Stand und Entwicklungstendenzen von e-Business, unternehmensweite Informations- und Kommunikationssysteme.
- Operative und dispositive Informationssysteme.
- IT-Trends im internationalen Kontext.

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

#### Prüfungsformen

Klausur

#### 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

#### 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: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Wirtschaftsmathematik und Statistik 1

Business Mathematics and Statistics 1

<b>Kürzel:</b>	WMS1	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
----------------	------	------------------	-------	-------------------------	---

<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	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

- 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

**Inhalte**

- Elementare Funktionen
- Differentialrechnung für Funktionen einer Variablen
- Differentialrechnung mit mehreren Variablen
- Integralrechnung

**Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

Pflichtmodul im Studiengang International Management

**Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Keine

**Prüfungsformen**

Klausur, mündliche Prüfung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

**Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note in der Endnote**

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Thiel, Prof. Dr. Christof

**Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Thiel, Prof. Dr. Christof

**Sonstige Informationen**

## 1 Pflichtmodule

### Wirtschaftsmathematik und Statistik 2

Business Mathematics and Statistics 2

<b>Kürzel:</b>	WMS2	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
----------------	------	------------------	-------	-------------------------	---

<b>Semester:</b>	2	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
------------------	---	---------------	------------	--------------------	------------------------------

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

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

Übung	30 h	60 h
-------	------	------

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

V: 80

Ü: ca. 40

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen

- 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,
- 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.

#### Inhalte

- Zinsrechnung,
- Rentenrechnung,
- Tilgungsrechnung,
- Kennzahlen für die Beurteilung von Investitionen und Finanzierungen,
- Ein- und zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen,
- Lage- und Streuungsmaße, Zusammenhangsmaße,
- Lineare Regressionsrechnung,
- Indexzahlen.

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

Pflichtmodul im Studiengang International Management

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Wirtschaftsmathematik und Statistik 1

#### Prüfungsformen

Klausur

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Christof, Prof. Dr. Thiel

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Christof

#### Sonstige Informationen

## 1 Pflichtmodule

### Wirtschaftsmathematik und Statistik 3

Business Mathematics and Statistics 3

<b>Kürzel:</b>	WMS3	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
----------------	------	------------------	-------	-------------------------	---

<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
------------------	---	---------------	----------	--------------------	------------------------------

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

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

Übung	30 h	60 h
-------	------	------

**Lehrformen**

Vorlesung, Übung

**Gruppengröße**

Ü: ca. 40

**Qualifikationsziele**

Die Studierenden sollen

- 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**

- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung,
- Ausgewählte diskrete und stetige Verteilungsmodelle,
- Zentraler Grenzwertsatz,
- Stichprobenfunktionen,
- Parameterschätzung,
- Testen von Hypothesen.

**Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

Pflichtmodul im Studiengang International Management

**Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Wirtschaftsmathematik & Statistik 1

Wirtschaftsmathematik & Statistik 2

**Prüfungsformen**

Klausur

**Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note in der Endnote**

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Christof, Prof. Dr. Thiel

**Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Christof

**Sonstige Informationen**

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 1 Pflichtmodule

### Wirtschaftsrecht

Business Law

<b>Kürzel:</b>	WIR	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
----------------	-----	------------------	-------	-------------------------	---

<b>Semester:</b>	1	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
------------------	---	---------------	------------	--------------------	------------------------------

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

Zivilrecht	30 h	60 h
------------	------	------

Vertragsrecht	30 h	60 h
---------------	------	------

**Lehrformen**

Vorlesung, Übung

**Gruppengröße**

80 -120

**Qualifikationsziele**

Studierende verstehen die juristischen Prinzipien des Zivilrechts und des kaufmännischen Vertragsrechts, Sie können die betreffenden Gesetze auf einfache Sachverhalte anwenden

**Inhalte**

- Geschichte des BGB
- Einführung in die Grundbegriffe des Zivilrechts und in die Klausurtechnik
- Erarbeiten von praktischen Rechtsfällen im Allgemeinen Teil des BGB,
- insbesondere die Lehre vom Rechtsgeschäft (Willenserklärung/Vertrag) Kaufvertragsrecht, Schuldrecht, Allgemeiner Teil, Fristen, Termine, Verjährung, Sicherheitsleistung, Bürgschaft

**Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft

**Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Keine

**Prüfungsformen**

Klausur

**Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note in der Endnote**

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Lehrbeauftragte

**Modulbeauftragte(r)**

Studiendekan Wirtschaft

**Sonstige Informationen**

Brox, (2017): Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Gesetzbuches, 41. Auflage, Köln;  
 Medicus (2016): Allgemeiner Teil des BGB, 11. Auflage, Heidelberg;  
 Palandt (2017), Bürgerliches Gesetzbuch, 76. Auflage, München;  
 Albrecht (2002), Studienbuch Wirtschaftsrecht, Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, Köln;  
 Larenz (1997): Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Rechts, 8. Auflage München;  
 ders. (1987): Lehrbuch des Schuldrechts, Erster Band: Allgemeiner Teil, 14. Auflage, München.

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 2 Studienschwerpunkt Marketing

### Marketing 1

Marketing 1					
<b>Kürzel:</b>	MAR1	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Käuferverhalten				30 h	60 h
Marktforschung				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung					
<b>Gruppengröße</b>					
30-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Studierende, die das Teilmodul "Käuferverhalten" erfolgreich absolviert haben,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können die Veränderungen des Käuferverhaltens durch die Digitalisierung beschreiben,</li> <li>- können die zentralen Theorien des Konsumentenverhaltens sowie einzelne Ansätze des organisationalen Beschaffungsverhaltens wiedergeben und voneinander abgrenzen sowie deren Implikationen für das Marketing herausstellen,</li> <li>- sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Determinanten des Käuferverhaltens zu erläutern und zwischen geeigneten Instrumenten der Beeinflussung zu differenzieren sowie deren Einsatz zu begründen,</li> <li>- verstehen das Käuferverhalten aufgrund der erworbenen theoretischen Erkenntnisse, sind in der Lage es zu analysieren und können diese Erkenntnisse auf praktische Vermarktungssituationen hin anwenden.</li> </ul> <p>Studierende, die das Teilmodul "Marktforschung" erfolgreich abgeschlossen haben,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die wesentlichen Begriffe, Systematiken und Datenerhebungsmethoden im Bereich der Marktforschung, können diese diskutieren und praktisch anwenden,</li> <li>- beherrschen den Prozess der Marktforschung und sind in der Lage, selbstständig Marktforschung zu betreiben, d.h. zu planen, durchzuführen, auszuwerten und zu interpretieren und</li> <li>- sind mit digitalen Ansätzen wie z.B. Web Analytics und Mobile Research vertraut.</li> </ul> <p>Nach dem Besuch der Veranstaltung haben die Studierende Kenntnisse zum wissenschaftlichen Arbeiten im Bereich "Käuferverhalten" oder "Marktforschung" erworben und können diese in eigenen schriftlichen Arbeiten anwenden.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p><b>Käuferverhalten:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Käuferverhaltens (Einordnung, Trends, Kaufentscheidungssituationen)</li> <li>- Veränderungen des Käuferverhaltens durch die Digitalisierung (z.B. Customer Journey)</li> <li>- Kaufverhalten der Konsumenten (Theorien, Modelle, interpersonale und intrapersonale Bestimmungsfaktoren (z.B. Kulturunterschiede), Kognitionen)</li> <li>- Kaufverhalten von Organisationen (Merkmale, Erklärungsansätze, Buying Center)</li> <li>- Aktuelle Entwicklungen im Käuferverhalten (z.B. Social Media, Chat Bots, Augmented Reality)</li> </ul> <p><b>Marktforschung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Marktforschung</li> <li>- Veränderungen der Marktforschung durch die Digitalisierung</li> <li>- Marktforschungsprozess (Problemformulierung, Untersuchungsdesign und Durchführende, Datenerhebungsmethoden, Stichprobenauswahl, Messung und Skalierung, Gestaltung des Erhebungsinstruments, Datenanalyse und Interpretation)</li> <li>- Aktuelle Entwicklungen in der Marktforschung (z.B. Big Data, Social Media Monitoring, Mobile Research, Web Analytics)</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Marketing					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Ausgleichsmodule					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>
Prof. Dr. Richelsen
<b>Modulbeauftragte(r)</b>
Prof. Dr. Richelsen
<b>Sonstige Informationen</b>
<p>Foscht, T./ Swoboda, B.: Käuferverhalten, 6. Auflage, Wiesbaden, 2017</p> <p>Grabs, A. et al.: Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram und Co. , Bonn, 2018</p> <p>Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden, 2016</p> <p>Kroeber-Riel; W. et al.: Konsumentenverhalten, 10. Auflage, München, 2013</p> <p>Koch, J. et al.: Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendung, 6. Auflage, München, 2016</p> <p>Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte - Instrumente - Checklisten, 3. Aufl., Wiesbaden, 2018</p> <p>Kuß, A. et al.: Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse, 6. Auflage, Wiesbaden, 2018</p> <p>Solomon, M. R.: Konsumentenverhalten, München, 2016</p> <p>Theobald, A.: Praxis Online-Marktforschung - Grundlagen - Anwendungsbereiche - Durchführung, Wiesbaden, 2017</p>

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 2 Studienschwerpunkt Marketing

### Marketing 2

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

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 2 Studienschwerpunkt Marketing

### Marketing 3

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

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 2 Studienschwerpunkt Marketing

### Spezialisierung im Marketing

Special applications in marketing

<b>Kürzel:</b>	SMAR	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Kompaktveranstaltungen zu speziellen Aspekten des Marketing	60 h	120 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung, Seminar

#### Gruppengröße

ca. 40

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis von besonderen Anwendungsbereichen des Marketings und deren Lösungsstrategien.

Sie können die gelernten Lösungsstrategien in marketingspezifischen Problemstellungen anwenden.

Sie können Lösungsprozesse im Team organisieren und ihre Lösungen präsentieren und in der Diskussion reflektieren.

#### Inhalte

Mögliche Themenfelder sind beispielsweise:

- Business-to-Business Marketing
- Sport- / Kultur- / Eventmarketing
- Public marketing
- Marketing in sozialen Netzwerken
- Internationales Marketing
- praxisbezogene Planung und Umsetzung von Marketingstrategien in einem simulierten Unternehmenskontext

#### Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Marketing

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

#### Prüfungsformen

Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### 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. Schulze, Prof. Dr. Schwark

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Schwark

#### Sonstige Informationen

Zu den diversen Themengebieten wird es alternative Wahlbausteine über jeweils 4 SWS geben. Die jeweils aktuell angebotenen Wahlbausteine werden im Vorlesungsverzeichnis (Starplan) gekennzeichnet.

### 3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling

#### Rechnungswesen und Controlling 1

Group Accounting					
<b>Kürzel:</b>	RC1	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Konzernrechnungslegung				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Sie sind in der Lage, die Konzernaufstellungspflicht nach HGB/DRSC und nach internationalen Rechnungslegungsstandards zu beurteilen. Sie beherrschen die handelsrechtlichen Konsolidierungstechniken und werden befähigt, Konzernabschlüsse zu interpretieren, die wirtschaftliche Lage des Konstrukts "Konzern" kritisch zu analysieren und aktuelle Fragestellungen zur Konzernbilanzierung unter Berücksichtigung des wissenschaftlichen Diskurses zu beschreiben.</p> <p>Sie sind in der Lage, Informationsquellen gezielt zu suchen, zu bewerten und eine begründete Auswahl zu treffen (z.B. Forschungsartikel); Sie erlangen Kompetenzen, die Ihnen das wissenschaftliche Arbeiten erleichtern und Sie insbesondere auf die Anfertigung eines wissenschaftlichen Textes vorbereiten.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beurteilung der Aufstellungspflicht nach HGB/DRS und IFRS</li> <li>- Bestimmung des anzuwendenden Normensystems</li> <li>- Abgrenzung des Konsolidierungskreises</li> <li>- Vereinheitlichung der einzubeziehenden Abschlüsse (formelle und materielle Einheitlichkeit)</li> <li>- Erstellung des Summenabschlusses</li> <li>- Konsolidierung (Kapital-, Schulden-, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischenergebniseliminierung)</li> <li>- Equitymethode</li> <li>- ausgewählte aktuelle Themen (bspw. Übergangskonsolidierung gem. DRS 23, Folgebilanzierung des Geschäfts- oder Firmenwerts; jeweils abhängig von aktuellen, typischerweise in der Wirtschaftspresse berichteten Entwicklungen)</li> </ul> <p>Die Veranstaltung wird durch ein umfangreiches e-learning-Angebot ergänzt.</p>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Rechnungswesen und Controlling					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Ausgleichsmodule					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster, Prof. Dr. Sejdija					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<p>Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- HGB</li> <li>- Baetge/Kirsch/Thiele, Konzernbilanzen</li> <li>- Küting/Weber, Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS</li> <li>- Schildbach, Der Konzernabschluss nach HGB, IFRS und US-GAAP</li> </ul>					



### 3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling

#### Rechnungswesen und Controlling 2

Operational Controlling and Cost Management

<b>Kürzel:</b>	RC2	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
----------------	-----	------------------	-------	-------------------------	---

<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	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 zunehmende Relevanz des Externen Rechnungswesens, insb. Konzepte der internationalen Rechnungslegung (IFRS) auf das operative Controlling ableiten,

- vertiefen die Kenntnisse von Controlling-Systeme und können das operative Controlling in den Planungsebenen des Unternehmens unterscheiden und erklären und einordnen,

- können das operative Controlling als Teil der Unternehmensführung umreißen,

- erlangen eine Übersicht über die vielfältigen Aufgabenstellungen des operativen Controllings (Operative Planung, Abweichungsanalyse, operative Information) und können diese sodann benennen und operative Controlling-Instrumente einordnen und anwenden

- können die Teilpläne der operativen Planung in Beziehung setzen und beurteilen

- können die Anwendbarkeit der Instrumente für den betrieblichen Einsatz beurteilen, auswählen und transferieren.

**Inhalte**

1. Controlling und (internationale) Rechnungslegung

2. Einführung in Controlling-Systeme

- Einordnung und Grundlagen des Operativen Controlling

- Einordnung und Grundlagen des Strategischen Controllings

3. Operatives Controlling

- Grundlagen des operativen Controllings

- Operative Planung - Budgetierung

- Operative Analyse und Kontrolle

- Operative Information: Berichtswesen

4. Fallstudien/Übungen zum operativen Controlling / Kostenmanagement (parallel), z.B. Kostellenplanung, Kostenträgerplanung, integrierte Unternehmensplanung, Abweichungsanalyse im Gemein- und Produktkostenbereich, Umsatz- und Deckungsbeitragsbereich

**Verwendbarkeit des Moduls**

Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Rechnungswesen und Controlling

**Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Module Internes Rechnungswesen, Grundlagen des Controlling

**Prüfungsformen**

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

**Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note in der Endnote**

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

**Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Pietschmann

**Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Pietschmann

**Sonstige Informationen****Literatur:**

Deimel, K.; Isemann, R., Müller, S.: Kosten- und Erlösrechnung - Grundlagen, Managementaspekte und Integrationsmöglichkeiten der IFRS, Pearson Studium, München, 2006

Fiedler, R.: Einführung in das Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München 2001

sowie Fiedler, R.; Gräf, J. Einführung in das Controlling, 3. Auflage, Oldenbourg, München 2012 als E.Book

Hórvath, P.: Controlling, 12. Auflage, Vahlen, München, 2011

Küpper: Controlling, 3. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart, 2001

Peemöller, V. H.: Controlling ? Grundlagen und Einsatzgebiete, 5. Auflage nwb, Herne, 2005

Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, 8. Auflage, Vahlen, München, 2011

Schröder, E. F.: Modernes Unternehmenscontrolling - Handbuch für die Unternehmenspraxis, 8. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen, 8. Auflage, 2003

Weber, J., Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 15. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2016

Dress-Behrens, C.; Schmidt, A.: Aufgaben und Fälle zur Kostenrechnung, 3. Auflage, Oldenburg, München, 2011

Freidank, C.-C.; Fischbach, S.: Übungen zur Kostenrechnung, 6. Auflage, Oldenburg, München, 2011

Jandt, J.: Trainingsfälle Kostenrechnung, 2. Auflage, nwb, Herne, 2005

Joos-Sachse, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden, 2006

Stahl, H.-W.: Modernes Kostenmanagement und Controlling in 70 Fällen, Vahlen, München, 1999

sowie weitere Übungsbücher zu weiterführenden Konzepten der Kostenrechnung und des operativen Controllings

**Selbsterstellte interaktive E.Learning Einheiten zu:**

- Controlling und externes Rechnungswesen
- Flexible Plankostenrechnung

Stand:     Druckdatum: 15.01.2026

### 3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling

#### Rechnungswesen und Controlling 3

Taxation					
<b>Kürzel:</b>	RC3	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Steuerliche Gewinnermittlung und Steuerbilanzpolitik				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
20-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden beherrschen die Ermittlung des steuerlichen Gewinns durch Bilanzierung. Sie kennen die wesentlichen steuerlichen Ansatz- und Bewertungsvorbehalte als auch die steuerlich autonomen Wahlrechte. Im Rahmen von betrieblichen Entscheidungen sind sie in der Lage, die steuerlichen Wirkungen der besprochenen Vorschriften zu analysieren und Wahlrechte steuerlich optimal auszuüben. Der aktuelle Stand der wissenschaftlichen Diskussion des Bilanzsteuerrechts ist den Studierenden bekannt und kann zur Lösung gleichgelagerter Probleme herangezogen werden.					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maßgeblichkeitsgrundsatz und autonome Wahlrechte</li> <li>- Steuerliches Betriebsvermögen</li> <li>- Ansatz- und Bewertungsvorbehalte (§§ 5 - 7 EStG)</li> <li>- Ansatz- und Bewertungswahlrechte (§ 6b EStG, Teilwertabschreibungen, § 5 Abs. 1b EStG)</li> <li>- Gesamthands-, Ergänzungs-, und Sonderbilanzen</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Rechnungswesen und Controlling					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Besuch der Veranstaltung "Betriebliche Steuerlehre"					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage): Falterbaum/Bolk/Reiß/Kirchner, Buchführung und Bilanz (Grüne Reihe) Horschitz/Groß/Fanck et al, Bilanzsteuerrecht und Buchführung Scheffler, Besteuerung von Unternehmen II: Steuerbilanz					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

### 3 Studienschwerpunkt Rechnungswesen und Controlling

#### Spezialisierung im Rechnungswesen und Controlling

Special applications in managerial accounting					
<b>Kürzel:</b>	SCR	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Spezielle Anwendungen im Bereich Rechnungswesen und Controlling				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
ca 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis von besonderen Formen und Applikationen von speziellen Modellen im Rechnungswesen und Controlling, einschließlich der besonderen Betrachtung von Unternehmenssteuern, und können den Einfluss und Nutzen der Digitalisierung auf entsprechende betriebswirtschaftliche Anwendungen in der betrieblichen Praxis einschätzen. Dazu können Sie die Bedeutung der Modelle auch im Hinblick auf eine Systemintegration im praktischen Einsatz in Unternehmen beurteilen.</p> <p>Sie können Prozesse und Modelle mit semiformalen Modellierungsmethoden illustrieren und beurteilen.</p> <p>Sie können Lösungsprozesse im Team organisieren und ihre Lösungen präsentieren und in der Diskussion reflektieren.</p> <p>Sie kennen den aktuellen Stand des wissenschaftlichen Diskurses über bilanzielle und steuerliche Fragestellungen und sind in der Lage, diese zu beschreiben und kritisch zu würdigen.</p> <p>Sie sind in der Lage, Informationsquellen gezielt zu suchen, zu bewerten und eine begründete Auswahl zu treffen (z.B. Forschungsartikel); Sie erlangen Kompetenzen, die Ihnen das wissenschaftliche Arbeiten erleichtern und Sie insbesondere auf die Anfertigung eines wissenschaftlichen Textes vorbereiten.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p>Mögliche Themenfelder sind beispielsweise:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IT-gestütztes Controlling</li> <li>- Internationale Rechnungslegung</li> <li>- Gesellschaftsbezogene Aspekte der Unternehmensbesteuerung</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Rechnungswesen und Controlling					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster, Prof. Dr. Pietschmann, Prof. Dr. Sejdija					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Oberdörster					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Zu den diversen Themengebieten wird es alternative Wahlbausteine über jeweils 4 SWS geben. Die jeweils aktuell angebotenen Wahlbausteine werden im Vorlesungsverzeichnis (Starplan) gekennzeichnet.					

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Applied Corporate Finance

Applied Corporate Finance

<b>Kürzel:</b>	ACF	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Applied Corporate Finance	60 h	120 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

ca.20

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen die Grundzüge ausgewählter Theorien und empirischer Methoden kennen, auf denen die Corporate-Finance-Literatur basiert. Nach Abschluss der Lehrveranstaltung können erfolgreiche Studierende

- den Finanzierungsbedarf eines Unternehmens ermitteln,
- die risikoadjustierten Eigenkapitalkosten auf der Basis des CAPM ableiten und empirisch ermitteln,
- Europäische Optionen mit dem Binominalmodell bewerten,
- das Kreditauffallrisiko mit dem Modell von Merton bewerten,
- Eigenkapital- und Fremdkapitalkosten für die Bewertung von Eigenkapital, Fremdkapital und die Investitionsrechnung ermitteln,
- die Kapitalstruktur von Unternehmen analysieren,
- die wissenschaftlichen Ansätze zu den angegebenen Themen beurteilen.

#### Inhalte

- Risiko und Renditen: Empirischer Befund
- Portfoliotheorie und CAPM
- Risikoadjustierte Eigenkapitalkosten
- Optionsbewertung mit dem Binominalmodell
- Bewertung von EK und FK mit dem Modell von Merton
- Fremdkapitalkosten und Bonitätsrisiko
- Optimale Kapitalstruktur

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Kenntnisse Investition und Finanzierung/Wirtschaftsmathematik/EXCEL

#### Prüfungsformen

Klausur, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Erke

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Erke

#### Sonstige Informationen

Schmidt, Reinhard H./ Eva Terberger: Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie, 4. Auflage, Gabler Wiesbaden 1997;  
Brealey, R.A./S.C. Myers/F. Allen: Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill, 2013;  
Damodaran, D.: Applied Corporate Finance, John Wiley & Sons, Inc., 4. Auflage, 2015;  
Benninga, S.: Principles of Finance with EXCEL, Oxford University Press, 2010.

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Auslandsmodul

International Module					
<b>Kürzel:</b>	AUS	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3, 4	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Nach Bedarf
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls				h	180 h
<b>Lehrformen</b>					
Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
Siehe Fremdmodul					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Siehe Fremdmodul					
<b>Inhalte</b>					
Siehe Fremdmodul					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
<b>Prüfungsformen</b>					
Prüfungsform aus der Prüfungsordnung des Fremdmoduls					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Auslandsbeauftragter / Dekan					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<p>Als Auslandsmodul kann ein beliebiges Modul aus einem im Ausland angebotenen Studiengang gewählt werden ("Fremdmodul"), sofern es die folgenden Bedingungen erfüllt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mindestens 6 Leistungspunkte</li> <li>- Benoteter Abschluss</li> <li>- Im Studienverlaufsplan des zugehörigen Studiengangs im 4. Studiensemester oder höher (Zeitmaßstab: Vollzeitstudiengang)</li> </ul> <p>Die hier beschriebene freie Wahl eines Wahlpflichtmoduls ist nur einmal innerhalb des jeweiligen Katalogs möglich.</p>					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Bilanzpolitik im Kontext der Wirtschaftsprüfung

Accounting policy in the context of auditing

<b>Kürzel:</b>	BIWP	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Bilanzpolitik im Kontext der Wirtschaftsprüfung	60 h	120 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung

#### Gruppengröße

20-40

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Bedeutung der Bilanzpolitik im Rahmen der Aufstellung eines Jahresabschlusses und können dies in den Kontext der Wirtschaftsprüfung einordnen. Sie sind in der Lage, Zwecke der Bilanzpolitik darzustellen, bilanzpolitische Instrumente zweckadäquat unter Beachtung von Bilanzierungsnormen anzuwenden und Grenzen der Bilanzpolitik zu diskutieren. Studierende erkennen Beziehungen zwischen der Bilanzpolitik und anderen Teilgebieten der Unternehmensrechnung.

Sie besitzen die Fähigkeit, praktische Fallstudien unter Beachtung von Bilanzierungsnormen zu lösen und vertiefen hiermit ihre erworbenen Grundkenntnisse der externen Rechnungslegung.

#### Inhalte

Themenfelder sind insb. folgende:

- Begriff und Aufgaben der Bilanzpolitik
- Beziehungen zwischen Bilanzpolitik und Wirtschaftsprüfung
- Zwecke der Bilanzpolitik
- Beurteilungskriterien bilanzpolitischer Instrumente
- Instrumente der Bilanzpolitik
- Abbildung bilanzpolitischer Instrumente im Jahresabschluss
- Fallstudien zur Bilanzpolitik
- Gewinnverwendungspolitik
- Grenzen der Bilanzpolitik
- Aufdeckung bilanzpolitischer Maßnahmen

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Externes Rechnungswesen

#### Prüfungsformen

Klausur

#### 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

Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):

Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen (IDW Verlag)

Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse (Schäffer-Pöschel Verlag)

Hilke: Bilanzpolitik: Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht (Springer Gabler Verlag)

Peemöller: Bilanzpolitik und Bilanzanalyse (Springer Gabler Verlag)

Veit: Bilanzpolitik (Vahlen Verlag)



## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Digitale Geschäftsmodelle

Digital Business Models

<b>Kürzel:</b>	DBM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Digitale Geschäftsmodelle	60 h	120 h

#### Lehrformen

Projekt, Seminar

#### Gruppengröße

20 - 30

#### Qualifikationsziele

Die Studenten

- können die Veränderung des Wettbewerbs durch die Digitalisierung beschreiben.
- sind in der Lage die Bedeutungen von kreativer Zerstörung zu bewerten.
- können die relevanten Ansätze der agilen Produktenwicklung anwenden.
- können disruptive Geschäftsmodelle erkennen und bewerten.
- kennen die Grundlagen der Digitalisierung und können den Einfluss auf die Geschäftsmodelle im Netzwerk Business bewerten.
- erkennen die Geschäftspotentiale von Big Data Anwendungen
- können datengetriebene (Big Data) Strategien und Visionen für neue Geschäftsmodelle entwickeln.
- erkennen Erfolgsfaktoren und Marktchancen digitaler Prozesse und Produkte.
- sind in der Lage eine eigene Produktidee anzuwenden und das Konzept umzusetzen (Businessplan, Prototyp).

#### Inhalte

- Digitale Technologien
- Digitale Strategien
- Industrie 4.0
- Digitale Prozesse
- Mobile Business
- Big Data
- Cloud Computing
- Social Media
- Business Case

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

#### Prüfungsformen

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Thiel

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Thiel

#### Sonstige Informationen

Literatur wird zum Beginn des Semesters bekanntgegeben.

Semesterapparat wird zur Verfügung gestellt.

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Digitale Marketing-Business-Simulation

Digital Marketing Business Simulation

<b>Kürzel:</b>	DMBS	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Digitale Marketing-Business-Simulation	60 h	120 h

#### Lehrformen

Seminar, Sonstige

#### Gruppengröße

ca. 20

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage aufgrund einer gegebenen Ausgangssituation ihr virtuelles Unternehmen, ihr Marktumfeld und ihre Wettbewerber zu analysieren und zu bewerten. Sie verstehen die unternehmerischen Gesamtzusammenhänge und formulieren selbst gesetzte Unternehmensziele. Sie sind in der Lage Ursache-Wirkungs-Prinzipien zu analysieren und ihre Erfahrungen zu reflektieren. Die Studierenden entscheiden im Team, welche strategischen Ansätze verfolgt und welche marketingspezifischen Instrumente und Methoden eingesetzt werden, um ihren Unternehmenserfolg zu optimieren. Das Team-Erlebnis fördert die Sozial- und Kommunikationskompetenz in Verbindung mit einem hohen Lerntransfer.

#### Inhalte

Analyse des Marktes und dessen Segmentierung, Definition der Zielgruppen, Entwicklung von Personas, Entwicklung einer Kommunikationsstrategie - online und offline, Abstimmung von Social Media Kampagnen, Auswahl geeigneter Influencer, Entwicklung und Implementierung einer Corporate Identity, Analyse von Marktforschungsergebnissen, Antizipation von Kundenwünschen und darauf abgestimmte Entwicklung neuer Produkte, Management des Produktlebenszyklusses, Berücksichtigung der Wettbewerbsmatrix von Porter, Positionierung innerhalb der BCG-Matrix, Prognose möglicher Verkaufszahlen, Produktions- und Vertriebsplanung

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

#### Prüfungsformen

Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. V. Richelsen, Dipl.-Kffr. S. Schwaak

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. V. Richelsen

#### Sonstige Informationen

Grabs, A.; Bannour, K.; Vogl, E.: Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram, LinkedIn und Co., 6. Aufl., Bonn, 2022; Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden, 2022; Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden, 2019.

Ergänzende Literatur wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Digitale Transformation

Digital Transformation

<b>Kürzel:</b>	DT	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Seminar				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
15-20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende kennen Firmen, die eine Vorreiterrolle in der Digitalisierung einnehmen, beherrschen die adapt2Job (R) Methodik für Berufsfähigkeit und sind insbesondere in der Lage:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Unternehmenskontext, Geschäftsprozesse in Unternehmen, Digitalisierungs-Trends zu analysieren</li> <li>-Kundennahe Lösungen und Geschäftsmodelle für Firmen zu entwickeln</li> <li>-sich kontinuierlich an die neuen Job-Profile der Wirtschaft anzupassen</li> <li>-selbständig Szenarios für Digitale Services und Produkte zu entwickeln</li> <li>-Geschäftsmodelle für die Kunden der Firma zu erstellen</li> <li>-mit professionellen Kommunikationswerkzeugen das Management von ihren Ideen zu überzeugen.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Themen der Digitalisierung und Transformation</li> <li>- Aktuelle Technologien, z.B. IoT, Embedded Systems, 5G, Digital Twins, AR/VR, Intelligent Things, etc.</li> <li>- Digitale Services</li> <li>- Digitale Produkte</li> <li>- Geschäftsmodelle und Maßnahmenpläne aus der Unternehmenspraxis</li> <li>- Unternehmensindividuelle Themen und IT für die Digitale Transformation</li> <li>- Business Kommunikation</li> <li>- Präsentationstechnik</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Informatik.Softwaresysteme, Wahlpflichtkatalog B					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Wirtschaftsinformatik und/oder Praxisfelderkundung					
Kenntnisse in der englischen Sprache					
Begeisterung					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Prüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Pulst					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Pulst					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Veranstaltung dient wegen intensivem Firmenkontakt zur Vorbereitung der Bachelorarbeit					
www.adapt2Job.com					



Einbindung moderner Medien

Stand:     Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Digitales Marketing

Digital Marketing					
<b>Kürzel:</b>	DM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
max. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundlagen und Besonderheiten des digitalen Marketing verstehen und erklären,</li> <li>- in einem komplexen Kontext qualifizierte strategische Entscheidungen in Bezug auf digitale Marketing-Aktivitäten treffen und begründen,</li> <li>- einen ganzheitlichen digitalen Marketingplan - bestehend aus der Definition von digitalen Zielsetzungen, der Bestimmung der geeigneten Digitalstrategien und der Auswahl relevanter operativer digitaler Marketinginstrumente - erstellen sowie</li> <li>- die Steuerung und Erfolgskontrolle des digitalen Marketing anhand relevanter KPIs durchführen.</li> </ul> <p>Sie erlangen somit die Fähigkeit zur Identifikation geeigneter Problemlösungsmethoden für typische Aufgabenstellungen aus dem Gebiet des digitalen Marketing.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Charakteristika des digitalen Marketing</li> <li>- Customer Journey und Customer Experience</li> <li>- Social Media Marketing</li> <li>- Influencer Marketing</li> <li>- Affiliate Marketing</li> <li>- Content Marketing</li> <li>- Suchmaschinenmarketing (SEO, SEA)</li> <li>- Webshop- und Websitegestaltung</li> <li>- E-Mail Marketing</li> <li>- Display Advertising</li> <li>- Voice Marketing</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Verena Richelsen					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Verena Richelsen					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Die genutzte Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					



## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Einzelfragen der Unternehmensbesteuerung

Advanced Corporate Taxation

<b>Kürzel:</b>	EUB	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20-30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende haben vertiefte Kenntnisse aus dem Bereich der Unternehmensbesteuerung. Sie sind in der Lage, komplexere Fragen der Unternehmensbesteuerung zu analysieren und steuerlich einzuordnen. Der aktuelle Stand der wissenschaftlichen Diskussion ist den Studierenden bekannt und kann zur Lösung gleichgelagerter Probleme herangezogen werden.					
<b>Inhalte</b>					
I. Allgemeine Einzelfragen der Unternehmensbesteuerung I.1. Steuerermäßigung bei Einkünften aus Gewerbebetrieb, § 35 EStG I.2. Betriebsaufspaltung I.3. Rechtsformvergleich  II. Einzelfragen der Besteuerung von Kapitalgesellschaften II.1. Ertragsteuerliche Organschaft, § 14 KStG II.2. Zinsschranke bei Kapitalgesellschaften, § 8a KStG  III. Einzelfragen der Besteuerung von Personengesellschaften III.1. Übertragung von einzelnen Wirtschaftsgütern III.2. Gründung einer Personengesellschaft III.3. Einbringung eines Betriebs, Teilbetriebs oder Mitunternehmeranteils (§ 24 UmwStG) III.4. Verluste bei beschränkter Haftung					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Bestandene Modulprüfung in Betriebliche Steuern, Externes Rechnungswesen und Rechnungswesen und Controlling 3					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung,					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Feriz Sejdija					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Feriz Sejdija					
<b>Sonstige Informationen</b>					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

#### 4 Wahlpflichtmodule allgemein

##### Fallstudien zur betrieblichen Steuerlehre

<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
<b>Gruppengröße</b>					
15-20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden werden im Rahmen der Veranstaltung befähigt, steuerliche Sachverhalte fachlich korrekt zu erfassen, zu bewerten und anhand berufsspezifischer Software (DATEV) zu bearbeiten bzw. abzubilden. Die Studierenden erwerben in diesem Modul sowohl Fachkompetenzen in den behandelten Wissensgebieten als auch Methodenkompetenz in den verwendeten Instrumenten. Überdies wird das Verständnis von steuerlichen Sachverhalten gefördert.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p>Als Haupt-Lehrunterlage wird die extra für diese Form der Veranstaltung konzipierte DATEV-Schulungsunterlage genutzt, die allen Teilnehmern zur Verfügung gestellt wird.</p>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Empfohlen: Bestandene Klausuren "Externes Rechnungswesen" und "Betriebliche Steuerlehre"					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Sejdija					
<b>Sonstige Informationen</b>					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Führen im Team

Team Management					
<b>Kürzel:</b>	FIT	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Führen im Team				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden sind in der Lage, theoretische Konzepte der Personalführung im Hinblick auf ihre Einsatzmöglichkeiten in der Praxis zu bewerten. Sie sind in der Lage, die Wirksamkeit diverser Führungsstile sowohl im Kontext zu ihren Persönlichkeitscharakteristiken als auch bezogen auf den generationsgeprägten Wertewandel zu bewerten und entsprechend anzupassen.</p> <p>Auf Basis einer kontinuierlichen Selbst- und Fremdrelexion können die Studierenden ihre Grundannahmen und aktives Verhalten im Hinblick auf die Personalführung kritisch hinterfragen, analysieren und ggf. notwendige Veränderungen initiieren.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Funktionen der Unternehmensführung im Wandel</li> <li>- Veränderungen von Rahmenbedingungen in der Wirtschaft</li> <li>- Erkennen von Effektivitäts- und Effizienzpotentialen des Managements</li> <li>- Nutzen des Teamkonzepts im Kontext sich dynamisch wandelnder Produktbedarfe und Kundenanforderungen</li> <li>- Teamaufbau unter besonderer Berücksichtigung unterschiedlicher synergetisch wirkender Kompetenzfelder</li> <li>- Herausforderung in der Teamentwicklung und Teamführung im Kontext zu diversen Persönlichkeitsmerkmalen</li> <li>- Selbst- und Fremdwahrnehmung sowie Hintergründe des persönlichen Ausdrucks und Kommunikationscharakteristik</li> <li>- Führungsfähigkeit im Kontext zur eigenen Persönlichkeit</li> <li>- Prozesse zur Entwicklung der eigenen Führungspersönlichkeit</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<b>Prüfungsformen</b>					
mündliche Prüfung, Vortrag, semesterbegleitende Prüfungsanteile					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Siehe Prüfungsordnung					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Figura (LA)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Geld und Wirtschaft: Theorien, Geschichte und aktuelle Debatten

Money and the Economy: Theories, History, and Contemporary Debates

<b>Kürzel:</b>	GTG	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Nach Bedarf

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Vorlesung und Seminar: Geld und Wirtschaft: Theorien, Geschichte und aktuelle Debatten	60 h	120 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Seminar

#### Gruppengröße

bis zu 30 Studierende

#### Qualifikationsziele

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Zentrale geldtheoretische Positionen in ihrem historischen Kontext einordnen,
- Aktuelle geldpolitische Diskussionen (z. B. über MMT oder Kryptowährungen) kritisch reflektieren,
- Wirtschaftswissenschaftliche Ideen auf ihre theoretischen Ursprünge zurückführen,
- Eigenständig Fragestellungen entwickeln, die Geschichte und Gegenwart des Geldes verbinden.

#### Inhalte

Was haben Kryptowährungen, Inflationsängste, Staatsverschuldung und Zentralbankpolitik gemeinsam? Sie alle drehen sich um die Frage, wie unser Geldsystem funktioniert - und wer es kontrolliert.

In diesem Wahlpflichtmodul geht es nicht um verstaubte Geschichte, sondern um hochaktuelle wirtschaftspolitische Debatten:

Sollten Staaten ihre eigenen Ausgaben mit frisch geschaffenem Geld finanzieren dürfen? Warum fordern manche ein Vollgeldsystem? Wie argumentieren Befürworter von Bitcoin & Co. und was sagen Ökonomen dazu?

Um diese Fragen fundiert beantworten zu können, lohnt sich der Blick zurück: Denn viele der heutigen Ideen haben ihre Wurzeln in älteren geldtheoretischen Konzepten. Dieses Modul zeigt, wie wirtschaftliche Ideen entstehen, wiederkehren und unsere heutige Wirtschaftspolitik prägen.

Dieses Modul nimmt Sie mit auf eine Reise durch die Geschichte des Geldes - und zeigt, wie historisches Denken wirtschaftliche Gegenwart und Zukunft verständlicher macht.

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Einführung in die VWL

#### Prüfungsformen

Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### 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

- Kooperation der Fachhochschule Südwestfalen und der Westfälische Hochschule
- Leitung der Lehrveranstaltung: Prof. Dr. Martin Ehret / Jan Prokott (Fachhochschule Südwestfalen) und Prof. Dr. Jan Greitens (Westfälische Hochschule)
- Aufgrund der Kooperation zunächst 8 Onlinesitzungen á 4 Stunden als Vorlesung, danach 3 Blocktage á 8 Stunden in der Blockwoche der Fachhochschule Südwestfalen vom 9.3. - 15.3.2026.

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Gewinner und Verlierer im digitalen Zeitalter

Winners and Losers in the Digital Age

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

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Global Management

Global Management					
<b>Kürzel:</b>	GM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Interpersonal communication and team management				24 h	48 h
Business simulation on global management in co-operation with Centria University of Applied Science (Kokkola, Finnland)				36 h	72 h
<b>Lehrformen</b>					
Praktikum, Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
Group size: 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Learning outcome:</p> <p>Students will understand</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- obstacles in effective communication in global context</li> <li>- challenges of team management and possible solutions</li> <li>- international impacts on management,</li> <li>- and can applicate process of operative planning of sales, capacity, financial and human resources in international context.</li> </ul> <p>Students will be trained how to apply planning tools and take risk for their decisions.</p> <p>Students are able to deliver a written paper on academic level and a presentation in English on a professional level.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p>Contents:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpersonal communication skills</li> <li>- Teameffectiveness</li> <li>- Characteristics of personality</li> <li>- Challenges, objectives and basic functions of international management</li> <li>- Environmental analysis</li> <li>- Application of management skills and planning tools by using a business simulation software</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Prerequisites: none					
<b>Prüfungsformen</b>					
mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, Form of exams: Oral exams; presentation; written documentation					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Requirements for getting credits: Passed exams					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Ref. to: "Prüfungsordnung"					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Figura					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Figura					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<p>Special advices:</p> <p>Literature</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Steers, R.M., Nardon, L., 2006, Managing in the Global Economy, Armonk &amp; London;</li> <li>- Thomas, A., 2006, Intercultural Competence: An Action and Learning Theoretical Concept. In: Ong, S. H., Apfelthaler, G.</li> </ul>					

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Individuelles Modul

Individual Module					
<b>Kürzel:</b>	IND	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3, 4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Nach Bedarf
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
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
<b>Lehrformen</b>					
Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
<b>Inhalte</b>					
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Informatik.Softwaresysteme Wahlpflichtmodul im Studiengang Elektrotechnik - Automation Wahlpflichtmodul im Studiengang Informatik - Intelligente Systeme Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik Wahlpflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement, Wahlpflichtmodule allgemein Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein Wahlpflichtmodul im Studiengang Unternehmensrechnung, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
<b>Prüfungsformen</b>					
Siehe Modulbeschreibung des Fremdmoduls					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Prüfung des Fremdmoduls Anerkennung für den Studiengang der/des Studierenden.					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Dekan					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Zur Orientierung für die Wahl: Als Individuelles Modul kann ein beliebiges Modul aus dem akademischen Studienangebot einer wissenschaftlichen Hochschule gewählt werden ("Fremdmodul"), sofern es die folgenden Bedingungen erfüllt: - Das Modul hat mindestens 6 Leistungspunkte, - Es liegt eine Modulbeschreibung vor, die auch einen englischen Modultitel enthält, - Das Modul ist benotet. - Für die Anerkennung in einem Masterstudiengang muss das Fremdmodul ebenfalls aus einem Masterstudiengang stammen.					
Anmerkungen: - Das Fremdmodul kann auch von außerplanmäßigen Blockveranstaltungen wie Summerschools stammen und/oder von Einrichtungen, wie bspw. der Ruhr-Master-School, die von wissenschaftlichen Hochschulen getragen werden. - Bei Fremdmodulen, die keine ECTS-Leistungspunkte ausweisen, ist eine Anerkennung möglich, wenn die äquivalente Workload anderweitig nachgewiesen wird. - Das bestandene Fremdmodul erscheint mit dem Originaltitel und dem englischen Originaltitel auf dem Abschlusszeugnis.					



- Die hier beschriebene freie Wahl eines Wahlpflichtmoduls ist nur einmal innerhalb des jeweiligen Katalogs möglich.
  - Bei nicht nationalen Hochschulen ist vorab zu klären, ob Prüfungsleistungen aus dieser Hochschule grundsätzlich anerkannt werden können.
  - Die Beweispflicht für die o.g. Bedingungen liegt bei der/dem Studierenden. Im Zweifelsfalle sollte mit dem Prüfungsausschuss bzw. seiner/seinem Vorsitzenden Rücksprache gehalten werden, bevor ein solches Fremdmodul besucht wird.
- Das Modul kann nur einmalig verwendet werden.

Stand:     Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Interkulturelle Kommunikation

Intercultural Communication					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
				108 h	72 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden haben Grundkenntnisse im Bereich der Interkulturellen Kommunikation, der Kompetenz zu erfolgreichem interkulturellem Handeln und den Einflüssen des Interkulturellen auf zentrale Management-Bereiche erworben.</p> <p>Sie haben sich theoretisch und in Trainingseinheiten mit Kommunikationsmodellen, interkulturellen Überschneidungssituationen und ihrer Lösung beschäftigt und können sich kompetent und kritisch mit Perspektivwechsel, Wertschätzung und Empathie als Führungsinstrument und im Bereich Teambuilding auseinandersetzen.</p> <p>Zur Bewertung und Lösung interkultureller Missverständnisse verfügen sie über grundlegende Methoden- und Handlungskompetenz. Sie sind mit der Problematik ungeschriebener Regeln im Verhaltenskodex internationaler Verhandlungen und der globalen Geschäftswelt vertraut und üben Strategien und Verhaltensänderungen ein.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulturbegriff und Grundlagen der (interkulturellen) Kommunikation</li> <li>- Interkulturelles Handeln, kulturelle Dimensionen, Kulturprofile und Kulturstandards</li> <li>- Methoden und Werkzeuge (Fallbeispiele und Critical Incidents)</li> <li>- Stereotype und ihre Wirkungen in interkulturellen Geschäftskontakten</li> <li>- Language Awareness of Cultures</li> <li>- Anwendungsfelder in der Wirtschaft: Interkulturelles Marketing, Führen im internationalen Kontext, internationale Geschäfts- und Vertragsverhandlungen</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Andrea Wolf M.A.					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Studiendekan Wirtschaft					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<p>Literatur:</p> <p>Bolten, Jürgen (2007): Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation; Verlag Vandenhoeck &amp; Ruprecht;</p> <p>Thomas, Alexander (2007): Handbuch Interkulturelle Kommunikation, Bd. 1 und 2, Verlag Vandenhoeck &amp; Ruprecht, Göttingen;</p> <p>Engelen, Andreas und Eva Tholen (2014): Interkulturelles Management, Stuttgart;</p> <p>Uhl, Gerhard (2013): Business Etikette in Europa, Verlag Springer Gabler.</p>					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### IT-gestütztes Controlling

Advances in management controlling with IT systems

<b>Kürzel:</b>	IGC	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	4 Wochen	<b>Häufigkeit:</b>	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 Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Kenntnisse des externen und internen Rechnungswesens

#### Prüfungsformen

Klausur, mündliche Prüfung, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Pietschmann

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Pietschmann

#### Sonstige Informationen

Sonstige Informationen / Literaturempfehlung

Neben den hier aufgeführten Basisquellen wird in den ersten Veranstaltungen weitere vertiefende und ggf. aktualisierte Literatur bekannt gegeben.

Bauer, Jürgen (2017): Produktionscontrolling und -Management mit SAP® ERP: Effizientes Controlling, Logistik- und Kostenmanagement Moderner Produktionssysteme, 5. Aufl., Wiesbaden 2017.

Brück, Uwe (2017): Controlling mit SAP: Der Grundkurs für Anwender: Ihr Schnelleinstieg in SAP CO -- inklusive Video-Tutorials, Bonn 2017.

Drumm, Christian; Knigge, Marlene; Scheuermann, Bernd; Weidner, Stefan (2019): Einstieg in SAP ERP: Geschäftsprozesse, Komponenten, Zusammenhänge, erklärt am Beispielunternehmen Global Bike, Bonn 2019.

Friedl, Gunther; Pedell, Burkhard (2017): Controlling mit SAP®: Eine praxisorientierte Einführung mit umfassender Fallstudie und



beispielhaften Anwendungen, 7., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden 2017.

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

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

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

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

#### 4 Wahlpflichtmodule allgemein

##### Landeskunde Großbritannien / Irland

British Studies					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	90 h	<b>Leistungspunkte:</b>	3
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Landeskunde Großbritannien und Irland				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
(inter-)kulturelle Handlungskompetenz					
<b>Inhalte</b>					
In dieser englischen Sprachveranstaltung werden Aspekte soziokultureller, historischer, politischer, ökonomischer und tagesaktueller typisch britischer/irischer Themen reflektiert. Kulturell einschlägige Bewerbungsstrategien sind integrativer Bestandteil der Veranstaltung.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Sprachenzentrum: B. Winkelrath, Dr. Th. Winkelrath, N. N.					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
- Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor)					
- Literaturangaben erfolgen in der Veranstaltung					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

Landeskunde Spanien					
Cultural Studies - Spain					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	90 h	<b>Leistungspunkte:</b>	3
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Landeskunde Spanien				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
(Inter-)kulturelle Handlungskompetenz					
<b>Inhalte</b>					
In dieser Veranstaltung werden ausgewählte Aspekte soziokultureller, historischer, politischer und ökonomischer Themen Spaniens erarbeitet und reflektiert. Kulturell einschlägige Bewerbungsstrategien sind integraler Bestandteil der Veranstaltung.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Spanischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Saa-Arias					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
- Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor)					
- Literaturangaben erfolgen in der Veranstaltung					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Landeskunde USA

Cultural Studies - USA					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	90 h	<b>Leistungspunkte:</b>	3
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Landeskunde USA				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20 Studierende					
<b>Qualifikationsziele</b>					
(Inter-)kulturelle Handlungskompetenz					
<b>Inhalte</b>					
Landeskunde USA will examine some of the central cultural developments, history, and geography of the United States of America. Special emphasis will be placed on such areas as cultural stereotypes, the political system, the economy, the media, trade unions and recruitment.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Weller					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor)</li> <li>- Literaturangaben erfolgen in der Veranstaltung</li> </ul>					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Language of Meetings

Language of Meetings					
<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	90 h	<b>Leistungspunkte:</b>	3
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Sommer- u. Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
ca. 20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
(Inter-)kulturelle Diskurs- und Handlungskompetenz in der englischen Sprache					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Cultural Aspects of Anglo-American Meetings</li><li>- Business Meetings</li><li>- Agenda Writing</li><li>- Speeches / Presentations</li><li>- Meeting Simulations</li><li>- Taking Minutes</li></ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Informatik/Softwaresysteme, Wahlpflichtkatalog Schlüsselqualifikationen					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Elektrotechnik - Automation, Wahlpflichtkatalog Schlüsselqualifikationen					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Mindestens 10 Credits in Fachsprache Englisch oder</li><li>- Mindestens 5 Credits in Fachsprache Englisch mit Mindestnote 2,0</li></ul>					
<b>Prüfungsformen</b>					
Vortrag					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht (Benotetes Modul)					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Herr Weller					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<ul style="list-style-type: none"><li>- Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im MultiMedia-Sprachlabor)</li><li>- Im seminaristischen Präsenzstudium wird eine 80%-ige Teilnahme erwartet</li><li>- Literaturangaben erfolgen in der Veranstaltung</li></ul>					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Marketing & Vertrieb

Marketing & Sales					
<b>Kürzel:</b>	MARVER	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Einführung in Marketing und Vertrieb				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung, Projekt					
<b>Gruppengröße</b>					
20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Studierende					
- lernen die Marketinggrundlagen					
- lernen die Vertriebsgrundlagen					
<b>Inhalte</b>					
- Einführung in die Marketingtheorie					
Übergang von der alten Marketingtheorie (4P) zu der modernen Marketingtheorie in gesättigten Märkten. Wettbewerbsvorteile identifizieren und quantifizieren.					
- Einführung in die Vertriebstheorie					
Unterschiede der Vertriebsstrukturen in Abhängigkeit vom Produkt- bzw. Dienstleistungsangebot. Unterschiede in den Kundenstrukturen BtB, BtC, BtG. Besonderheiten des Handels. Aufbau von Vertriebsstrukturen					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
keine					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Schulze					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Schulze					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Industriegütermarketing Backhaus / Voeth, Vahlen. ISBN 978-3-8006-4763-7, Grundlagen des Marketing Philip Kotler (Autor), Gary Armstrong (Autor), Lloyd C. Harris (Autor), Nigel Piercy (Autor), Pearson Studium - Economic BWL), Weitere Literatur wird zu Beginn des Semesters auf der Webseite bekannt gegeben.					

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Marktforschung

Market Research					
<b>Kürzel:</b>	MFO	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Marktforschung				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Projekt, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30 - 40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden können ein Marktforschungsprojekt eigenständig durchführen indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- einen Informationsbedarf im Marketing identifizieren und die Untersuchungsziele festlegen,</li> <li>- für die Erhebung der Daten einen Fragebogen erstellen,</li> <li>- die erhobenen Daten mit einer Standardsoftware analysieren,</li> <li>- Verfahren der deskriptiven Statistik anwenden, um die Verteilung ausgewählter Merkmale in der Stichprobe zu beschreiben,</li> <li>- Verfahren der induktiven Statistik anwenden, um Aussagen über die Verteilung ausgewählter Merkmale in der der Grundgesamtheit zu erhalten,</li> <li>- ihre Aktivitäten und Ergebnisse in einem Bericht dokumentieren.</li> </ul>					
<b>Inhalte</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Der Marktforschungs-Prozess und die ihn konstituierenden Arbeitsschritte,</li> <li>- Grundsätze für die Erstellung eines guten Fragebogens,</li> <li>- Einführung in die Bedienung einer Standardsoftware für die Datenanalyse,</li> <li>- Darstellung von Häufigkeitsverteilungen,</li> <li>- Ermitteln statistischer Kennzahlen,</li> <li>- Durchführen von Hypothesentests.</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Wirtschaftsmathematik und Statistik 2					
Wirtschaftsmathematik und Statistik 3					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Christof, Prof. Dr. Thiel					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Christof					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Literatur:					
Böhler, H.: Marktforschung, 3. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart 2004;					
Eckstein, P.: Angewandte Statistik mit SPSS, 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden 2004.					
Stand: Druckdatum: 15.01.2026					

## **4 Wahlpflichtmodule allgemein**

### **Nachhaltiger Tourismus**

Sustainable Tourism

<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Nach Bedarf

<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Nachhaltiger Tourismus	30 h	60 h
Tourismus und Freizeitgroßeinrichtungen	30 h	60 h

#### **Lehrformen**

Vorlesung, Übung, Sonstige

#### **Gruppengröße**

20 Studierende

#### **Qualifikationsziele**

- Kenntnisse über die Grundsätze und Ebenen der Raumordnung
- Kenntnisse über Gebiete der Anthropogeografie und Physiogeografie und ihr touristischer Bezug
- Kenntnis über kulturell geprägte Naturmodelle in Europa
- Befähigung zur Analyse von Landschaftsbildern und ihre touristische Bedeutung
- Fähigkeit zur Bestimmung von Vor- und Nachteilen von Freizeitgroßeinrichtungen und ihre Auswirkungen auf den Tourismus

#### **Inhalte**

Freizeitgroßeinrichtungen und Tourismus

- Von der Raumordnung bis zum Bebauungsplan
- Planung von touristisch relevanten Freizeiteinrichtungen
- Ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen von Ferienzentren
- Übersicht und Struktur von Freizeitgroßeinrichtungen
- Touristische Bedeutung von Gärten und Parks
- Exkursion

Nachhaltiger Tourismus

- Prägende Naturmodelle in Europa, Landschaftsinterpretation
- Phasen des Landschaftswandel
- Ordnung der Begriffe: Nachhaltigkeit, Ökologie, Natur, Landschaft
- Konzepte: Ethiccode des Tourismus, Viabono, forum anders reisen, stattreisen, tourism watch, Naturfreunde Internationale (NFI), "Öko"tourismus, Naturtourismus, community based tourism
- Naturschutzgebiete + Nationalparke; Opferflächen oder Dispersionseffekt?
- Ökologie: (Wasserverbrauch, Lebensraum Tiere, Flächenverbrauch, Anreise)
- Ökonomie: (Sickerrate, Profiteure, Partizipation)
- Soziales: (kulturelle Auswirkungen, Tourist-Einheimischen-Verhältnis, Tourismus in Kriegs-/Konfliktgebieten)
- Exkursion

#### **Verwendbarkeit des Moduls**

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### **Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse**

Keine

#### **Prüfungsformen**

Klausur, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### **Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten**

Bestandene Modulprüfung

#### **Stellenwert der Note in der Endnote**

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### **Hauptamtlich Lehrende(r)**

Prof. Dr. Schwark

#### **Modulbeauftragte(r)**

Prof. Dr. Schwark

#### **Sonstige Informationen**



Becker, Christoph et al. (Hrsg.): Geografie der Freizeit und des Tourismus, München 2007

Freericks, R. et al.: Freizeitwissenschaft, München 2010

Küster, Hansjörg: Schöne Aussichten. Kleine Geschichte der Landschaft, München 2009

Rein, Hartmut; Strasdas, Wolfgang: Nachhaltiger Tourismus: Einführung, München 2015

Steinecke, Albrecht: Tourismus. Eine geographische Einführung, Braunschweig 2006

Stand:     Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Produktionsmanagement

Advances in production and operations management

<b>Kürzel:</b>	PRM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	4, 5	<b>Dauer:</b>	Semester	<b>Häufigkeit:</b>	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 Wirtschaftsinformatik

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

#### Prüfungsformen

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### 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: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Qualitative Erforschung managementbezogener Fragestellungen

Qualitative research on management-related issues

<b>Kürzel:</b>	QRMM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
4 SWS Präsenzzeit	60 h	120 h

#### Lehrformen

Seminar

#### Gruppengröße

max. 20 Teilnehmende

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden

- können ihr im Studium bereits erlerntes Wissen zielgerichtet auf eine spezifische managementbezogene Fragestellung anwenden.
- haben ihr Wissen zu ausgewählten und aktuellen managementrelevanten Fragen vertieft und erweitert.
- haben ein Grundverständnis für selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten entwickelt.
- sind in der Lage, managementbezogene Fragestellungen durch eigenständige qualitativ empirische Forschung zu bearbeiten und sind so für die Durchführung ihrer Abschlussarbeiten methodisch gerüstet.
- können basierend auf vorhandenen theoretischen Erkenntnissen verknüpft mit eigenen empirischen Ergebnissen praktische Lösungsansätze im Team entwickeln, verschriftlichen und präsentieren.

#### Inhalte

- Die Studierenden bekommen zu Kursbeginn Basiswissen vermittelt zu
  - o einem aktuellen managementbezogenen Thema
  - o Einsatzmöglichkeiten und Vorgehensweisen bei der Konzeption, Durchführung und (softwaregestützten) Auswertung qualitativer empirischer Untersuchungen
  - o der Verschriftlichung und der Präsentation wissenschaftlicher Erkenntnisse.
- Der thematische Schwerpunkt des Kurses wird zu Kursbeginn bekanntgegeben und variiert von Jahr zu Jahr. Mögliche Themen sind beispielsweise Diversity Management, Corporate Social Responsibility, Diversität und Partizipation in Unternehmen, Besonderheiten im Management von kleinen und mittleren Unternehmen, Innovationsmanagement, Gründungs- und Wachstumsmanagement.
- Zum Themenschwerpunkt des Kurses führend die Studierenden in Teams eigene qualitativ-empirische Forschung mit Vertreter:innen aus der Praxis durch (bspw. durch ein semi-strukturiertes Interviews), werten die Erkenntnisse softwaregestützt aus, verschriftlichen ihre Erkenntnisse in einem wissenschaftlichen Paper und präsentieren ihr Ergebnis.
- Sie werden dabei professionell begleitet und auch im gegenseitigen kollegialen Feedback angeleitet.

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

#### Prüfungsformen

Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Siehe Prüfungsordnung

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Professorin Dr. Kerstin Ettl

#### Modulbeauftragte(r)

Professorin Dr. Kerstin Ettl

#### Sonstige Informationen

Themenbezogene Literatur

- wird zu Kursbeginn bekannt gegeben.

Methodenbezogene Literatur:

- Flick, Uwe; Kardorff, Ernst von; Steinke, Ines (2013): Qualitative Forschung: Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Flick, Uwe (2009): Sozialforschung: Methoden und Anwendungen: Ein Überblick für die BA-Studiengänge. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Kirchmaier, Rolf (2022) Qualitative Forschungsmethoden: Anwendungsorientiert: vom Insider aus der Marktforschung lernen. Wiesbaden: Springer.
- Neergard, Helle & Ulhøi, John Parm (2007): Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship. Cheltenham: Edward Elgar.

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Regionalplanung und Tourismus

Regional Planning and Tourism

<b>Kürzel:</b>		<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Regionalplanung u. Tourismus	30 h	60 h
Geographie u. Tourismus	30 h	60 h

#### Lehrformen

Vorlesung, Übung, Sonstige

#### Gruppengröße

ca. 20

#### Qualifikationsziele

- Kenntnisse über die Grundsätze und Ebenen der Raumordnung
- Kenntnisse über Gebiete der Anthropogeographie und Physiogeographie und ihr touristischer Bezug
- Kenntnis über kulturell geprägte Naturmodelle in Europa
- Befähigung zur Analyse von Landschaftsbildern und ihre touristische Bedeutung
- Fähigkeit zur Bestimmung von Vor- und Nachteilen von Freizeitgroßeinrichtungen und ihre Auswirkungen auf den Tourismus

#### Inhalte

- Regionalplanung und Tourismus
- Von der Raumordnung bis zum Bebauungsplan
  - Entwicklungslinien städtebaulichen Wandels
  - Planung von touristisch relevanten Freizeiteinrichtungen
  - Ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen von Ferienzentren
  - Exkursion Innenhafen Duisburg
- Geographie und Tourismus
- Kategorien und Hilfen der Landschaftsinterpretation
  - Phasen des Landschaftswandels
  - Naturschutzgebiete
  - Exkursion Naturpark Hohe Mark

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

#### Prüfungsformen

Klausur, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

#### Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

#### Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Schwark

#### Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Schwark

#### Sonstige Informationen

Küster, Hansjörg: Schöne Aussichten. Kleine Geschichte der Landschaft, München 2009;  
Steinecke, Albrecht: Tourismus. Eine geographische Einführung, Braunschweig 2006;  
Becker, Christoph et al. (Hrsg.): Geografie der Freizeit und des Tourismus, München 2007.

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Sozial- und Ökologiemarketing

Social- and ecological marketing (NGO)

<b>Kürzel:</b>	NGO	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
----------------	-----	------------------	-------	-------------------------	---

<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
------------------	---	---------------	------------	--------------------	------------------------------

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 Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein

#### Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Kenntnisse im Bereich Marketing

#### Prüfungsformen

Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung

Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.

#### 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

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Spezielle Themen der Wirtschaftsprüfung

Special topics in Auditing					
<b>Kürzel:</b>	WP	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Spezielle Themen der Wirtschaftsprüfung				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
20-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
<p>Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis spezieller Fragestellungen, die sich im Zusammenhang mit der Wirtschaftsprüfung ergeben. Diese Fragen konkretisieren einerseits Grundsätze des Prüfungswesens und der Prüfungstechnik und beziehen sich andererseits auf aktuelle Entwicklungen.</p> <p>Studierende sind in der Lage, die vermittelten Inhalte auf praktische Fragestellungen anzuwenden und können die Möglichkeiten und Grenzen der Wirtschaftsprüfung kritisch reflektieren. Sie können Schnittpunkte zur Aufstellung des Jahresabschlusses von Unternehmen herstellen.</p>					
<b>Inhalte</b>					
<p>Mögliche Themenfelder sind insb. Folgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prüfung spezieller Bilanzposten</li> <li>- Ereignisse nach dem Abschlussstichtag</li> <li>- Aufdeckung von Unregelmäßigkeiten im Rahmen der Abschlussprüfung</li> <li>- Prüfung des Lageberichts</li> <li>- Prüfung des Risikofrüherkennungssystems eines Unternehmens</li> <li>- Sonderprüfungen</li> <li>- Aktuelle Entwicklungen aus dem Berufsstand</li> <li>- IT-gestützte Prüfungen unter Einsatz Künstlicher Intelligenz</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Externes Rechnungswesen					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Gröne					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Gröne					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<p>Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):</p> <p>Brösel et al.: Wirtschaftliches Prüfungswesen: Der Einstieg in die Wirtschaftsprüfung (Vahlen Verlag)</p> <p>Graumann: Wirtschaftliches Prüfungswesen (NWB Verlag)</p> <p>IDW (Hrsg.): Prüfungspraxis (IDW Verlag)</p> <p>IDW (Hrsg.): WP-Handbuch (IDW Verlag)</p> <p>Marten/Quick/Ruhnke: Wirtschaftsprüfung: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und internationalen Normen (HAUFE Verlag)</p>					



## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Sport- und Tourismusmarketing

Sport- and Tourism Marketing					
<b>Kürzel:</b>	STM	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Sportmarketing				30 h	60 h
Tourismusmarketing				30 h	60 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar					
<b>Gruppengröße</b>					
20					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden verstehen die historischen und institutionelle Ausdifferenzierung des Sport- und Tourismussektors samt ihrer Ausprägungen					
- Sie sind in der Lage die spezifischen Handlungslogiken unterschiedlicher Vereine/Verbände sowie kommerzieller Anbieter im Sport zu analysieren					
- Sie können die unterschiedlichen Konzepte des Sport- und Tourismusmarketings analysieren und bewerten					
- Sie können ausgewählte Fallbeispiele zum Sport- bzw. Tourismusmarketing miteinander vergleichen und bewerten					
<b>Inhalte</b>					
Entwicklung und Ausdifferenzierung des Sportssystems					
Handlungslogik und strategisches Marketing der Vereine und Verbände im Sport					
Spenden- und Sponsorenmarketing					
Akquise von Freiwilligenarbeit und Ehrenamt					
Kampagnenpolitik					
Marketing kommerzieller Anbieter: Sportanlagen, Agenturen, Fitnessstudios, Sportmedien, Sportgeräte und -bekleidungshersteller					
Entwicklung und Ausdifferenzierung des Tourismus					
Strategisches und operatives Marketing von Destinationen, Reiseveranstaltern, Transportunternehmen, Hotellerie und Agenturen					
Marketing im Sporttourismus					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Kenntnisse im Bereich Marketing					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Prüfungsleistung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Schwark					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Daumann, F.; Römmelt, B.: Marketing und Strategie im Sport, Konstanz/München 2015, Freyer, W.: Tourismus-Marketing, München 2011, Gardini, M. (Hrsg.): Marketingexzellenz im Tourismus: Konzepte - Fallstudien - Best Practices, Berlin 2016, Hartmann, R.: Marketing in Tourismus und Freizeit, Konstanz/München 2014, Nufer, G.; Bühler, a. (Hrsg.): Marketing im Sport: Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, Berlin 2013, Roth, R.; Schwark, J. (Hrsg.): Sporttourismus als Wirtschaftsfaktor, Berlin 2017					
Schwark, J.: Handbuch Sporttourismus, Konstanz/München 2016					

## 4 Wahlpflichtmodule allgemein

### Unternehmensbewertung

Business Valuation					
<b>Kürzel:</b>	UBW	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	5	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Unternehmensbewertung				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Vorlesung, Übung					
<b>Gruppengröße</b>					
20-40					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Die Studierenden haben ein tiefergehendes Verständnis der Bewertung von Unternehmen. Sie kennen insb. Anlässe, Funktionen und Konzepte der Unternehmensbewertung und können verschiedene Methoden der Unternehmensbewertung im Hinblick auf ihre sachgerechten Einsatzmöglichkeiten voneinander unterscheiden und kritisch beurteilen.					
Sie sind in der Lage, verschiedene Methoden der Unternehmensbewertung auf praktische Fälle anzuwenden, die erzielten Ergebnisse adäquat zu interpretieren und als Grundlage unternehmerischer Entscheidungen heranzuziehen. Die Studierenden können Schnittmengen zu anderen unternehmerischen Teilbereichen herstellen.					
<b>Inhalte</b>					
Themenfelder sind insb. folgende:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konzeptionen der Unternehmensbewertung</li> <li>- Anlässe und Funktionen der Unternehmensbewertung</li> <li>- Grundsätze ordnungsmäßiger Unternehmensbewertung</li> <li>- Einzelbewertungsverfahren</li> <li>- Ertragswertverfahren</li> <li>- Discounted-Cash-Flow-Verfahren (DCF-Verfahren)</li> <li>- Vereinfachtes Ertragswertverfahren</li> <li>- Vergleichswertverfahren</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule allgemein					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Investition und Finanzierung					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur, mündliche Prüfung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Prof. Dr. Gröne					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Prof. Dr. Gröne					
<b>Sonstige Informationen</b>					
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):					
Ballwieser/Hachmeister: Unternehmensbewertung (Schäffer-Poeschel Verlag)					
Drukarczyk Schüler: Unternehmensbewertung (Vahlen Verlag)					
Heesen/Heesen: Basiswissen Unternehmensbewertung (Springer Gabler Verlag)					
Matschke/Brösel: Unternehmensbewertung (Springer Gabler Verlag)					
Peemöller (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung (NWB Verlag)					



## 5 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

### Wirtschaftsenglisch 2

Business English 2					
<b>Kürzel:</b>	WIE2	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsenglisch 2				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Vertiefte, berufsorientierte fachfremdsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz; Methoden- und Quellenkompetenzen für den selbständigen reflektierten Umgang mit fachfremdsprachlichen Inhalten, insbesondere auch an der Schnittstelle Deutsch / Englisch					
<b>Inhalte</b>					
Fachsprachliche Lexik und Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel unter Einbezug traditioneller Fachliteratur sowie digitaler Quellen und sicherer, kritischer Umgang mit analogen und digitalen Referenz- und Nachschlagewerken. Selbständige, kritische, kontrastive Reflexion verschiedener Wirtschaftsthemen (z.B. stock / equity market; takeovers and mergers; accounting) anhand verschiedener Fachtextsorten, Statistiken und Tabellen (wie etwa balance sheets, income statements). Die Sprachrezeption beinhaltet nicht nur sprachlich textuelle, sondern auch phonetische Komplexität und Varietäten. Die Sprachproduktion spiegelt diese Vielfalt wider, etwa durch interaktive Simulationen der Geschäftskommunikation (z.B. Vorstellung eines business plan) und durch die Fähigkeit, fachlich und sprachlich komplexe Ausgangstexte adressatengerecht zu resümieren.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse; empfohlen wird der Besuch des Kurses "Wirtschaftsenglisch"					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Herr Dr. Budke; Herr Dr. Th. Winkelrath; Frau Gebben et al. (Sprachenzentrum)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachspezifische e-learning-Angebote des Sprachenzentrums (angeleitetes Selbststudium, ET).</li> <li>- Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.</li> </ul>					
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):					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="https://www.merriam-webster.com/dictionary/PLC">https://www.merriam-webster.com/dictionary/PLC</a></li> <li>- <a href="https://en.oxforddictionaries.com">https://en.oxforddictionaries.com</a></li> <li>- <a href="https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english">https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english</a></li> <li>- <a href="https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/">https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/</a></li> </ul>					

- <http://dictionary.law.com/>
- <http://www.businessdictionary.com/>
- <https://www.leo.org>
- <https://www.linguee.de/>
- <https://de.pons.com/>
- <https://www.dict.cc/>
- <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/>
- <https://www.onelook.com>

Diverse Fachwörterbücher, z.B.:

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

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

(englisch)

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

(deutsch)

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

Lernsoftware / Blended learning Module:

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

Aktuelle Handouts während des Semesters

## 5 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

### Wirtschaftsfranzösisch

Business French					
<b>Kürzel:</b>	WIF	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsfranzösisch				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der französischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
<b>Inhalte</b>					
<p>Ziel der Veranstaltung ist der Erwerb fundierter Fachsprachenkenntnisse im Bereich Wirtschaft und Handel sowie der Einblick in landesspezifische Gegebenheiten Frankreichs. Im Hinblick auf den Erwerb berufsbezogener Handlungskompetenz werden einerseits einschlägige fachsprachliche Strukturen vermittelt, andererseits erfolgt eine zunehmende selbständige Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen.</p> <p>Schwerpunkte u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'économie nationale</li> <li>- la distribution</li> <li>- l'entreprise</li> </ul> <p>Im Rahmen des Themenschwerpunktes "Handel/Vertrieb (la distribution)" werden die verschiedenen Vertriebsfunktionen, unterschiedliche Vertriebswege und die wichtigsten Vertriebsformen und Verkaufsmethoden vorgestellt. Ferner werden die typischen Vertriebsstrukturen des französischen Einzelhandels sowie die Veränderung der Wettbewerbslage durch das Vordringen deutscher Discounter auf dem französischen Markt behandelt. Die Vorstellung der aktuellen Struktur des französischen Einzelhandels konzentriert sich dabei auf das Luxusgütersegment wie es in den typischen französischen "Luxuswarenhäusern" Galeries Lafayette, Printemps und Le Bon Marché vertreten ist.</p>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Französischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "Basismodul Frankreich" des Sprachenzentrums					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Frau Dr. Iking, Herr Fischer (Sprachenzentrum)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminarflankierend bietet das MultiMedia-Labor des Sprachenzentrums ein individualisiertes, interaktives digitales Lernangebot zur intensiven Aufarbeitung von Lerndefiziten.</li> <li>- Fachspezifische e-learning-Angebote des Sprachenzentrums.</li> <li>- Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.</li> </ul>					
Literatur/Medien:					

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

Sites Internet:

[www.arte.tv/fr](http://www.arte.tv/fr)

[www.assemblee-nationale.fr](http://www.assemblee-nationale.fr)

[www.capital.fr](http://www.capital.fr)

[www.elysee.fr](http://www.elysee.fr)

[www.europarl.fr](http://www.europarl.fr)

[www.france24.com](http://www.france24.com)

[www.gouvernement.fr](http://www.gouvernement.fr)

[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

[www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)

[www.lesechos.fr](http://www.lesechos.fr)

[www.rtl.fr](http://www.rtl.fr)

[www.tv5monde.com](http://www.tv5monde.com)

[www.vie-publique.fr](http://www.vie-publique.fr)

Stand: Druckdatum: 15.01.2026

## 5 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

### Wirtschaftsniederländisch

Business Dutch					
<b>Kürzel:</b>	WNL	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsniederländisch				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der niederländischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
<b>Inhalte</b>					
<p>Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Management, Personalwesen, Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden; Anleitung zur selbständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen; Schwerpunkte u. a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung der flämischen und niederländischen Ökonomie vor dem Hintergrund globalisierter Märkte</li> <li>- interkulturelle Managementstrategien in der niederländischen und flämischen Dienstleistungsbranche</li> <li>- finanz- und steuerrechtliche Regelungen im europäischen Kontext: "Steuroase Niederlande"</li> <li>- regionalspezifische Verkaufsprozesse: "Logistik des weltweiten Transports nach der Blumenversteigerung"</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Niederländischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung, bestehend aus Klausur und "werkstuk" (eigenständig verfasster 5-6 seitiger Text in der Zielsprache über ein wirtschaftsrelevantes, aktuelles Thema; Abgabe vor dem Klausurtermin) sowie mündliche Präsentation im Seminar (ca. 20 minütige Vorstellung der Kurzfassung des werkstuks)					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Herr Nagel-Syben (Sprachenzentrum)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachspezifische e-learning-Angebote im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.</li> <li>- Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums.</li> <li>- Fachsprachedossiers des Sprachenzentrums</li> </ul>					
<p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bekkers, Lyan: Ter Zake - zakelijk Nederlands voor anderstaligen. Uitgever: Intertaal, februari 2009 (ISBN: 9789054510277)</li> <li>- Schöndorff, R., Pleus, J.F.B., Kam, C.A. de: Onderneming en omgeving, Basiskennis economie voor het hoger onderwijs. Uitgever: ThiemeMeullenhoff. 8e druk (ISBN: 9789006900736)</li> <li>- Thuis, P., &amp; Stuive, R: Bedrijfskunde integraal., Uitgever: Noordhoff 2e druk (ISBN: 9789001868772)</li> <li>- Saunders, M., Lewis, P. en Thornhill, A. (2015): Methoden en technieken van onderzoek. Uitgever: Pearson Benelux. Amsterdam (zevende editie) (ISBN: 9789043032612)</li> </ul>					

## 5 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

### Wirtschaftsspanisch

Business Spanish					
<b>Kürzel:</b>	WIS	<b>Workload:</b>	180 h	<b>Leistungspunkte:</b>	6
<b>Semester:</b>	3	<b>Dauer:</b>	1 Semester	<b>Häufigkeit:</b>	Regelmäßig im Wintersemester
<b>Lehrveranstaltungen</b>				<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
Wirtschaftsspanisch				60 h	120 h
<b>Lehrformen</b>					
Seminar, Sonstige					
<b>Gruppengröße</b>					
30					
<b>Qualifikationsziele</b>					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der spanischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
<b>Inhalte</b>					
<p>Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden;  Anleitung zur selbstständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen;  Schwerpunkte u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la actividad económica</li> <li>- la distribución</li> <li>- la banca</li> <li>- economía y medio ambiente</li> <li>- logística</li> </ul>					
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
<b>Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse</b>					
Fortgeschrittene Spanischkenntnisse					
<b>Prüfungsformen</b>					
Klausur					
<b>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>					
Bestandene Modulprüfung					
<b>Stellenwert der Note in der Endnote</b>					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
<b>Hauptamtlich Lehrende(r)</b>					
Frau Saá Arias, Herr Fischer (Sprachenzentrum)					
<b>Modulbeauftragte(r)</b>					
Leitung Sprachenzentrum					
<b>Sonstige Informationen</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachspezifische e-learning-Angebote im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.</li> <li>- Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums.</li> <li>- 2 Fachsprachedossiers des Sprachenzentrums</li> </ul> <p>Zusätzliche Ressourcen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wörterbuch Wirtschaftsspanisch, 2 Bde.. von Sarti. Juan-Francisco; Deutsch-Spanisch; Spanisch-Deutsch, 2000, Cornelsen ISBN 3-464-49391-1</li> <li>- Wirtschaftsspanisch-Wörterbuch von Padilla Galvez, Jesus; Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch. Lehr- und Handbücher zu Sprachen und Kulturen IX, 1999, Oldenburg ISBN 3-486-24606-2</li> <li>- Wirtschaftsspanisch. Bd. 1 Deutsch-Spanisch von Eichborn, Reinhart von; Puime, Mario, o. J. ; Siebenpunkt Lexiport ISBN 3-927929-00-X</li> <li>- Wirtschaftsspanisch. Bd. 2 Spanisch Deutsch von Eichborn, Reinhart von; Puime, Mario, o.J., Siebenpunkt Lexiport ISBN 3-927929-01-8</li> <li>- PONS Business-Wörterbuch Spanisch, Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch. Rund 255.000 Stichwörter und Wendungen.</li> </ul>					

Neuentwicklung, 2006 Klett, ISBN 3-12-517444-9

- Gabler Wirtschaftswörterbuch Spanisch. Bd. 1 Deutsch-Spanisch Wörterbuch für den Wirtschaftsverkehr, Handelsverkehr und Rechtsverkehr, Mitarbeit: Sanchez, Ce-lestino; Stuckenberger, Kornelia. 63.000 Wörter und Wendungen. Neuaufl. 2007, Langenscheidt Fachverlag ISBN 978-3409299121

- Wörterbuch der Rechtssprache und Wirtschaftssprache: Diccionario juridico y economico. TI.1 Deutsch-Spanisch von Becher, Herbert J.Beck'sche Rechts- und Wirtschaftswörterbücher 5. Aufl., 1999, Beck Juristischer Verlag ISBN 3-406-45161-6

- Wörterbuch der Rechtssprache und Wirtschaftssprache: Diccionario juridico y economico. TI.2 Deutsch-Spanisch von Becher, Herbert J.Beck'sche Rechts- und Wirtschaftswörterbücher 5. Aufl., 1999, Beck Juristischer Verlag ISBN 3-406-44442-3

- International Business To Go; Schlüsselfaktoren im globalen Geschäft von Sergey Frank, 1. Aufl. 2018, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (Verlag), ISBN 978-3-658-18775-0

- Sergey Frank: Internationales Business. Präsentieren, Verhandeln, Business English (Verhandlungen in Spanien und Lateinamerika) von Sergey Frank, (2003) ISBN 978-34488056501

- Wirtschaftsspanisch: Terminologisches Handbuch - Manual de lenguaje económico von Johannes Schnitzer De Oldenbourg Gruyter, 2013, ISBN 9783486755145

- Wirtschaftsspanisch für Berufseinsteiger Von Moncho Brunego, Andrés 2015, ISBN 9783825244071

- Wirtschaftsspanisch ? Terminologisches Handbuch Manual de Lenguaje Economico von Schnitzer, Johannes (Hrsg.), Marti, Jordi (Hrsg.), Walter de Gruyter 2004, ISBN/ GTIN 978-3-486-20005-8

- La comunicación informal en los negocios, von Ana María Brenes García, Wan-da Lauterborn, Madrid 2002, ISBN: 9788476355015

Stand: Druckdatum: 15.01.2026