

Inhalt

1 Pflichtmodule	2
1.1 Bachelorarbeit	2
1.2 Cross Cultural Management and Communication	3
1.3 Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht	5
1.4 Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	6
1.5 Externes Rechnungswesen	7
1.6 International Economics	8
1.7 International Management	9
1.8 International Marketing	10
1.9 Internationales Finanzmanagement	11
1.10 Internes Rechnungswesen	12
1.11 Makroökonomik	13
1.12 Marketing und Controlling	14
1.13 Mikroökonomik	16
1.14 Personal und Organisation	17
1.15 Praxisphase	19
1.16 Project	20
1.17 Wirtschaftsenglisch	21
1.18 Wirtschaftsinformatik	23
1.19 Wirtschaftsmathematik und Statistik 1	24
1.20 Wirtschaftsmathematik und Statistik 2	25
1.21 Wirtschaftsmathematik und Statistik 3	26
2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache	27
2.1 Fachsprache 1 Deutsch	27
2.2 Grundkurs 1/2 Deutsch als Fremdsprache	28
2.3 Landeskunde Deutschland	29
2.4 Wirtschaftsenglisch 2	30
2.5 Wirtschaftsfranzösisch	32
2.6 Wirtschaftsniederländisch	34
2.7 Wirtschaftsspanisch	35
3 Ausgleichsmodule	37
3.1 Marketing 1	37
3.2 Rechnungswesen und Controlling 1	39
3.3 Spezielle Managementkonzepte	41

Hinweis

Die Module in diesem Inhaltsverzeichnis können durch Anklicken direkt angesprochen werden.
Zurück gelangen Sie durch einen Klick in die jeweilige Überschrift.

Ggf. unterstützt Ihr Anzeigeprogramm diese Funktion nicht.

1 Pflichtmodule

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

1 Pflichtmodule

Cross Cultural Management and Communication

Cross Cultural Management and Communication

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

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Cross Cultural Management	60 h	120 h

Lehrformen

Seminar

Gruppengröße

30

Qualifikationsziele

Students will increase their "cultural intelligence" by exposing themselves to intercultural situations, reflecting their experiences, exploring scientific literature to gain a better understanding, drawing conclusions concerning future practice. Students are able to analyse, to explain and to evaluate the "What?", "Why?" and "How?" of intercultural collaboration and management. They are able to understand, to evaluate and to organise general processes of intercultural learning. They are able to use those gained intercultural leadership skills in the practice of teamwork during the course. Students are able to document and present their insights in a professional manner.

Inhalte

1. Challenges and Prospects of Globalization
2. Cultural Differences and their Consequences
 - Theoretical Basis
 - Understanding Cultural Dimensions and Cultural Standards
 - Practical Implications of Cultural Differences
3. Cultural Intelligence
 - Concept
 - Process of CQ-Development
4. Understanding different SHRM-Systems
5. Managing Multicultural Teams
 - Concepts
 - Reflection and Development of Own Practice

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang International Management

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

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

All parts of the examination must be passed.

Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Kerstin Ettl

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Kerstin Ettl

Sonstige Informationen

Grant, R. M., 2010. Contemporary Strategy Analysis, 7th edition, Chichester U.K. (Chapter 15, to be used as handbook).
House, R. J., Hanges, P. M., Javidan, M., Dorfman, P.W., Gupta, V. (eds.), 2004: Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE Study of 62 Societies, Thousand Oaks et al..
Lane, H. W. & M. L. Maznevski, 2014. International Management Behavior. Global and Sustainable Leadership, 7th edition, Chichester: Wiley.
Meyer, E., 2015a. When Culture Does not Translate. In: Harvard Business Review (October): 66 ? 72.



Meyer, E. 2015b. Getting to Si, Ja, Qui, Hai and Da. In: Harvard Business Review (December): 74 - 80.

Neeley, T., 2015. Global Teams That Work. A framework for bridging social distance. In: Harvard Business Review (October): 74-8181.

Ng, K-Y., van Dyne, L., Ang, S., 2009. From Experience to Experiential Learning: Cultural Intelligence as a Learning Capability for Global Leader Development. In: AMLE, Vol. 8, No.4, 511-526.

Additional sources will be presented during the course.

Stand: 2024-07-31 Druckdatum: 03.03.2026

1 Pflichtmodule

Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht

German and International Business Law

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

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

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

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

50

Qualifikationsziele

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

Inhalte

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

- Vertragsrecht
- Deliktsrecht
- Eigentumsrecht

Grundzüge des Gesellschaftsrechts

Grundzüge des Europarechts

Grundzüge des Rechts grenzüberschreitender Sachverhalte

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

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang International Management

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

-

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

Hauptamtlich Lehrende(r)

Hon.-Prof. Dr. Lieckfeldt

Modulbeauftragte(r)

Hon.-Prof. Dr. Lieckfeldt, Studiendekan Wirtschaft

Sonstige Informationen

1 Pflichtmodule

Einführung in die Wirtschaftswissenschaften

Introduction to Economics

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

Semester:	1	Dauer:	Semester	Häufigkeit:	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: 2017-12-06 Druckdatum: 03.03.2026

1 Pflichtmodule

Externes Rechnungswesen

Financial Accounting					
Kürzel:	EXREWE	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	1	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Buchführung und Bilanzierung				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung					
Gruppengröße					
130-170					
Qualifikationsziele					
Sie kennen die einschlägigen Vorschriften, nach denen ein Jahresabschluss aufgestellt wird und sind in der Lage, nach den handelsrechtlichen Regelungen zu bilanzieren und selbstständig einen Jahresabschluss aufzustellen. Ferner können Sie auf der Basis eines publizierten Jahresabschlusses erste Schlüsse über die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens ziehen.					
Inhalte					
- Die Finanzbuchführung als Grundlage des betrieblichen Rechnungswesens (Begriffe und Teilbereiche des Betrieblichen Rechnungswesens, Rechtliche Grundlagen der Finanzbuchführung, Inventur und Inventar, Bilanz, Bilanzänderung durch Geschäftsvorfälle, Buchung von ersten Geschäftsvorfällen, Eröffnungsbilanz und Eröffnungsbilanzkonto, Schlussbilanz und Schlussbilanzkonto, Eigenkapitalkonto, Erfolgskonten). - Verbuchung von Geschäftsvorfällen des laufenden Geschäftsbetriebs (u.a. Abschreibungsbuchungen sowie Buchungen im Bereich des Warenverkehrs, der Umsatzsteuer und des Personalaufwands). - Einführung in die Zwecke der handelsrechtlichen Rechnungslegung und in das System der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung - Bewertungsregeln (Erst- und Folgebewertung von Anlage- und Umlaufvermögen) - Ausgewählte Bilanzpositionen (Rechnungsabgrenzungsposten, Eigenkapital, Rückstellungen)					
Die Veranstaltung wird durch ein umfangreiches e-learning-Angebot ergänzt.					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang 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. Oberdörster					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Oberdörster					
Sonstige Informationen					
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage):					
- HGB - Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, Düsseldorf. - Bechtel/Brink: Einführung in die moderne Finanzbuchführung, München. - Bornhofen/Bornhofen: Buchführung 1, Wiesbaden.					

1 Pflichtmodule

International Economics

International Economics					
Kürzel:	IEC	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
International Economics				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Projekt					
Gruppengröße					
50					
Qualifikationsziele					
Students know basic facts and models in international economics (real and monetary) and are able to apply to explain current problems and developments. They have a basic understanding of the implications of openness, the fact that most economies trade both goods and assets with the rest of the world, on the performance of the national economy. Students are able to analyze the balance of payments and exchange rates and are able to apply concepts and principles in international economic policy.					
Inhalte					
- Globalisation - Facts and Figures - Standard Trade Theory - Trade, Imperfect Competition und Economies of Scale - Trade Policy - A Theory of Current Account Determination - The Macroeconomics of External Debt - Global imbalances and international capital flows - External adjustments - The Euro crisis					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Microeconomics / Macroeconomics					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Passed exam					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Erke, Prof. Dr. Siebe					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Siebe					
Sonstige Informationen					
Krugman, Obstfeld, Melitz: International Economics - Theory and Policy, 10. ed., Pearson 2014. Feenstra, R.C./A.M. Taylor: International Macroeconomic, 3. edition, Worth Publishers, 2014					

Stand: 2017-12-06 Druckdatum: 03.03.2026

1 Pflichtmodule

International Management

International Management					
Kürzel:	IM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Management Basics				30 h	60 h
International impacts on management				30 h	60 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Praktikum, Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
50					
Qualifikationsziele					
Students will get a basic understanding of - characteristics of leadership and management, - theory and tools on strategic planning, - international impacts on management, - challenges of intercultural collaboration and they will be able to describe relevant issues with their own words. Students will be able to apply planning tools and to analyze company's status in order to manage a company and take risk for their decisions. They will be able to create management decisions within an team. Students will be able to reflect on their learning experience and to formulate results by a written paper on academic level and by a presentation in English on a professional level.					
Inhalte					
- Challenges, objectives and basic functions of international management - Environmental analysis - Theories and tools for strategic planning - Organizational development and organizational control					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
None					
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					
Passed exams					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Kerstin Ettl					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Kerstin Ettl					
Sonstige Informationen					
All instructions and exams will belong to English language literature: De Witt, B. & R. Meyer, 2005. Strategy Synthesis 2nd edition, London: Thomson. Grant, R. M., 2010. Contemporary Strategy Analysis, 7th edition, Chichester: Wiley. Ketchen, D. J. jr., Snow, C. C., Street, V. L., 2004. Improving Firm Performance by Matching Strategic Decision-Making Process to Competitive Dynamics. In: AoM Executive, 18(4): 29 ? 43. Nutt, P. C., 2004. Expanding the Search for Alternatives During Strategic Decision-Making. In: AoM Executive, 18(4): 13 ? 28. Porter, M, 1985. Competitive strategy. In: De Wit, Meyer, 2005: 323 - 334. Prahalad, C.K. & G. Hamel, 1990. The Core Competence of the Corporation. In: De Wit, Meyer, 2005: 355 ? 365. Robbins, S. P., Decenzo, d.A. & M. A. Coulter, 2013: Fundamentals of Management, 8th Edition, Prentice Hall.					

1 Pflichtmodule

International Marketing

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

1 Pflichtmodule

Internationales Finanzmanagement					
International Financial Management					
Kürzel:	IFM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Sonstige					
Gruppengröße					
50					
Qualifikationsziele					
The objective of this course is to introduce the students to the basic principles used in corporate finance. Upon completing this course the students ought to be able to					
- value stocks and bonds, - value investment projects, - make basic decisions regarding which project to take, - analyse the implications of different capital structures in terms shareholder's risk and return. - analyse the implications of different capital structures in terms of benefits and costs of higher leverage.					
Inhalte					
- Introduction - Time value of money Interest rates and bond valuation					
- Equity markets and stock valuation, - Net present value and other investment criteria - Leverage and capital structure - Modigliani-Miller Theorems					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Passed exam					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Erke					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Erke					
Sonstige Informationen					
Required Text:					
Jordan,, B.D./R.W. Westerfield/S.A. Ross: Corporate Finance Essentials, 7. edition, McGraw Hill 2011					
Stand: 2017-12-06 Druckdatum: 03.03.2026					

1 Pflichtmodule

Internes Rechnungswesen					
Cost Accounting					
Kürzel:	INREWE	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Kosten- und Leistungsrechnung				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung					
Gruppengröße					
V.: 80 - 120 Ü.: ca. 40					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie beherrschen die Konzepte im Wertefluss der Kosten- und Leistungsrechnung mit dem Schwerpunkt auf die Vollkostenrechnung. Entlang des Werteflusses kennen Studierende die wissenschaftlichen Konzepte der Kosten- und Leistungsrechnung und können grundlegende Aufgabenstellungen im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung analysieren, einordnen und selbständig unter Anwendung von wissenschaftlichen Methoden einer Lösung zuführen.					
Inhalte					
- Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens - Grundprinzipien und Voraussetzungen für die Kosten- und Leistungsrechnung - Kosten- und Leistungs-/Erlösartenrechnung - Kostenstellen- / Gemeinkostenrechnung - Kosten- und Leistungs-/Erlösträgerrechnung - Kalkulation und kurzfristige Erfolgsrechnung vorrangig im Rahmen der Vollkostenrechnung, - Ausblick auf Kostenrechnungssysteme der Teilkostenrechnung - Übungen: zu den Grundbegriffen der KLR/ Kostenerfassung, Kosten- und Leistungsarten, Kostenstellenrechnung insb. BAB, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerstückrechnung, Kostenträgerrechnung / Kalkulation					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
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. Sejdija, Prof. Dr. Oberdörster					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Sejdija					
Sonstige Informationen					
Basisliteratur: Klaus Olfert, Kosten- und Leistungsrechnung, Kiehl-Verlag Roman Macha, Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, Vahlen-Verlag William Józarsz, Kosten- und Leistungsrechnung, Schaeffer-Poeschl					
Stand: 2019-04-03 Druckdatum: 03.03.2026					

1 Pflichtmodule

Makroökonomik

Economics 2

Kürzel:		Workload:	150 h	Leistungspunkte:	5
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Makroökonomik offener Volkswirtschaften	60 h	90 h

Lehrformen

Vorlesung

Gruppengröße

40

Qualifikationsziele

This course provides students with the conceptual framework that is required

- to interpret exchange rate fluctuations,
- to identify the factors that determine the volume and composition of international capital flows,
- to understand and analyse the implications of countries' current account imbalances, and
- to analyse and assess the scope for monetary and fiscal policy in open economies.

Inhalte

- Introduction: The Global Economy
- Introduction to Exchange Rates and the Foreign Exchange Market
- Exchange Rates I: The Monetary Approach in the Long Run
- Exchange Rates II: The Asset Approach in the Short Run
- National and International Accounts: Income, Wealth and the Balance of Payments
- Output, Exchange Rates, and Macroeconomic Policies

Verwendbarkeit des Moduls

Pflichtmodul im Studiengang International Management

Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse

International Financial Management / Microeconomics

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Passed exam

Stellenwert der Note in der Endnote

Einfaches Leistungspunkte-Gewicht

Hauptamtlich Lehrende(r)

Prof. Dr. Erke

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Erke

Sonstige Informationen

Required Text:

Feenstra, R.C./A.M. Taylor: International Macroeconomic, 3rd edition, Worth Publishers, 2014

Stand: 2017-12-01 Druckdatum: 03.03.2026

1 Pflichtmodule

Marketing und Controlling

Marketing and Controlling

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

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen des Marketing	30 h	60 h
Grundlagen des Controlling	30 h	60 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

V: 40

Ü: 40

Qualifikationsziele

Themengebiet Marketing:

Studierende, die dieses Teilmodul erfolgreich absolviert haben,

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

Themengebiet Controlling:

Studierende, die dieses Teilmodul erfolgreich absolviert haben,

- können die Motivation und die Grundlagen des Controlling-Konzepts darlegen,
- können das Controlling-Konzept als Teil der Unternehmensführung einordnen,
- können die Funktionen und Voraussetzungen des modernen Controllings beschreiben,
- wissen um die Voraussetzungen für ein modernes Controlling im Unternehmen und können diese veranschaulichen,
- haben Kenntnisse im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung vertieft und können Kostenrechnungssysteme beschreiben und anwenden,
- können Kostenrechnungssysteme insb. Teilkostenrechnungssysteme im Hinblick auf eine entscheidungsorientierte Kostenrechnung/Controlling gegenüberstellen und bewerten,
- sind in der Lage, weiterführende Aufgabenstellungen im Bereich der entscheidungsorientierten Kostenrechnung selbstständig zu lösen und
- im Unternehmen vernetzte Controlling-Aufgabenstellungen zu identifizieren.

Inhalte

Themengebiet Marketing:

- Grundlagen des Marketing: Einordnung, Entwicklungen und Definition
- Veränderungen des Marketing durch die Digitalisierung
- Märkte und Umwelt der Unternehmung
- Elemente und Prozess der Marketingentscheidung
- Käuferverhalten
- Marktforschung
- Produktpolitik
- Preispolitik
- Kommunikationspolitik
- Vertriebspolitik
- Online-Marketing
- Ausgewählte aktuelle Fragestellungen im Marketing (z.B. Internationales Marketing)
- Fallstudien/Übungen/E.Learning Einheiten zum Marketing (parallel)

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: 2019-10-22 Druckdatum: 03.03.2026

1 Pflichtmodule

Mikroökonomik

Microeconomics					
Kürzel:	MIC	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	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: 2019-06-20 Druckdatum: 03.03.2026

1 Pflichtmodule

Personal und Organisation

HRM and Organisation

Kürzel:	PUO	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	1	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	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: 2022-03-08 Druckdatum: 03.03.2026

1 Pflichtmodule

Praxisphase					
Company Internship					
Kürzel:		Workload:	540 h	Leistungspunkte:	18
Semester:	6	Dauer:	14 Wochen	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Praxisphase				0 h	540 h
Lehrformen					
Projekt, Sonstige					
Gruppengröße					
Individuelle Betreuung und Begleitung durch eine/n Professor/in der Westfälischen Hochschule. Die Auswahl des/der betreuenden Professors/Professorin obliegt der/dem Studierenden im Benehmen mit der/dem betreffenden Betreuer/in.					
Qualifikationsziele					
- Studierende kennen Einblicke und Kenntnisse über Tätigkeitsgebiete von Betriebswirten und können diese beschreiben - Studierende können die bisher erworbenen theoretischen Kenntnisse im betrieblichen Umfeld nach wissenschaftlichem Standard anwenden und darüber reflektieren - Studierende können die Bedeutung wissenschaftlichen Vorgehens in der betrieblichen Praxis bewerten, und weitere betriebswirtschaftliche Themenstellungen (ggf. auch für die Bachelorarbeit) erkennen.					
Inhalte					
- Eigene Recherche nach einer geeigneten Stelle für die Praxisphase und Durchlauf des jeweiligen Bewerbungsprozesses - Abstimmung der Aufgabenstellung mit der/dem betreuenden Professor/in als Zulassungsvoraussetzung. - Durchführung von anspruchsvollen (Projekt-) Aufgaben, z. B. Markt-, Kosten-/Leistungs- oder Geschäftsprozessanalysen inkl. entsprechender Bewertungen sowie die Erarbeitung und Bewertung von wirtschaftlich sinnvollen Handlungsoptionen - in Abhängigkeit von Art, Größe und Branche des Betriebes. - Verfassung eines ca. 10-seitigen Endberichts inkl. eines qualifizierten persönlichen Fazits					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
keine					
Prüfungsformen					
schriftliche Ausarbeitung					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Zur Anerkennung der Praxisphase sind ein ca. 10-seitiger Praxissemesterbericht inkl. eines persönlichen Fazits und ein qualifiziertes Arbeitszeugnis vorzulegen.					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Unbenotet					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Alle Professor/inn/en					
Modulbeauftragte(r)					
Studiendekan Wirtschaft					
Sonstige Informationen					
Die Praxisphase umfasst einen Zeitraum von mindestens 14 Wochen. Dieser Zeitraum ist nicht an die Vorlesungszeiten gebunden und kann sich auch semesterübergreifend erstrecken. Die Studierenden sollen durch konkrete Mitarbeit in den Unternehmen an die Anforderungen des Berufsfeldes herangeführt werden. Beachten Sie bitte auch weitere Informationen im moodle-Kurs "Prüfungsangelegenheiten" unter folgender web-Adresse https://moodle.w-hs.de/course/view.php?id=218#section-5					

Stand: 2021-03-10 Druckdatum: 03.03.2026

1 Pflichtmodule

Project						
Project						
Kürzel:	PRO	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6	
Semester:	4	Dauer:	Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester	
Lehrveranstaltungen					Präsenzzeit	Selbststudium
Projekt					30 h	150 h
Lehrformen						
Projekt						
Gruppengröße						
ca. 20						
Qualifikationsziele						
Students are able to analyze and to systematically structure complex problem statements. They are able to develop solutions for complex business tasks by application of management skills and tools of business administration. They can organize solution process within a team.						
Students know up-to-date theoretical research background and in all matters they are able to applicate relevant criteria and methods of scientific research.						
Students are able to present results by written paper on academic level and by a presentation in English on professional level.						
Inhalte						
Criteria and methods of scientific research, esp. in order to determine and applicate up-to-date theoretical background and research methods to solve complex professional problems and for written documentation on academic level						
Projectmanagement						
Interpersonal communication skills						
Team Management in diverse and international context						
Presentation skills						
Verwendbarkeit des Moduls						
Pflichtmodul im Studiengang International Management						
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse						
Prüfungsformen						
Vortrag, schriftliche Ausarbeitung, This kind of examination is fixed						
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. Figura						
Modulbeauftragte(r)						
Prof. Dr. Figura						
Sonstige Informationen						

1 Pflichtmodule

Wirtschaftsenglisch

Business English					
Kürzel:	WIE	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wirtschaftsenglisch				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der englischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
Inhalte					
Einführung in den bildungssprachlichen Umgang mit wissenschaftlichen Textsorten (z.B. Theorien und Modelle zum business cycle, zur fiscal policy, zum banking oder applied mathematical economics) von der Texterschließung bis hin zur schriftlichen Textreflexion und in den mündlichen, fachwissenschaftlichen Diskurs auf der Grundlage von authentischen, aktuellen Sprechhandlungsanreizen (z.B. video-feeds, podcasts, news flashes, news articles).					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft Pflichtmodul im Studiengang International Management					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "English Support Programme" des Sprachenzentrums					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Herr Dr. Budke; Herr Dr. Th. Winkelrath; Frau Gebben et al. (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
- Seminarflankierend bietet unser MultiMedia-Labor ein individualisiertes, interaktives digitales Lernangebot zur intensiven Aufarbeitung von Lerndefiziten (ESP). - Fachspezifische e-learning-Angebote des Sprachenzentrums (angeleitetes Selbststudium, ET, FFT). - Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.					
Literatur/Medien:					
Coursebook:					
- MacKenzie, Ian: English for Business Studies, Third Edition. Cambridge University Press, 2010, Klett-Verlag. ISBN 3-12-539890-0					
Dictionaries: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):					
- https://www.merriam-webster.com/dictionary/PLC - https://en.oxforddictionaries.com - https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english - https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ - http://dictionary.law.com/ - http://www.businessdictionary.com/					

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

Diverse Fachwörterbücher, z.B.:

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

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

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

Lernsoftware / Blended learning Module:

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

Aktuelle Handouts während des Semesters

1 Pflichtmodule

Wirtschaftsinformatik

Business Informatics

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

Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
------------------	---	---------------	------------	--------------------	------------------------------

Lehrveranstaltungen	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik	60 h	120 h

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

Übung: ca. 40
(praktische Übungen im PC-Labor)

Qualifikationsziele

Die Studierenden können:

- die Bedeutung der IT für betriebswirtschaftliche Prozesse verstehen und anwenden
- wesentliche Komponenten der IuK-Technologie betrieblichen Herausforderungen zuordnen

bestehende Prozesse analysieren und auf Einsatzmöglichkeiten von IT untersuchen

- abgegrenzte betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme mit Hilfe der IT lösen
- die Einsatzpotenziale für Informationssysteme analysieren
- die Herausforderungen des interkulturellen IT-Managements modellhaft lösen

Inhalte

- Bedeutung der Wirtschaftsinformatik.
- Komponenten betriebswirtschaftlicher IT-Systeme
- IT-Anwendungsbeispiele aus der Praxis
- IT-Anwendungsmodelle für die Praxis
- IT-Trends im internationalen Kontext

Verwendbarkeit des Moduls

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. Pulst

Modulbeauftragte(r)

Prof. Dr. Pulst

Sonstige Informationen

1 Pflichtmodule

Wirtschaftsmathematik und Statistik 1

Business Mathematics and Statistics 1

Kürzel:	WMS1	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
----------------	------	------------------	-------	-------------------------	---

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

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

Lehrformen
Vorlesung, Übung

Gruppengröße
V.: 80 - 120
Ü.: ca. 40

Qualifikationsziele
Die Studierenden sollen

- 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

Kürzel:	WMS2	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	2	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester

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

Lehrformen

Vorlesung, Übung

Gruppengröße

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					
Kürzel:	WMS3	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	Semester	Häufigkeit:	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					

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

Fachsprache 1 Deutsch

German for Specific Purposes 1					
Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:		Dauer:	Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Fachsprache 1 Deutsch				120 h	60 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
Qualifikationsziele					
Inhalte					
Verwendbarkeit des Moduls					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Prüfungsformen					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Modul nur für Incoming Students					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
Modul nur für Incoming Students					

Stand: 2024-12-18 Druckdatum: 03.03.2026

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

Grundkurs 1/2 Deutsch als Fremdsprache

German as a Foreign Language 1/2					
Kürzel:	DaF/GK	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Grundkurs 1/2 Deutsch als Fremdsprache				120 h	60 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
Hochschulspezifische kommunikative und kulturelle Kompetenz auf elementarem Niveau in der deutschen Sprache					
Inhalte					
Einführung in die Grundstrukturen der deutschen Sprache					
Verwendbarkeit des Moduls					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
-					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
bestandene Modulprüfungen					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Herr Nagel-Syben, Herr Dr. T. Winkelrath et al. (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums					

Stand: 2024-12-18 Druckdatum: 03.03.2026

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

Landeskunde Deutschland

Regional Studies Germany					
Kürzel:		Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:		Dauer:	Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Landeskunde Deutschland / Regional Studies Germany				120 h	60 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
Qualifikationsziele					
Inhalte					
Verwendbarkeit des Moduls					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Prüfungsformen					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Nur für Incoming Students					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
Nur für Incoming Students					

Stand: 2024-12-18 Druckdatum: 03.03.2026

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

Wirtschaftsenglisch 2

Business English 2					
Kürzel:	WIE2	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wirtschaftsenglisch 2				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
Vertiefte, berufsorientierte fachfremdsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz; Methoden- und Quellenkompetenzen für den selbständigen reflektierten Umgang mit fachfremdsprachlichen Inhalten, insbesondere auch an der Schnittstelle Deutsch / Englisch					
Inhalte					
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.					
Verwendbarkeit des Moduls					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Fortgeschrittene Englischkenntnisse; empfohlen wird der Besuch des Kurses "Wirtschaftsenglisch"					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Herr Dr. Budke; Herr Dr. Th. Winkelrath; Frau Gebben et al. (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
- Fachspezifische e-learning-Angebote des Sprachenzentrums (angeleitetes Selbststudium, ET). - Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.					
Literatur/Medien:					
Coursebook:					
MacKenzie, Ian: English for Business Studies, Third Edition. Cambridge University Press, 2010, Klett-Verlag. ISBN 3-12-539890-0					
Dictionaries: Internetauswahl (optional sind die jeweiligen Printausgaben):					
- https://www.merriam-webster.com/dictionary/PLC - https://en.oxforddictionaries.com - https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english - https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/					

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

Diverse Fachwörterbücher, z.B.:

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

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

(englisch)

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

(deutsch)

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

Lernsoftware / Blended learning Module:

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

Aktuelle Handouts während des Semesters

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

Wirtschaftsfranzösisch

Business French					
Kürzel:	WIF	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wirtschaftsfranzösisch				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der französischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
Inhalte					
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. Schwerpunkte u.a.: - l'économie nationale - la distribution - l'entreprise Im Rahmen des Themenschwerpunktes "Handel/Vertrieb (la distribution)" werden die verschiedenen Vertriebsfunktionen, unterschiedliche Vertriebswege und die wichtigsten Vertriebsformen und Verkaufsmethoden vorgestellt. Ferner werden die typischen Vertriebsstrukturen des französischen Einzelhandels sowie die Veränderung der Wettbewerbslage durch das Vordringen deutscher Discounter auf dem französischen Markt behandelt. Die Vorstellung der aktuellen Struktur des französischen Einzelhandels konzentriert sich dabei auf das Luxusgütersegment wie es in den typischen französischen "Luxuswarenhäusern" Galeries Lafayette, Printemps und Le Bon Marché vertreten ist.					
Verwendbarkeit des Moduls					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Fortgeschrittene Französischkenntnisse; ggf. Teilnahme am "Basismodul Frankreich" des Sprachenzentrums					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Frau Dr. Iking, Herr Fischer (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
- Seminarflankierend bietet das MultiMedia-Labor des Sprachenzentrums ein individualisiertes, interaktives digitales Lernangebot zur intensiven Aufarbeitung von Lerndefiziten. - Fachspezifische e-learning-Angebote des Sprachenzentrums. - Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums.					
Literatur/Medien:					

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

Sites Internet:

www.arte.tv/fr

www.assemblee-nationale.fr

www.capital.fr

www.elysee.fr

www.europarl.fr

www.france24.com

www.gouvernement.fr

www.insee.fr

www.lemonde.fr

www.lesechos.fr

www.rtl.fr

www.tv5monde.com

www.vie-publique.fr

Stand: 2024-12-18 Druckdatum: 03.03.2026

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

Wirtschaftsniederländisch

Business Dutch					
Kürzel:	WNL	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wirtschaftsniederländisch				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der niederländischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
Inhalte					
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.: - Entwicklung der flämischen und niederländischen Ökonomie vor dem Hintergrund globalisierter Märkte - interkulturelle Managementstrategien in der niederländischen und flämischen Dienstleistungsbranche - finanz- und steuerrechtliche Regelungen im europäischen Kontext: "Steuerparadies Niederlande" - regionalspezifische Verkaufsprozesse: "Logistik des weltweiten Transports nach der Blumenversteigerung"					
Verwendbarkeit des Moduls					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Fortgeschrittene Niederländischkenntnisse					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
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)					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Herr Nagel-Syben (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
- Fachspezifische e-learning-Angebote im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums. - Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums. - Fachsprachedossiers des Sprachenzentrums Literatur: - Bekkers, Lyan: Ter Zake - zakelijk Nederlands voor anderstaligen. Uitgever: Intertaal, februari 2009 (ISBN: 9789054510277) - 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) - Thuis, P., & Stuive, R: Bedrijfskunde integraal., Uitgever: Noordhoff 2e druk (ISBN: 9789001868772) - Saunders, M., Lewis, P. en Thornhill, A. (2015): Methoden en technieken van onderzoek. Uitgever: Pearson Benelux. Amsterdam (zevende editie) (ISBN: 9789043032612)					

2 Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache

Wirtschaftsspanisch

Business Spanish					
Kürzel:	WIS	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Wirtschaftsspanisch				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
30					
Qualifikationsziele					
Berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz in der spanischen Sprache unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
Inhalte					
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.: - la actividad económica - la distribución - la banca - economía y medio ambiente - logística					
Verwendbarkeit des Moduls					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Wahlpflichtmodule Fachfremdsprache					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Fortgeschrittene Spanischkenntnisse					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Frau Saá Arias, Herr Fischer (Sprachenzentrum)					
Modulbeauftragte(r)					
Leitung Sprachenzentrum					
Sonstige Informationen					
- Fachspezifische e-learning-Angebote im MultiMedia-Sprachlabor des Sprachenzentrums. - Systematischer Einsatz klassischer und interaktiver Medien - auch im MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums. - 2 Fachsprachedossiers des Sprachenzentrums Zusätzliche Ressourcen: - Wörterbuch Wirtschaftsspanisch, 2 Bde.. von Sarti. Juan-Francisco; Deutsch-Spanisch; Spanisch-Deutsch, 2000, Cornelsen ISBN 3-464-49391-1 - Wirtschaftsspanisch-Wörterbuch von Padilla Galvez, Jesus; Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch. Lehr- und Handbücher zu Sprachen und Kulturen IX, 1999, Oldenburg ISBN 3-486-24606-2 - Wirtschaftsspanisch. Bd. 1 Deutsch-Spanisch von Eichborn, Reinhart von; Puime, Mario, o. J. ; Siebenpunkt Lexiport ISBN 3-927929-00-X - Wirtschaftsspanisch. Bd. 2 Spanisch Deutsch von Eichborn, Reinhart von; Puime, Mario, o.J., Siebenpunkt Lexiport ISBN 3-927929-01-8 - PONS Business-Wörterbuch Spanisch, Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch. Rund 255.000 Stichwörter und Wendungen.					

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

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

- Wörterbuch der Rechtssprache und Wirtschaftssprache: Diccionario 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: 2024-12-18 Druckdatum: 03.03.2026

3 Ausgleichsmodule

Marketing 1					
Marketing 1					
Kürzel:	MAR1	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Käuferverhalten				30 h	60 h
Marktforschung				30 h	60 h
Lehrformen					
Vorlesung					
Gruppengröße					
30-40					
Qualifikationsziele					
Studierende, die das Teilmodul "Käuferverhalten" erfolgreich absolviert haben, - können die Veränderungen des Käuferverhaltens durch die Digitalisierung beschreiben, - können die zentralen Theorien des Konsumentenverhaltens sowie einzelne Ansätze des organisationalen Beschaffungsverhaltens wiedergeben und voneinander abgrenzen sowie deren Implikationen für das Marketing herausstellen, - 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, - verstehen das Käuferverhalten aufgrund der erworbenen theoretischen Erkenntnisse, sind in der Lage es zu analysieren und können diese Erkenntnisse auf praktische Vermarktungssituationen hin anwenden. Studierende, die das Teilmodul "Marktforschung" erfolgreich abgeschlossen haben, - kennen die wesentlichen Begriffe, Systematiken und Datenerhebungsmethoden im Bereich der Marktforschung, können diese diskutieren und praktisch anwenden, - beherrschen den Prozess der Marktforschung und sind in der Lage, selbstständig Marktforschung zu betreiben, d.h. zu planen, durchzuführen, auszuwerten und zu interpretieren und - sind mit digitalen Ansätzen wie z.B. Web Analytics und Mobile Research vertraut. 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.					
Inhalte					
Käuferverhalten: - Grundlagen des Käuferverhaltens (Einordnung, Trends, Kaufentscheidungssituationen) - Veränderungen des Käuferverhaltens durch die Digitalisierung (z.B. Customer Journey) - Kaufverhalten der Konsumenten (Theorien, Modelle, interpersonale und intrapersonale Bestimmungsfaktoren (z.B. Kulturunterschiede), Kognitionen) - Kaufverhalten von Organisationen (Merkmale, Erklärungsansätze, Buying Center) - Aktuelle Entwicklungen im Käuferverhalten (z.B. Social Media, Chat Bots, Augmented Reality) Marktforschung: - Grundlagen der Marktforschung - Veränderungen der Marktforschung durch die Digitalisierung - Marktforschungsprozess (Problemformulierung, Untersuchungsdesign und Durchführende, Datenerhebungsmethoden, Stichprobenauswahl, Messung und Skalierung, Gestaltung des Erhebungsinstruments, Datenanalyse und Interpretation) - Aktuelle Entwicklungen in der Marktforschung (z.B. Big Data, Social Media Monitoring, Mobile Research, Web Analytics)					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Marketing					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Ausgleichsmodule					
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. Richelsen
Modulbeauftragte(r)
Prof. Dr. Richelsen
Sonstige Informationen
Foscht, T./ Swoboda, B.: Käuferverhalten, 6. Auflage, Wiesbaden, 2017 Grabs, A. et al.: Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram und Co. , Bonn, 2018 Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden, 2016 Kroeber-Riel; W. et al.: Konsumentenverhalten, 10. Auflage, München, 2013 Koch, J. et al.: Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendung, 6. Auflage, München, 2016 Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte - Instrumente - Checklisten, 3. Aufl., Wiesbaden, 2018 Kuß, A. et al.: Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse, 6. Auflage, Wiesbaden, 2018 Solomon, M. R.: Konsumentenverhalten, München, 2016 Theobald, A.: Praxis Online-Marktforschung - Grundlagen - Anwendungsbereiche - Durchführung, Wiesbaden, 2017

Stand: 2019-06-24 Druckdatum: 03.03.2026

3 Ausgleichsmodule

Rechnungswesen und Controlling 1

Group Accounting					
Kürzel:	RC1	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	4	Dauer:	Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Sommersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Konzernrechnungslegung				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Sonstige					
Gruppengröße					
30-40					
Qualifikationsziele					
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. 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.					
Inhalte					
- Beurteilung der Aufstellungspflicht nach HGB/DRS und IFRS - Bestimmung des anzuwendenden Normensystems - Abgrenzung des Konsolidierungskreises - Vereinheitlichung der einzubeziehenden Abschlüsse (formelle und materielle Einheitlichkeit) - Erstellung des Summenabschlusses - Konsolidierung (Kapital-, Schulden-, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischenergebniseliminierung) - Equitymethode - ausgewählte aktuelle Themen (bspw. Übergangskonsolidierung gem. DRS 23, Folgebilanzierung des Geschäfts- oder Firmenwerts; jeweils abhängig von aktuellen, typischerweise in der Wirtschaftspresse berichteten Entwicklungen) Die Veranstaltung wird durch ein umfangreiches e-learning-Angebot ergänzt.					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft, Rechnungswesen und Controlling					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Ausgleichsmodule					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Oberdörster, Prof. Dr. Sejdija					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Oberdörster					
Sonstige Informationen					
Empfohlene Literatur (jeweils in der aktuellsten Auflage): - HGB - Baetge/Kirsch/Thiele, Konzernbilanzen - Küting/Weber, Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS - Schildbach, Der Konzernabschluss nach HGB, IFRS und US-GAAP					



3 Ausgleichsmodule

Spezielle Managementkonzepte

Particular Management Concepts					
Kürzel:	SMK	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	5	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Kompaktveranstaltung zu Sondergebieten Unternehmensführung / Management				60 h	120 h
Lehrformen					
Vorlesung, Übung, Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
max. 40 (ggf. themenbezogen stärkere Begrenzung)					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis von besonderen Problembereichen des Managements und deren Lösungsstrategien					
Sie kennen den aktuellen Stand des wissenschaftlichen Diskurses zur Lösung managementspezifischer Problemstellungen und können diesen beschreiben.					
Sie können die gelernten Lösungsstrategien bei managementspezifischen Problemstellungen anwenden.					
Sie können Lösungsprozesse im Team organisieren und ihre Lösungen präsentieren und in der Diskussion reflektieren.					
Inhalte					
Mögliche Themenfelder richten sich stets nach den aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen und beziehen sich beispielsweise auf:					
- Erkennung und Entwicklung von persönlichen Führungsfähigkeiten - Management von Innovationsprozessen, insbesondere auch unter Nutzung agiler digitaler Instrumente - Projektmanagement, insbesondere auch unter Nutzung agiler digitaler Instrumente - Aspekte der Organisationsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der digitalen Transformation - Management in Krisen und Einleitung von Wandlungsprozessen - Besonderheiten des Finanzierungsmanagements - Umweltmanagement - Qualitätsmanagement - Management logistischer Prozesse - Strategien und Optionen des Personalmanagements - Management von Unternehmensgründungen - Management von Unternehmenszusammenschlüssen und -akquisitionsprozessen - Besondere Bedeutung des Unternehmensleitbildes bei Wandlungsprozessen - Aspekte der Postwachstumsökonomie - Aspekte der Wirtschaftsethik und des nachhaltigen und sozialverantwortlichen Managements					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Wirtschaft					
Wahlpflichtmodul im Studiengang Wirtschaftsinformatik					
Wahlpflichtmodul im Studiengang International Management, Ausgleichsmodule					
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. Figura, weitere Professoren sowie externe praxisbezogene Expertinnen und Experten als Lehrbeauftragte					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Figura					



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

Stand: 2021-07-08 Druckdatum: 03.03.2026