



Modulhandbuch

Bachelor Betriebswirtschaft

Prüfungsordnung 04.12.2015

Stand: Dienstag 28.08.2018 07:48

• A-01 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	6
▶ A1101 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	11
▶ A2101 Arbeitstechnik.....	12
• A-02 Mathematische und statistische Kompetenzen	13
▶ A1102 Mathematik	16
▶ A1103 Statistik	16
• A-03 Rechnungswesen	17
▶ A 1104 Externes Rechnungswesen.....	20
▶ A2102 Internes Rechnungswesen.....	20
• A-04 Wirtschaftsinformatik	21
• A-05 Wirtschaftssprache I (Wirtschaftsenglisch)	25
▶ A1106 Wirtschaftsenglisch I	26
▶ A1107 Wirtschaftsenglisch II	27
• A-06 Finanzen und Investition	28
▶ A2103 Investitionswirtschaft.....	32
▶ A2104 Unternehmensfinanzierung.....	32
• A-07 Material- und Produktionswirtschaft	33
▶ A2105 Einkauf und Logistik.....	35
▶ A2106 Produktentwicklung und Fertigung	35
• A-08 Volkswirtschaftslehre	36
▶ A2107 Einführung in die VWL und Mikroökonomie.....	39
▶ A2108 Makroökonomische Theorien	39
• A-09 Compliance und Vertragsrecht	40
• A-10 Wirtschaftssprache II	45
• A-11 Marketing Einführung	48
• A-12 Management: Führung und Verantwortung	51
▶ A3104 Personalführung	55
▶ A3105 Human Resource Management.....	55
• A-13 Management sozialer Systeme	56
▶ A3106 Organisationstheorie	61
▶ A3107 Organisationsentwicklung in der Praxis.....	61



- **A-14 Unternehmensbesteuerung und Bilanzsteuerrecht62**
- **A-15 Unternehmensrecht und Governance65**
- **A-16 Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul (AWP)
70**
 - ▶ Z6100 AWP 72
- **A-17 Management Tools 73**
 - ▶ A4101 Managementkompetenzen 78
 - ▶ A4102 Managementtechniken 78
- **A-18 Controlling und Treasury..... 79**
 - ▶ A4103 Controlling 84
 - ▶ A4104 Treasury..... 84
- **A-19 Prozess- und Projektmanagement86**
 - ▶ A4105 Prozessmanagement und moderne Organisationsformen 89
 - ▶ A4106 Projektmanagement 89
- **A-20 Wirtschaftssprache III 90**
- **A-21 Schwerpunktergänzendes Wahlpflichtmodul 93**
 - ▶ A31NN Schwerpunktergänzendes Wahlpflichtfach 1 94
 - ▶ A4121 Schwerpunktergänzendes Wahlpflichtfach 2..... 94
- **A-22 Internationale Wirtschaftspolitik 96**
 - ▶ A6101 Entwicklungs- und Außenwirtschaftspolitik 98
 - ▶ A6103 Internationale Wirtschaftspolitik anhand ausgewählter Beispiele
98
- **A-23 Unternehmerkompetenz 99**
 - ▶ A6104 Management Business-Plan-Seminar 104
 - ▶ A6105 Arbeitsrecht und Business Continuity Management 104
- **A-24 Informations- und Wissensmanagement 105**
- **A-25 Praxissemester 109**
 - ▶ A5102 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung (PLV) 1..... 113
 - ▶ A5103 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung (PLV) 2..... 113
- **A-26 Bachelorarbeit 114**



- **A-27 Internes Beziehungsmanagement - Human Resource, Personal- und Organisationsentwicklung 116**
 - ▶ A6107 Team-Entwicklung 121
 - ▶ A6114 Transaktionsanalyse 121
 - ▶ A7103 Theorie des internen Beziehungsmanagements 121
- **A-28 Externes Beziehungsmanagement - Marketing, strategisches Marketing, Dienstleistungsmanagement..... 122**
 - ▶ A6108 Dienstleistungsmanagement Einführung..... 129
 - ▶ A7104 Strategisches Marketing 130
 - ▶ A7105 Dienstleistungsmarketing 130
- **A-29 Internationales Produktmanagement und Recht im Marketing/Vertrieb 131**
 - ▶ A6109 Internationales Produkt- und Lösungsmanagement 136
 - ▶ A6110 Wettbewerbsrecht und Werbegestaltung 136
- **A-30 Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement 137**
 - ▶ A7106 IT-Unterstützung in Marketing und Vertrieb 144
 - ▶ A7107 Internationales Vertriebsmanagement 144
 - ▶ A7108 Globale Markenführung und Internationale Marketingkommunikation 144
- **A-31 Einkauf und Vertragsrecht 145**
 - ▶ A6111 Strategische Beschaffung 149
 - ▶ A6118 Compliance im Einkauf 150
- **A-32 Prozessgestaltung und Anwendungssoftware..... 151**
 - ▶ A7109 Gestaltung von Einkaufsprozessen..... 157
 - ▶ A7110 Gestaltung von Logistikprozessen..... 157
 - ▶ A7111 Anwendungssoftware für Einkauf und Logistik 157
- **A-33 Rechnungslegung mit Bilanzanalyse 158**
 - ▶ A6112 Rechnungslegung nach HGB und internationale Rechnungslegung 161
 - ▶ A6113 Bilanzanalyse und Konzernrechnungslegung 161
- **A-34 Controlling 162**



- ▶ A7112 Kostenmanagement und Controlling 167
- ▶ A7113 Operatives und internationales Controlling 167
- ▶ A7114 Risikomanagement und Anwendungssoftware für Controlling
und Rechnungswesen 167
- **A-35 Steuern und Wirtschaftsprüfung 168**
 - ▶ A7115 Unternehmensbesteuerung - Die Ertragssteuern sowie aktuelle
Steuerrechtsthemen..... 172
 - ▶ A7116 Unternehmensbesteuerung - Umsatzsteuer, Abgabenordnung
sowie aktuelle Steuerrechtsthemen 172
 - ▶ A7117 Prüfungswesen, Prüfungstechnik, internes Kontrollsystem ... 173
- **A-38 Finanzmanagement..... 174**
 - ▶ A6116 Finanz- und Anlagenmanagement 181
 - ▶ A6117 Corporate Finance und Finanzprodukte..... 181
- **A-39 Bank- und Risikomanagement..... 182**
 - ▶ A7121 Steuerung von Finanzrisiken..... 192
 - ▶ A7122 Bankmanagement 192
 - ▶ A7123 Finanzindustrie, Risikomanagement und Versicherungen 192
- **A-40 Nationale Wirtschaftspolitik und Geldpolitik 193**
 - ▶ A4108 Einführung nationale Wirtschaftspolitik 196
 - ▶ A4109 VGR-, Geld und Währungspolitik 196
- **A-41 Integrative Betriebswirtschaft und Risikomanagement
197**
 - ▶ A6107 Integrative Betriebswirtschaft 201
 - ▶ A6108 Risikomanagement 201



A-01 GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE

Modul Nr.	A-01
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Leinz
Kursnummer und Kursname	A1101 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre A2101 Arbeitstechnik
Lehrende	Melanie Hazod Martina Hekler Prof. Dr. Josef Scherer
Semester	1, 2
Dauer des Moduls	2 Semester
Häufigkeit des Moduls	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	StA, schr. P. 60 Min.
Dauer der Modulprüfung	60 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul *Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre* soll die Studierenden in die Lage versetzen, wissenschaftliches Arbeiten zu erlernen und anzuwenden. Darüberhinaus sollen sie sich mit den Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre vertraut machen.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

A1101 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

- o Die Studierenden ordnen die BWL als Wissenschaft ein und entwickeln somit ein Verständnis für den Aufbau des BWL-Studiums sowie der Folgemodule.
- o Die Studierenden sind mit wesentlichen Begrifflichkeiten, grundlegenden Instrumenten und Funktionen der Betriebswirtschaftslehre vertraut gemacht.
- o Die Studierenden haben Kenntnisse über institutionelle Rahmenbedingungen der Tätigkeit von Unternehmen und können die wichtigsten Funktionsbereiche in das Gesamtbild eines Unternehmens einordnen sowie deren Aufgaben wiedergeben.



- o Die Studierenden verstehen die Rahmenbedingungen konstitutiver Entscheidungssituationen und wenden diese auf einzelne Fallbeispiele an. Nach Absolvieren des Moduls *Einführung in die Betriebswirtschaftslehre* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:
- o Die Studierenden ordnen die BWL als Wissenschaft ein und entwickeln somit ein Verständnis für den Aufbau des BWL-Studiums sowie der Folgemodule.
- o Die Studierenden sind mit wesentlichen Begrifflichkeiten, grundlegenden Instrumenten und Funktionen der Betriebswirtschaftslehre vertraut.
- o Die Studierenden besitzen Kenntnisse über institutionelle Rahmenbedingungen der Tätigkeit von Unternehmen und können die wichtigsten Funktionsbereiche in das Gesamtbild eines Unternehmens einordnen sowie deren Aufgaben wiedergeben.
- o Die Studierenden verstehen die Rahmenbedingungen konstitutiver Entscheidungssituationen und wenden diese auf einzelne Fallbeispiele an.
- o Die Studierenden kennen verschiedene Führungsstile und wenden diese individuell auf den Mitarbeiter an.
- o Die Studierenden diskutieren exemplarisch Entscheidungsprobleme der Betriebswirtschaft und erarbeiten Lösungswege.

A2101 Arbeitstechnik (Lern-, Denk-, Entscheidungs-, und Arbeitstechniken für Manager)

- o Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Lern-, Denk-, Entscheidungs-, und Arbeitstechniken für Manager und sonstige Leistungsträger.
- o Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse, Methoden, Tools und Informationsmanagement um praxisrelevante Problemstellungen zu lösen.
- o Die Studierenden stellen anhand exemplarisch ausgewählter Problemstellungen, die Darlegung des (neuesten) „Standes von Wissenschaft und Technik“ mit etwaigen Gegenmeinungen und Argumentationsketten dar und beurteilen diese.
- o Die Studierenden ordnen die behandelten Themen den jeweiligen Modulen eines zu implementierenden ganzheitlichen Governance-Managementsystems zu und reichern die Aufbau- und Ablauforganisation mit entsprechenden Schritten an.
- o Die Studierenden wenden das erworbene Wissen über Soll-Ist-Vergleiche und Handlungsempfehlungen in Unternehmen an.
- o Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Sachverhalte und Aufgabenstellungen dem passenden Bereich im Unternehmen oder Umfeld zuzuordnen und die Schnittstellen zu anderen Funktionen zu erkennen.



- o Die Studierenden kennen die Methoden von Audits und orientieren sich bzgl. der einschlägigen Themen primär am „Aktuellen Stand von Gesetzgebung und Rechtsprechung (Compliance)“ und sekundär am „Anerkannten Stand von Wissenschaft und Praxis“. Dabei ziehen sie die ihnen dem Grunde nach bekannten Standards (Regelwerken (internationaler) institutionalisierter Sachverständigen-Gremien) (z.B. DIN/ISO/COSO/IDW/etc.) heran.
- o Die Studierenden beginnen, unter Beachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen die Vernetzung – innerhalb der diversen Unternehmensfunktionen (Führungs-, Kern-, - und Unterstützungsprozess-themen) zu konzipieren und zu verbessern.
- o Die Studierenden wenden SWOT-Analysen und Soll-Ist-Vergleiche im Rahmen von praktischer Tätigkeit im Unternehmen oder anhand von Case-studies an und leiten Verbesserungsmaßnahmen in der Organisation von Unternehmen oder Teilbereichen ab.
- o Durch einen in der Lehrveranstaltung vermittelten und von Teilnehmern verstandenen multifunktionalen, interdisziplinären Ansatzes (Recht, BWL, Technik, Psychologie, Soziologie) werden den Teilnehmern unterschiedliche Sichtweisen und Erkenntnisse bzgl. der Subjekte und Objekte des (Wirtschafts-) Lebens sowie auch bzgl. der eigenen Person vertraut.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang

Dieses Modul ist Teil der Gesamtreihe „Governance und Compliance“ bzw. im übergeordneten Modus „Governance, Management, Risk & Compliance“ in diesem Studiengang.f.

Auf dieses Modul „A01 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ und die oben genannten Lehrveranstaltungen bauen die Lehrveranstaltungen A2109 „Schuldrecht“, A3110 „Unternehmensrecht“, A6105 „Arbeits- und Sanierungsrecht“ und A6118 „Vertragsrecht- und Produkthaftung“ sowie A6110 „Produkthaftung, Vertrags- und Wettbewerbsrecht“ auf.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge

Das Modul „A01 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ kann in *allen* sonstigen technischen und betriebswirtschaftlichen oder sonstigen (als Gesamtheitswissenschaften) Studiengängen verwendet werden, da das Wissen Grundlagen der BWL, Lern-, Denk-, Entscheidungs- und Arbeitstechniken, über Governance und Compliance sowie die Rechte und Pflichten von Managern und sonstigen Führungskräften nahezu unverzichtbar für „ordentliches und gewissenhaftes“ Management – egal welcher Kerninhalte - ist.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen



Für die Lehrveranstaltung Arbeitstechnik:

- o Die Inhalte des Buches „Birkenbihl: Lernen lassen!“ sollen bekannt sein.
- o Darüber hinaus die Inhalte des Buches *Scherer/Fruth (Hrsg.), Stark in die Zukunft* (2012) und des Aufsatzes *Scherer, Good Governance und ganzheitliches, strategisches und operatives Management: Die Anreicherung des „unternehmerischen Bauchgefühls“ mit Risiko-, Chancen- und Compliancemanagement*, in: *Corporate Compliance Zeitschrift (CCZ)*, 6/2012, S. 201-211, in *Grundzügen*.

Inhalt

1. A1101 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

A. Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

I. Bedürfnisse und knappe Güter als Voraussetzungen wirtschaftlichen Handelns

II. Typologie der Unternehmung

1. Eigentum

2. Ziele

3. Branche

4. Größe

5. Standort

6. Rechtsform

III. Der Aufbau von Unternehmen

B. Unternehmensführung

I. Unternehmensziele

II. Strategische Konzepte

III. Planung und Entscheidung

IV. Organisation

V. Mitarbeiterführung

VI. Kontrolle

C. Ausgewählte Entscheidungsprobleme der BWL

I. M&A

II. Unternehmenssanierung

D. Ausblick: Metatrends und deren Auswirkungen auf die Unternehmen von morgen

2. A2101 Arbeitstechnik (Lern-, Denk-, Entscheidungs- und Arbeitstechniken für Manager und sonstige Leistungsträger)

1. Persönliche und fachliche Anforderungen an Entscheider, Manager und Führungskräfte
2. Tools und Methoden für Manager



- 2.1. Definition von Tools und Methoden
- 2.2. Überblick über die Management-Tools und Methoden (Beispiele)
- 2.3. Lern-, Denk-, Entscheidungs- und Arbeitstechniken
 - Erfolgreich studieren – die neuen Lernchancen nutzen
 - Die Wahrnehmung
 - Der Forschungsprozess
 - Der Lernprozess
 - Motivation
 - Der Arbeitsplatz und die Arbeitsmittel
 - (Zeit-) Planung und effizientes Arbeiten
 - Mitarbeit in Lehrveranstaltungen
 - Prüfungsvorbereitung
 - Präsentation
 - Das Schreiben wissenschaftlicher Texte
 - Der Umgang mit Stress
 - Die mündliche Prüfung
 - etc.
- 2.4. Informations-, Kommunikations-, Wissens- und Dokumentationsmanagement
- 2.5. Entscheidungstechniken und Business Judgment Rule
- 2.6. Grundlagen der Wirtschaftspsychologie/ -ökonomie

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Falllösungen anhand von Beispielen, Selbststudium, studentische Referate und Studienarbeiten.

Durch einen in der Lehrveranstaltung vermittelten und von Teilnehmern verstandenen multifunktionalen, interdisziplinären Ansatzes (Recht, BWL, Technik, Psychologie, Soziologie) werden den Teilnehmern unterschiedliche Sichtweisen und Erkenntnisse bzgl. der Subjekte und Objekte des (Wirtschafts-) Lebens sowie auch bzgl. der eigenen Person vertraut.

Besonderes

- o Das Modul enthält virtuelle Anteile
- o Exkursionen

Empfohlene Literaturliste

A1101 Einführung in die Betriebswirtschaft



Bea, F. X. und M. Schweitzer: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bd. 1: Grundlagen, 10., überarb. u. erw. Aufl., Tübingen 2009.

Borchardt, H.-J.: David gegen Goliath – Mit welchen Strategien wir die Großen schlagen können, in: starting up, Heft Sep/Okt/Nov 2010, S. 10-12.

Opaschowski, H. W.: Deutschland 2030, aktual. Neuaufl., Gütersloh 2013.

Schwanitz, D.: Bildung – alles was man wissen muss, 16. Aufl., München 2002.

Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten, 15. Aufl., München 2011.

Wöhe, G. u. U. Döring: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25., überarb. u. akt. Aufl., München 2013.

A2101 Arbeitstechnik

Einführende Literatur:

Birkenbihl, Vera F.: Lernen lassen!, München 2014.

Kornmeier, M., Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg 2007.

Rost, F., Lern- und Arbeitstechniken für das Studium, VS Verl. für Sozialwissenschaften, 4. Auflage, Wiesbaden, 2004.

Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten, 15. Auflage, München 2011.

Vorlesungsbegleitende Literatur:

Scherer/Fruth (Hrsg), Governance-Management, Band 1, 2014, Kapitel 1.

Werth, Psychologie für die Wirtschaft, 2010

Dobelli, Die Kunst des klaren Denkens, 39. Auflage, München 2011.

Vertiefende Literatur:

Birkenbihl, Stroh im Kopf?, 52. Auflage, München 2013.

Kahneman, Schnelles Denken, langsames Denken, 8. Auflage, München 2014.

▶ A1101 EINFÜHRUNG IN DIE BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE

Prüfungsarten

schr. P. 60 Min.



▶ **A2101 ARBEITSTECHNIK**

Prüfungsarten

StA



A-02 MATHEMATISCHE UND STATISTISCHE KOMPETENZEN

Modul Nr.	A-02
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dr. Heribert Popp
Kursnummer und Kursname	A1102 Mathematik A1103 Statistik
Lehrende	Prof. Dr. Stefan Hagl Prof. Dr. Dr. Heribert Popp
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	8
ECTS	10
Workload	Präsenzzeit: 90 Stunden Selbststudium: 180 Stunden Virtueller Anteil: 30 Stunden Gesamt: 300 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb der Kenntnis der wesentlichen Methoden der Wirtschaftsmathematik und Statistik und der Fähigkeit, diese auf die Fragestellungen der Wirtschaftswissenschaften und beruflichen Praxis anzuwenden.

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz: Die Studierenden verfügen über Grundkenntnisse der mathematischen und statistischen Modellierung in den Wirtschaftswissenschaften

Sozialkompetenz: Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Lösung von Problemen durch Gruppenarbeit und Teamarbeit.

Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse mathematischer und statistischer Methoden zur Bearbeitung betrieblicher Aufgaben (Behandlung komplexer Zusammenhänge mit Matrizen, Lineare Gleichungssysteme, Funktionen (mehrerer) Variablen als Basis zum Verständnis von Modellen, empirische Datenerhebung, Datenanalyse, schließende Statistik, deskriptive Statistik)



Persönliche Kompetenz: Die Studierenden sind zu vertieften eigenem Zeitmanagement und zum Selbststudium befähigt, da sie ca. 50 % mit virt. Lehre den Stoff erarbeiten.

Nach Absolvieren des Moduls *mathematische und statistische Kompetenzen* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Sie erläutern die für die moderne Betriebsführung erforderlichen mathematischen Grundkenntnisse aus Analysis und Linearer Algebra.
- o Sie differenzieren die mathematischen Denk- und Arbeitsmethoden der Wirtschaftswissenschaften vornehmlich anhand von Beispielen aus der Wirtschaftspraxis.
- o Sie wenden formale und mathematische Kompetenzen bei der formalen Beschreibung von Problemen an.
- o Sie wenden ihre mathematischen Kenntnisse bei der Lösung formaler Aufgaben erfolgreich an.
- o Sie analysieren exemplarisch mathematische Berechnungen mit EXCEL.
- o Sie besitzen Kenntnisse in den Grundlagen der deskriptiven und schließenden Statistik, im Besonderen in deren Anwendung auf betriebliche und betriebswirtschaftliche Sachverhalte.
- o Sie wenden die erworbenen Kenntnisse bei der Lösung von Rechenaufgaben und Fallstudien zur statistischen Datenerhebung erfolgreich an.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Als Grundlagenmodul sind seine Kenntnisse notwendig für die Module "Volkswirtschaftslehre", "Investition und Finanzierung" und "Einkauf und Logistik".

Dieses Modul kann in den Studiengängen "Wirtschaftsinformatik", "Tourismusmanagement" und "Volkswirtschaftslehre" verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine Zugangsvoraussetzungen. Die Studierenden erhalten eine Liste, welche Teilkapitel sie virtuell bis zu welchem Präsenztermin vorbereiten müssen.

Inhalt

Inhalte von **Mathematik** sind folgende:

1. Mathematische Grundkenntnisse (Logik, Mengen, Relationen, Arithmetik, Folgen und Reihen)



2. Funktionen mit einer unabhängigen Variablen (Abbildungen, Lineare und Nichtlineare Funktionen und ihre ökonomischen Anwendungen, Eigenschaften von Funktionen)
3. Differentiation und ihre ökonomische Anwendung (Differentiationsregeln, Höhere Ableitungen, Kurvendiskussion, Totales Differential, Elastizität)
4. Grundlagen der Integralrechnung
5. Lineare und Nichtlineare Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen und ihre ökonomische Anwendungen
6. Differentialrechnung bei Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen (Partielle Ableitung auch höherer Ordnung, Extremwertbestimmung, Extremwertbestimmung unter Nebenbedingungen)
7. Matrizenrechnung (Addition, Multiplikation, Inverse, Lineare Gleichungssysteme)
8. Lineare Optimierung

Inhalte von **Statistik** sind folgende:

1. Grundbegriffe der Statistik: Erhebung, Merkmale, Skalen
2. Diskrete/klassierte Häufigkeitsverteilungen, grafische Darstellungen
2. Lageparameter und Streuungsmaße
3. Konzentrationsmaße und grafische Darstellung von Konzentration
4. Gliederungszahlen, Messziffern, Indexzahlen, Preis-/Mengenindizes
5. Bivariate Regressions- und Korrelationsanalyse
6. Wahrscheinlichkeitsrechnung
7. Zufallsvariablen und ihre diskreten und stetigen Verteilungen
8. Stichprobenverteilungen
9. Punktschätzung und Intervallschätzung
10. Signifikanztests, insbesondere Parametertests, Chi-Quadrat-Test und F-Test

Lehr- und Lernmethoden

Blended Learning: interaktive Videos mit den Vorlesungen, Selbsttest am PC, seminaristischer Unterricht zum Fragen Beantworten, Aufgaben Lösen und Fallstudien Besprechen.

Gruppenarbeit

vorlesungsbegleitende Tutorien;

kollaboratives Lernen mit E-Learning



Besonderes

In Mathematik gibt es 50 % online-Anteile

Empfohlene Literaturliste

Auer, B.; Seitz, F.: Grundkurs Wirtschaftsmathematik, Gabler Verlag, 4. Auflage, 2013

Bourier, G.: Beschreibende Statistik, Springer Gabler, 12. Aufl., 2014

Bourier, G.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, Springer Gabler, 8. Aufl., 2013

Clausen, M., Kerber, A., Meier-Reinhold, H., Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Auflage, Bayreut, Univ., 2000

Grabmeier J., Hagl, S.: Statistik – Grundwissen und Formeln, Haufe, 2. Auflage, 2012

Holland, H., Holland, D., Mathematik im Betrieb, 7. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2004

Puff, F., Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler kompakt, 3. Auflage, vieweg+Teubner Verlag, Braunschweig, 2009

Puff, F., Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler 2, 1. Auflage, vieweg Verlag, Braunschweig, 1979

Schwarze J.: Grundlagen der Statistik: Band 1, nwb Studium, 12. Aufl., 2014

Schwarze, J.: Grundlagen der Statistik: Band 2, nwb Studium, 10. Aufl., 2013

▶ **A1102 MATHEMATIK**

Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.

▶ **A1103 STATISTIK**

Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.



A-03 RECHNUNGSWESEN

Modul Nr.	A-03
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Konrad Schindlbeck
Kursnummer und Kursname	A 1104 Externes Rechnungswesen A2102 Internes Rechnungswesen
Lehrende	Dr. Andrea Ghirardini Sabrina Paßberger Prof. Dr. Petra Plininger Prof. Dr. Konrad Schindlbeck
Semester	1, 2
Dauer des Moduls	2 Semester
Häufigkeit des Moduls	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	8
ECTS	10
Workload	Präsenzzeit: 120 Stunden Selbststudium: 180 Stunden Gesamt: 300 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul *Rechnungswesen* soll die Studierenden in die Lage versetzen, sowohl Buchführung zu verstehen und Buchungen selbst durchzuführen als auch zur Kosten- und Leistungsrechnung einfache Konzepte und Instrumente zu entwickeln.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden kennen die Buchungstechnik, um im Rahmen der Finanzbuchhaltung Geschäftsvorfälle abzubilden,
- o Sie sind in der Lage, auf der Basis des HGB und EStG sowie den Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB) Buchungen vorzunehmen,
- o Sie kennen die grundlegenden Methoden und Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR), um die Kostensituation in einem Unternehmen darzustellen und zu analysieren.
- o Sie sind in der Lage, moderne Methoden und Instrument der KLR einzusetzen, um ein individuelles einfaches KLR-Konzept bzw. –Instrument für ein mittelständische Unternehmen zu entwickeln.



Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein Basisfach, das eine wichtige Voraussetzung für die Module „Unternehmensbesteuerung und Bilanzsteuerrecht“ und „Controlling und Treasury“ im 4. Sem. darstellt. Weiter ist es ein vorbereitendes Modul für die Schwerpunkte "Controlling", "Bank- und Finanzmanagement", "Betriebliches Finanz- und Erfolgsmanagement" sowie "Steuern- und Wirtschaftsprüfung":

Das Modul kann in den Studiengängen "Volkswirtschaftslehre", "Tourismusmanagement", "Wirtschaftsinformatik" sowie "International Management" eingesetzt werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine; den Studierenden mit dem allgemeinen Abitur wird die Teilnahme am Propädeutikkurs „Buchführung“ empfohlen

Inhalt

Externes Rechnungswesen

1. Buchführungs- und Aufzeichnungsvorschriften
2. Organisation der doppelten Buchführung
3. Vermittlung der Buchungstechnik
4. Darstellung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB)
5. Sichere Verbuchung aller relevanten Geschäftsvorfälle unter Anwendung gesetzlicher Vorgaben für die Buchhaltung

Internes Rechnungswesen

1. Die KLR als Teil des betrieblichen Rechnungswesens
2. Zwecke der KLR
3. Grundbegriffe der KLR
4. Systeme der KLR
5. Die KLR auf der Basis von Vollkosten
 - 5.1 Kostenartenrechnung
 - 5.2 Kostenstellenrechnung



- Betriebsabrechnungsbogen
- Innerbetriebliche Leistungsverrechnung

5.3 Kostenträgerrechnung

- Divisionskalkulation
- Zuschlagskalkulation
- Maschinenstundensatzrechnung

6. Die KLR auf der Basis von Teilkosten

- Direct Costing
- Fixkostendeckungsrechnung

7. Die kurzfristige Erfolgsrechnung

- Gesamtkostenverfahren
- Umsatzkostenverfahren

8. Die KLR als Entscheidungsrechnung

- Produktionsprogrammplanung
- Bestimmung der Preisuntergrenze
- Make or Buy-Entscheidungen

Lehr- und Lernmethoden

Vorlesung mit gemeinsamer Erarbeitung des Stoffs anhand von Präsentationen und Übungsfällen; Seminaristischer Unterricht, Diskussionen und Teamarbeit

Besonderes

Besuch eines Unternehmens (Praxisbesuch)

Empfohlene Literaturliste

Pflichtlektüre:

- o Bornhofen – Buchführung 1, in aktueller (jährlich aktualisierte Auflage)
- o Literaturangaben zur Vorbereitung auf die Vorlesung (Pflichtlektüre):
- o Däumler Klaus-Dieter, Grabe Jürgen (2013), Kostenrechnung 1, Grundlagen, 11. Aufl., Herne/Berlin
- o Däumler Klaus-Dieter, Grabe Jürgen (2013), Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, 10. Aufl., Herne/Berlin
- o Coenenberg, A., Fischer, T., Günther, T. (2007), Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart



- o Wedell, H., Grundlagen des Rechnungswesens, Band 1: Buchführung und Jahresabschluss, 11. Auflage, NWB-Verlag, Herne/Berlin, 2008

▶ **A 1104 EXTERNES RECHNUNGSWESEN**

Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.

▶ **A2102 INTERNES RECHNUNGSWESEN**

Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.



A-04 WIRTSCHAFTSINFORMATIK

Modul Nr.	A-04
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Michael Ponader
Kursnummer und Kursname	A1105 Wirtschaftsinformatik
Lehrende	Max Dirndorfer Prof. Dr. Benedikt Elser Prof. Dr. Herbert Fischer Prof. Dr. Michael Ponader Prof. Dr. Dieter Rummler
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	6
ECTS	7
Workload	Präsenzzeit: 90 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 210 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul *Wirtschaftsinformatik* zielt auf den Erwerb der Kenntnis wesentlicher Methoden der Wirtschaftsinformatik und der Fähigkeit, diese auf die Fragestellungen der Wirtschaftswissenschaften und beruflichen Praxis anzuwenden.

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz: Die Studierenden kennen die Grundlagen der IT: Computer, Netzwerke (z.B. Internet) und Software zur Verarbeitung von Information. Sie kennen die Grenzen und Möglichkeiten der IT-Unterstützung. Sie sind zum sicheren Umgang mit ausgewählter Software und Internet befähigt.

Sozialkompetenz: Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Lösung von Problemen durch Gruppenarbeit und Teamarbeit.

Methodenkompetenz: Die Studierenden sind befähigt, IT-Systeme effizient zu nutzen. Sie sind zur Anwendung von Office- und Bürokommunikations-Software im beruflichen Alltag befähigt. Die Studierende sind in der Lage Präsentationen, wissenschaftliche Arbeiten, Auswertungen mit Tabellenkalkulation und kleine Datenbanken zu erstellen.



Die Studierenden erwerben einen Überblick über die betriebliche Informationsverarbeitung und deren Umsetzung in einem konkreten ERP-System.

Persönliche Kompetenz: Die Studierenden sind zu vertieften eigenem Zeitmanagement und zum Selbststudium befähigt, da sie die Bedienung des ganzen Office-Paketes mit virtuellen Lehre erarbeiten.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein Grundlagenfach, welches eine wichtige Voraussetzung und Vorbereitung für die Schwerpunkte "Internationales Marketing- und Vertriebsmanagement", "Einkauf und Logistik" sowie "Controlling" darstellt.

Dieses Modul kann teilweise in den Studiengängen "Wirtschaftsinformatik" eingesetzt werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Es handelt sich um ein Grundlagenfach im ersten Semester. Es gibt daher keine Zugangsvoraussetzungen.

Inhalt

Teil Prof. Dr. Ponader

- o Überblick über Aufbau und Arbeitsweise von EDV-Anlagen und Peripherie
- o Kenntnisse über die Klassifizierung der Sprachen und deren Unterschiede anhand von Beispielen (incl. Systemsoftware), Einblick in die Funktionalitäten eines Betriebssystems
- o Erarbeiten von Kenntnissen über das Internet: Entwicklung, Verbreitung, Dienste mit Möglichkeiten und Grenzen, Technologien
- o Anwendung von Standardsoftware zu Textbearbeitung , Präsentationsgrafik.
- o Überblick über Wesen und Zweck integrierter Datenverarbeitung
- o Darstellung von Administrations- und Dispositionssystemen im Industriebetrieb (unter besonderer Berücksichtigung der Produktionsplanung und -steuerung) und in Dienstleistungsunternehmen
- o Praktisches Arbeiten mit einem ERP-System

Teil Prof. Dr. Herbert Fischer

"Konzeption, Aufbau und Nutzung von Datenbanken mit MS Access"



1. Grundlagen Datenbanken
 - 1.1 Was ist eine Datenbank?
 - 1.2 Datenbankbegriffe
 - 1.3 Die Access Datenbank und ihre Arbeitsoberfläche
 - 1.4 Beispieldatenbank
2. Grundlagen Datenmodellierung
 - 2.1 Begriffe zur Datenmodellierung
 - 2.2 Das relationale Datenmodell
 - 2.3 Komplexe Datenbanken
 - 2.4 Fach- und DV-Konzepte
 - 2.5 Datenmodellierung
3. Datenbank in Access entwerfen
4. Nutzung einer Datenbank
 - 4.1 Pflegen
 - 4.2 Suchen
 - 4.3 Abfragen

Teil Prof. Dr. Dieter Rummler

1. Listen erstellen und bearbeiten, Grundlagen Tabellenkalkulationssysteme mit Excel
2. Adressierung
3. Funktionen
4. Teilergebnisse
5. Pivottabellen
6. Programmieren mit VBA
7. Excel Auswertungen von Datenbankdaten

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Projektaufgaben

Besonderes

Die Literaturangaben und Vorlesungsunterlagen werden vor den Veranstaltungen zur Verfügung gestellt. Ferner stehen Lernprogramme zur Verfügung, um sich auf die Präsenzveranstaltungen vorzubereiten. Um unterschiedlichen Kenntnisstand der Studierenden auszugleichen, wird darüber hinaus ein Tutorium angeboten.

Empfohlene Literaturliste



Mertens, P., Bodendorf, F., König, W., Picot, A., Schumann, M., Hess, T., Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 11. Auflage, Springer Gabler Verlag, Berlin u.a. 2012

Alpar, P., Kommerzielle Nutzung des Internet, 2. Auflage, Springer Verlag, Berlin u.a. 1998

Couch, A., Access 2013 auf einen Blick, 1. Auflage, O´Reilly Verlag, Köln 2013

Stern, A., Keine Angst vor Microsoft Access, 5. Auflage, O´Reilly Verlag, Köln 2016

Krimm, M., York, L., Outlook 2013, Grundlagen, Herdt Verlag, Bodenheim 2013

Braunschweig, C.v., Word 2013, Grundlagen, Herdt-Verlag, Bodenheim 2013

Götzelmann, J., Powerpoint 2013, Grundlagen, Herdt-Verlag, Bodenheim 2013

Wies, P., Excel 2010 für Windows. Aufbaukurs kompakt, 1. Auflage, Herdt-Verlag, Bodenheim 2011 ???????

Hufgard, A., Krüger, S., SAP Business ByDesign, Galileo Press, Bonn 2012



A-05 WIRTSCHAFTSSPRACHE I (WIRTSCHAFTSENGLISCH)

Modul Nr.	A-05
Modulverantwortliche/r	Tanja Mertadana
Kursnummer und Kursname	A1106 Wirtschaftsenglisch I A1107 Wirtschaftsenglisch II
Lehrende	Dozenten/innen für AWP und Sprachen
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	halbjährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	4
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 60 Stunden Virtueller Anteil: 30 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schriftl. Prüf.
Dauer der Modulprüfung	60 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach Absolvieren des Moduls "Wirtschaftssprache I" haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- Sie führen Fachgespräche in englischer Sprache.
- Sie sind dadurch auf die Anforderungen des späteren Berufslebens in Zeiten der Globalisierung vorbereitet und haben bestehende Hemmnisse und Bedenken im Umgang mit einer Fremdsprache abgelegt.
- Sie verstehen und diskutieren englischsprachige Fachartikel.
- Sie tauschen sich in der lingua franca aus und führen fachspezifische Diskussionen.

Verwendbarkeit in diesem Studiengang

A-10 Wirtschaftssprache II

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen



Das Modul ist eine Vorbereitung für "Wirtschaftssprache II" (A-10), mit dem Ziel das Sprachniveau C1 zu erreichen

Dieses Modul kann in den Studiengängen "Wirtschaftsinformatik" und "Volkswirtschaftslehre" eingesetzt werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

(Fach-) Abitur in Englisch mit Note 1-3 bzw. Kenntnisse auf Stufe B2 oder C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER)

Inhalt

Die Studierenden werden zu Beginn des ersten Semesters in verschiedene Sprachniveaus (B1, B2, C1) eingeteilt. Die Einteilung basiert auf einem schriftlichen Einstufungstest, der bereits vor Studienstart online zu absolvieren ist.

Je nach vorhandener Sprachkompetenz besteht so die Möglichkeit, die Sprachausbildung individuell anzubieten. Studierende, die unterhalb des empfohlenen Levels von B2 einsteigen, werden durch das Testergebnis und mündlichen Feedbacks des Sprachenzentrums sofort über die Studienanforderung in Englisch informiert und werden beraten, wie sie einen Übergang von B1 zu B2 bzw. C1 bewerkstelligen können.

Die Inhalte der einzelnen Sprachkurse können der jeweiligen Kursbeschreibung entnommen werden:

<https://www.th-deg.de/de/studierende/awp-sprachen/kursbeschreibungen>

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Besonderes

Die Studierenden im Bachelor BWL müssen laut Studien- und Prüfungsordnung die Wirtschaftssprache Englisch mindestens einmal mit der Niveaustufe C1 belegen. Dafür können sie die zu wählenden Pflichtsprachkurse sowie das Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtmodul nutzen.

Empfohlene Literaturliste

Literaturempfehlungen können der entsprechenden Kursbeschreibung entnommen werden:

<https://www.th-deg.de/de/studierende/awp-sprachen/kursbeschreibungen>

▶ A1106 WIRTSCHAFTSENGLISCH I



Prüfungsarten

schr. P. 60 Min.

▶ **A1107 WIRTSCHAFTSENGLISCH II**

Prüfungsarten

schr. P. 60 Min.



A-06 FINANZEN UND INVESTITION

Modul Nr.	A-06
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Kursnummer und Kursname	A2103 Investitionswirtschaft A2104 Unternehmensfinanzierung
Lehrende	Dr. Alois Bauer Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach Absolvieren des Moduls *Finanzen und Investition* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden verstehen die notwendigen finanzmathematischen Kenntnisse, um die Verfahren der Investitionsrechnung anwenden zu können.
- o Die Studierenden können Investitionsarten unterscheiden und kennen die Vorgehensweise eines Investitionsplanungsprozesses.
- o Die Studierenden können statische Investitionsrechenverfahren anwenden und kennen deren Stärken und Schwächen.
- o Die Studenten kennen das Zahlungsstromkonzept dynamischer Investitionsrechenverfahren und können Kapitalwerte und Interne Zinsfüße berechnen.
- o Die Studierenden erarbeiten sich Kenntnisse zur Beurteilung von Investitionsentscheidungen bei Unsicherheit.
- o Als Gegenstück zur Investition kennen die Studierenden verschiedene Möglichkeiten der Innen- und Außenfinanzierung.



- o Die Studierenden können die unterschiedlichen Möglichkeiten von Personen- und Kapitalgesellschaften zur Beschaffung von Eigenkapital unterscheiden.
- o Die Studierenden verstehen die Bedeutung des Ratings und lernen verschiedene Arten kurz- und langfristiger Kreditfinanzierung kennen.
- o Die Studierenden können die gängigen Finanzierungssurrogate und Kreditsicherheiten darlegen.
- o Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Innenfinanzierung für Unternehmen und lernen die verschiedenen Unterarten der Innenfinanzierung kennen.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist eine wichtige Voraussetzung für das Modul „Controlling und Treasury“ im 4. Sem sowie für das schwerpunktergänzende Wahlpflichtfach "Finanzdienstleistung und Financial Planning". Weiter ist es ein vorbereitendes Modul für die Schwerpunkte "Controlling", "Bank- und Finanzmanagement", "Betriebliches Finanz- und Erfolgsmanagement".

Dieses Modul kann in den Studiengängen "International Management", "Tourismusmanagement" und "Volkswirtschaftslehre" verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfehlung: Erfolgreiche Teilnahme am Kurs "Externes Rechnungswesen"

Inhalt

Kurs A2103 Investitionswirtschaft

1. Grundlagen der Finanz- und Investitionswirtschaft
 - 1.1 Finanzwirtschaftliche und Investitionswirtschaftliche Begriffsdefinitionen
 - 1.2. Finanzmathematische Grundlagen
 - o Grundlagen der Verzinsung
 - o Abzinsung und Aufzinsung
 - o Rentenrechnung
2. Investitionsplanung
 - o Arten von Investitionen
 - o Der Investitionsplanungsprozess
 - o Informationsprobleme bei Investitionsentscheidungen



3. Investitionsrechenverfahren

3.1. Verfahren der Investitionsrechnung im Überblick

3.2. Die Wahl des Kalkulationszinssatzes im Rahmen der Investitionsrechnung

3.3 Statische Investitionsrechenverfahren

- o Kostenvergleichsrechnung
- o Gewinnvergleichsrechnung
- o Amortisationszeitrechnung
- o Rentabilitätsrechnung
- o Zusammenfassende Beurteilung statischer Verfahren

3.4 Dynamische Investitionsrechenverfahren

- o Kapitalwertmethode
- o Internen Zinsfuß-Methode
- o Annuitätenmethode
- o Zusammenfassende Beurteilung dynamischer Verfahren

3.5 Stochastische Investitionsrechenverfahren

Kurs A2104 Unternehmensfinanzierung

1. Überblick über Finanzierungsvorgänge

- o Der betriebliche Finanzfonds
- o Finanzierungsquellen und Finanzierungsvorgänge im Überblick
- o Abgrenzung von Eigenkapital und Fremdkapital
- o Der Leverage Effekt

2. Beteiligungsfinanzierung

2.1 Funktionen des Eigenkapitals

2.2 Möglichkeiten unterschiedlicher Rechtsformen zur Eigenkapitalbeschaffung

- o Beteiligungsfinanzierung bei Einzelkaufleuten und Personengesellschaften
- o Beteiligungsfinanzierung bei Kapitalgesellschaften im Überblick



- o Beteiligungsfinanzierung bei Aktiengesellschaften
- 3. Fremdfinanzierung
 - 3.1 Kreditvertrag und Kreditwürdigkeitsprüfung
 - 3.2 Kreditsicherheiten
 - 3.3 Rating
 - 3.4 Langfristige Fremdfinanzierung
 - o Tilgungsmodalitäten bei langfristigen Darlehen
 - o Effektivverzinsung mit Praktikerformeln
 - o Förderkredite
 - o Schuldscheindarlehen und Anleihen
 - 3.5 Kurzfristige Fremdfinanzierung
 - o Lieferantenkredite und Anzahlungen
 - o Kurzfristige Kredite von Kreditinstituten
- 4. Sonderformen der Finanzierung
 - o Mezzanine
 - o Leasing
 - o Factoring
- 5. Innenfinanzierung
 - o Bereiche der Innenfinanzierung im Überblick
 - o Selbstfinanzierung
 - o Finanzierung aus Abschreibungsgegenwerten
 - o Finanzierung aus Rückstellungen
 - o Innenfinanzierung aus sonstigen Kapitalfreisetzungen

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung



Empfohlene Literaturliste

Däumler, Klaus-Dieter, Grabe, Jürgen, Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, 12. Auflage, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe 2007

Olfert, Klaus, Finanzierung, 16. Auflage, Kiehl-Verlag, Ludwigshafen 2013

Olfert, Klaus, Investition, 11. Auflage, Kiehl-Verlag, Ludwigshafen 2012

Ott, Steven, Investitionsrechnung in der öffentlichen Verwaltung - Die praktische Bewertung von Investitionsvorhaben, Gabler Verlag, Wiesbaden 2011

Putnoki, Hans, Schwadorf, Heike, Bergh Friedrich Then, Investition und Finanzierung, Verlag Franz Vahlen München 2011

▶ **A2103 INVESTITIONSWIRTSCHAFT**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A2104 UNTERNEHMENSFINANZIERUNG**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-07 MATERIAL- UND PRODUKTIONSWIRTSCHAFT

Modul Nr.	A-07
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Leinz
Kursnummer und Kursname	A2105 Einkauf und Logistik A2106 Produktentwicklung und Fertigung
Lehrende	Prof. Dr. Jürgen Leinz
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach Absolvieren des Moduls *Material- und Produktwirtschaft* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden sind in der Lage einen Überblick über die Grundzüge der betrieblichen Teilfunktionen Einkauf, Produktion und Logistik zu darzustellen.
- o Sie verstehen die wichtigsten Zusammenhänge und Prozesse in den Teilmodulen Grundlagen der betrieblichen Leistungserstellung, Einkauf, Produktion, Produktentwicklung und Logistik.
- o Sie wenden ausgesuchte Methoden und Instrumente an.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein vorbereitendes bzw. unterstützendes Modul für das schwerpunktergänzende Wahlpflichtfach "Supply Chain Management" im 3. bzw. 4. Semester.

Die genannten Teilmodule bilden die Grundlage für die Inhalte der Studienschwerpunkte "Einkauf und Logistik" sowie "Internationales Marketing- und Vertriebsmanagement".

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen



keine

Inhalt

Den Studierenden werden die Bedeutung und die Aufgaben der Material- und Produktionswirtschaft erläutert.

Im Teilmodul Grundlagen der betrieblichen Leistungserstellung erhalten die Studierenden einen Überblick über den betrieblichen Leistungsprozess, die Produktionsfaktoren und unterschiedliche Produktionsverfahren.

Im Teilmodul Einkauf erwerben die Studierenden Kenntnisse über das Aufgabenfeld der Beschaffung, die Bedeutung eines strategisch ausgerichteten Einkaufs für den Unternehmenserfolg, den Beschaffungsprozess, die Verhandlungen mit Lieferanten und den Prozess der Bedarfs- und Bestellmengenplanung. Sie lernen ausgewählte Instrumente zur Materialklassifizierung, zur Stücklistenauflösung, zur (Material-)Bedarfsprognose und zur Bestellmengenplanung kennen und anzuwenden.

Im Teilmodul Produktion erhalten die Studierenden Kenntnisse über die Ziele der Produktion und erwerben Grundkenntnisse sowohl im strategischen als auch im operativen Produktionsmanagement.

Im Teilmodul Erzeugnisse und deren Entwicklung erhalten die Studierenden Kenntnisse über den Produktionslebenszyklus und die Grundzüge von Forschung und Entwicklung.

Im Teilmodul Logistik erhalten die Studierenden einen Überblick über die Grundlagen der Logistik, die innerbetriebliche Logistik und die Bedeutung der Logistik für den (internationalen) Warenverkehr.

Lehr- und Lernmethoden

Vorlesung mit Fallstudien und Übungen.

Besonderes

Online-Anteil und Gastvorträge

Empfohlene Literaturliste

Pflichtlektüre

Kummer, S. et al.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. akt. Aufl., München 2013

Kummer, S. et al.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik – Das Übungsbuch, 2. akt. Aufl., München 2013



Lemme, M.: *Gewinnfaktor Einkauf – Kosten senken und Ergebnisse steigern*, 3. Aufl., Berlin 2012

Pojda, F.: *Das Lebenszyklusmodell*, in: *wisu – das wirtschaftsstudium*, 12/2012, S. 1275 -1278

Schulte, G.: *Material- und Logistikmanagement*, 2. wesentl. erw. u. verb. Aufl., München 2001

Zusätzliche empfohlene Literatur

Fandel, G. et. al: *Produktionsmanagement*, 2. überarb. und erw. Aufl., Heidelberg 2011

Günther, H., Tempelmeier H.: *Produktion und Logistik*, 12. Aufl., Berlin, 2016

Leinz, J.: *Strategisches Beschaffungsmanagement in der Bauindustrie – Einkauf und Logistik in überregional tätigen Unternehmen des schlüsselfertigen Hochbaus*, Wiesbaden 2004

Schulte, C.: *Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain*, 7. vollst. überarb. und erw. Aufl., München 2016

Straub, T.: *Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, 2. akt. u. erw. Aufl., München 2015

Zäpfel, G.: *Grundzüge des Produktions- und Logistikmanagement*, 2. unwesentlich veränderte Aufl., München 2001

▶ **A2105 EINKAUF UND LOGISTIK**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A2106 PRODUKTENTWICKLUNG UND FERTIGUNG**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-08 VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE

Modul Nr.	A-08
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hanjo Allinger
Kursnummer und Kursname	A2107 Einführung in die VWL und Mikroökonomie A2108 Makroökonomische Theorien
Lehrende	Prof. Dr. Hanjo Allinger Prof. Dr. Marcus Dittrich Dr. Wolfgang Nagl
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Die Studierenden erwerben ein grundlegendes Verständnis für die wirtschaftlichen Zusammenhänge in einer Volkswirtschaft und in den am Wirtschaftsprozess beteiligten Wirtschaftssubjekten (Haushalte, Unternehmen). Sie kennen die dahinter liegenden Konzepte und Theorien. Die Studierenden können grundsätzliche Möglichkeiten der Wirtschaftssteuerung beurteilen. Sie hinterfragen die Ursachen gesamtwirtschaftlicher Ungleichgewichte und können deren Wirkungen einschätzen sowie Instrumente und Wirkungsweisen der nationalen Wirtschaftspolitik erklären. Das Modul befähigt die Studierenden dazu, wirtschaftliche und wirtschaftspolitische Fragestellungen einzuordnen und zu bewerten.

Die Studierenden erlangen fundierte Grundkenntnisse in der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre und entwickeln ein anwendungsorientiertes Verständnis zu erkennen, worin sich der volkswirtschaftliche und der betriebswirtschaftliche Ansatz unterscheiden. Sie lernen die theoretischen Grundlagen kennen und werden in die Lage versetzt, das erworbene theoretische Wissen anhand praktischer Beispiele auf gesellschaftlich und ökonomisch relevante Bereiche unserer Lebenswirklichkeit anzuwenden.



A2107 Einführung in die VWL und Mikroökonomie
(Bisani)

- o Die Studierenden erwerben einen Überblick über die Volkswirtschaftslehre (Geschichte, Theorien und Modellbildung) und sie kennen die Grundlagen der Mikroökonomie.
- o Sie können das Verhalten einzelner Wirtschaftssubjekte (Haushalte, Unternehmen) in einem bestimmten institutionellen Rahmen (verschiedene Marktformen) und die Auswirkungen dieses Verhaltens bei unterschiedlichen Informationsständen der Beteiligten beurteilen.
- o Die Studierenden sind in der Lage wirtschaftliche Entscheidungen (Entscheidungstheorie) zu verstehen und sind mit den Auswirkungen dieses Verhaltens vertraut.

A2108 Makroökonomische Theorien
(Akhotmee)

- o Die Studierenden erkennen die Komplexität volkswirtschaftlicher Zusammenhänge.
- o Sie gewinnen Einsichten in binnen- und außenwirtschaftliche Ursachen und Folgen gesamtwirtschaftlicher Instabilität (Inflation, Arbeitslosigkeit, Wachstumsschwäche, Konjunkturschwankungen).
- o Sie lernen konträre theoretische Ansätze zur Generierung von Wachstum bzw. zur Überwindung von Krisen kennen.

A3101 Nationale Wirtschaftspolitik
(Akhotmee)

- o Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Träger, Ziele und Instrumente staatlicher Wirtschaftspolitik.
- o Sie gewinnen Einsichten in die Möglichkeiten und Grenzen wirtschaftspolitischer Gestaltung angesichts sich wandelnder gesellschaftlicher und ökologischer Herausforderungen.
- o Sie werden befähigt, Folgewirkungen wirtschaftspolitischer Maßnahmen abzuschätzen und zu bewerten

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine besonderen Vorkenntnisse erforderlich

Inhalt

A2107 Einführung in die VWL und Mikroökonomie
(Bisani)



- o Entwicklung der VWL als Wissenschaft
- o Methoden wissenschaftlichen Arbeitens (Ebenen Betrachtungen der VWL, Theorien und Modelle etc.)
- o Einführung in die Grundlagen der Mikroökonomie (Wirtschaftssubjekte in einer Volkswirtschaft, Annahmen über das Verhalten der Wirtschaftssubjekte u. ä.)
- o Haushaltstheorie (insbesondere Individuelle Nutzenfunktion, optimaler Konsumplan, Nutzenmaximierung, Güternachfrage eines Haushalts, Substitutions- und Einkommenseffekte, Elastizitäten der Nachfrage)
- o Unternehmenstheorie (Produktionsfunktionen, Partielle und totale Faktorvariation, gewinnmaximaler Produktionsplan etc.)
- o Marktsichtweisen (Marktgleichgewicht, Total- und Partialmodelle etc.)
- o Marktversagen bei vollständiger Konkurrenz (staatliche Eingriffe, externe Effekte, Internalisierung externer Effekte, öffentliche Güter etc.)
- o Marktversagen bei unvollständiger Konkurrenz (Monopol, Oligopol, Spieltheorie etc.)
- o Besonderheiten des Arbeitsmarktes (Produzenten- und Konsumentenlohn, Abgabenkeil etc.)

A2108 Makroökonomische Theorien (Akhotmee)

- o Modelle und Modellprämissen (bspw. offene bzw. geschlossene Volkswirtschaft)
- o Gesamtwirtschaftliche Märkte (Güter-, Geld- u. Arbeitsmarkt)
- o (Neo-)Klassiker vs. Keynesianismus
- o Allokative Effizienz
- o Quantitatives und qualitatives Wachstum
- o Wachstumszyklen und konjunkturelle Schwankungen
- o Stabilisierungspolitische Konzeptionen
- o Verteilungsfragen

A3101 Nationale Wirtschaftspolitik (Akhotmee)



- o Grundlegende Probleme der Wirtschaftspolitik
- o Adam Smith - Der Wohlstand der Nationen
- o Historische Wirtschaftsordnungen:
 - Merkantilismus
 - Klassischer Liberalismus
 - Klassische Laissez-faire-Marktwirtschaft
 - Fehlentwicklungen
- o Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik
- o Bildungspolitik
- o Sozialpolitik
- o Europäische Union

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Besonderes

Ergänzend wird der vhb-Kurs „Wirtschaftspolitik“ angeboten

Empfohlene Literaturliste

Bofinger, P., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, Pearson Studium, München, 2007

Puhani, J., Volkswirtschaftslehre für Betriebswirte, 3. Auflage, Oldenbourg, München 2009

▶ **A2107 EINFÜHRUNG IN DIE VWL UND MIKROÖKONOMIE**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A2108 MAKROÖKONOMISCHE THEORIEN**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-09 COMPLIANCE UND VERTRAGSRECHT

Modul Nr.	A-09
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Josef Scherer
Kursnummer und Kursname	A2109 Compliance und Vertragsrecht
Lehrende	Klaus Fruth Bernhard Kreilinger Prof. Dr. Josef Scherer
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden grundlegende Kenntnisse in den Bereichen der Grundzüge der Rechtssysteme, der Gewaltenteilung, des Bürgerlichen Rechts und des Wirtschaftsprivatrechts sowie der Grundzüge von Governance, Management, Risk und Compliance inklusive Manager-Compliance erwerben und in die Lage versetzt werden, praxisrelevante Problemstellungen aus diesen Bereichen einer betrieblich organisatorischen Lösung, bei Standardproblemen unter Umständen sogar in Form von Verfahrensanweisungen zuzuführen.

Nach Absolvieren des Moduls *Schuldrecht* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden sind in der Lage, die behandelten Themen den jeweiligen Modulen eines zu implementierenden ganzheitlichen Governance-Managementssystem zuzuordnen und die Aufbau- und Ablauforganisation mit entsprechenden Schritten anzureichern.
- o Die Studierenden lösen Problemfälle über Business Continuity Management und über die Methode der richterlichen Falllösungsmethode.



- o Die Studierenden setzen das erworbene Wissen über Soll-Ist-Vergleiche und Handlungsempfehlungen um.
- o Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Sachverhalte und Aufgabenstellungen dem passenden Bereich im Unternehmen oder Umfeld zuzuordnen und die Schnittstellen zu anderen Funktionen zu erkennen.
- o Mittels SWOT-Analysen, Soll-Ist-Vergleichen, etc. sind die Studierenden in der Lage, Handlungsempfehlungen zur Steuerung von Governance-Risiken abzugeben.
- o Die Studierenden kennen die Methoden von Audits und orientieren sich bzgl. der einschlägigen Themen primär am „Aktuellen Stand von Gesetzgebung und Rechtsprechung (Compliance)“ und sekundär am „Anerkannten Stand von Wissenschaft und Praxis“. Dabei ziehen sie die ihnen dem Grunde nach bekannten Standards.
- o Die Studierenden sind in der Lage, unter Beachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen, die Vernetzung innerhalb der diversen Unternehmensfunktionen (Führungs-, Kern-, - und Unterstützungsprozess-themen) zu verstehen und eine entsprechende Architektur zu konzipieren und zu verbessern.
- o SWOT-Analysen und Soll-Ist-Vergleiche im Rahmen von praktischer Tätigkeit im Unternehmen (oder anhand von Case-studies ermöglichen dem Studierenden, im Berufsleben die Organisation von Unternehmen oder Teilbereichen zu verbessern.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang

Dieses Modul ist Teil der Gesamtreihe „Governance und Compliance“ (vgl. Anlage xy – „Wirtschaftsrecht“) bzw. im übergeordneten Modus „Governance, Management, Risk & Compliance“ in diesem Studiengang.

Zu den abgestimmten Lehrveranstaltungen „Risikomanagement“ in diesem Studiengang vgl. eigene Übersicht.

Im Übrigen baut dieses Modul auf die Lehrveranstaltung Kurs A2101 „Arbeitstechniken“ auf.

Auf dieses Modul A2109 „Schuldrecht“ und die oben genannten Lehrveranstaltungen bauen die Lehrveranstaltungen A3110 „Unternehmensrecht“, A6105 „Arbeits- und Sanierungsrecht“ und A6118 „Vertragsrecht- und Produkthaftung“ sowie A6110 „Produkthaftung, Vertrags- und Wettbewerbsrecht“ auf.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge

Das Modul „Unternehmensrecht“ kann in *allen* sonstigen technischen und betriebswirtschaftlichen Studiengängen verwendet werden, da das Wissen über



Governance und Compliance sowie die Rechte und Pflichten von Managern und sonstigen Führungskräften nahezu unverzichtbar für „ordentliches und gewissenhaftes“ Management ist.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

- o Die Inhalte des Moduls A-01 Kurs A2101 „Arbeitstechniken“ sollen parallel erarbeitet werden.
- o Darüber hinaus die Inhalte des Buches *Scherer/Fruth (Hrsg.), Stark in die Zukunft (2012)* und des Aufsatzes *Scherer, Good Governance und ganzheitliches, strategisches und operatives Management: Die Anreicherung des „unternehmerischen Bauchgefühls“ mit Risiko-, Chancen- und Compliancemanagement*, in: *Corporate Compliance Zeitschrift (CCZ)*, 6/2012, S. 201-211, in den Grundzügen.

Inhalt

1. Einführung in Governance, Management, Risk und Compliance
2. Einführung in Rechtssysteme und Tätigkeit von Legislative und Judikative
3. Governance, Risk und Compliance im Bereich Leistungserhebung und After Sales
 - 3.1. Vertragsmanagement und Vertragsarten
 - 3.1.1 Vertragsbeziehungen des Unternehmens
 - 3.1.2 Allgemeines zum Vertragsmanagement
 - 3.1.3 Grundzüge der formularmäßigen Vertragsgestaltung (Allgemeine Geschäftsbedingungen)
 - 3.1.4 Gestaltung von Formularverträgen im Einzelnen
 - 3.1.5 Qualitätssicherungsvereinbarungen
 - 3.1.6 Forderungsabsicherung im Vertrag
 - 3.1.7 Die Lösung von Verträgen
 - 3.1.8 Umsatzcontrolling
 - 3.1.9 Dokumentation
 - 3.1.10 Compliance- und Risikomanagement und Vertragswesen
 - 3.1.11 EDV-Einsatz und Softwarelösungen im Bereich des Vertragsmanagements
 - 3.1.12 Verhandlungstechniken
 - 3.2. Leistungserhebungs- und Leistungsstörungenmanagement
 - 3.2.1 Sachmängelhaftung
 - 3.2.2 Sonstige Pflichtverletzungen im Leistungsverhältnis
 - 3.3 Leistungserbringung und After Sales
 - 3.3.1 Leistungscontrolling
 - 3.3.2 Beschwerdemanagement
4. Produkthaftungsrecht



- 4.1 Einführung und Überblick
 - 4.2 Die vertragliche Sachmängelhaftung (seit 01.01.2002 neu - Schuldrechtsreform!)
 - 4.3 Die deliktische Produzentenhaftung nach § 823 I BGB
 - 4.4 Die Haftung nach dem ProdHaftG
 - 4.5 Risikoverringeringung durch Haftungsbeschränkungen
 - 4.6 Die Haftung des Zulieferers und des Teileherstellers
 - 4.7 Die Haftung des Montageunternehmers und des Systemlieferanten
 - 4.8 Die Haftung des Lizenznehmers
 - 4.9 Die Haftung des Quasiherstellers
 - 4.10 Die Haftung des Vertriebshändlers
 - 4.11 Die Haftung des Vertragshändlers
 - 4.12 Die Haftung des Importeurs
 - 4.13 Qualitätssicherungsvereinbarungen
 - 4.14 Der Rückruf
 - 4.15 Die betriebliche Dokumentation
 - 4.16 Die strafrechtliche Haftung von Mitarbeitern in Produkthaftungsfällen
 - 4.17 Die zivilrechtliche Haftung von Mitarbeitern in Produkthaftungsfällen
 - 4.18 Risikoverringeringung durch Produkthaftpflichtversicherungen
 - 4.19 Risikoverringeringung durch gesellschaftsrechtliche Gestaltungen
 - 4.20 Grundzüge der internationalen Produkthaftung
 - 4.21 Risikomanagement im Bereich der Produktfehlerhaftung
 - 4.22 Psychosoziales Krisenmanagement in der Produkthaftung
5. Internationale Bezüge der angesprochenen Bereiche 1-4

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Falllösungen anhand von Beispielen aus der (höchst-) richterlichen Rechtsprechung, Selbststudium, studentische Referate und Studienarbeiten.

Durch einen in der Lehrveranstaltung vermittelten und von Teilnehmern verstandenen multifunktionalen, interdisziplinären Ansatzes (Recht, BWL, Technik, Psychologie, Soziologie) werden den Teilnehmern unterschiedliche Sichtweisen und Erkenntnisse bzgl. der Subjekte und Objekte des (Wirtschafts-) Lebens sowie auch bzgl. der eigenen Person vertraut.

Die aufgrund der eingetretenen Globalisierung vermittelten Inhalte mit internationalen Bezug schulen den Teilnehmer, Themen im internationalem Kontext zu beleuchten (z.B. internationales Recht, internationale Standards (z.B. ISO/COSO/etc.).

Besonderes



Der Kurs enthält online-Anteile: z.B. BR-Alpha-Kurs Wirtschaftsrecht, Folgen 1-4, 10, 11

Empfohlene Literaturliste

Einführende Literatur

Scherer, Good Governance und ganzheitliches, strategisches und operatives Management: Die Anreicherung des „unternehmerischen Bauchgefühls“ mit Risiko-, Chancen- und Compliancemanagement, in: Corporate Compliance Zeitschrift (CCZ), 6/2012, S. 201-211.

Scherer/Fruth (Hrsg.), Stark in die Zukunft, 2011.

Scherer/Fruth (Hrsg.), Governance-Management (2014).

Scherer, Mühlbauer, Unterwiener, etc. al., Den Rücken frei: No risk, much fun! Praxiswissen Risiko- und Compliancemanagement, 2007.

Vorlesungsbegleitende Literatur

Führich, Wirtschaftsprivatrecht 12. Auflage, 2014 (S. 308-336, 351-370, 397-496).

Scherer, Fruth (Hrsg.): Leistungserbringungs-Management (mit Vertrags-Management, Leistungssteuerungs-Management, Produkthaftungsrisiko und –compliance-Management), 2015.

Vertiefende Literatur

Scherer/Fruth (Hrsg.): Compliance-Management (2014).

Scherer/ Fruth (Hrsg.), Geschäftsführer-Compliance, Praxiswissen zu Pflichten, Haftungsrisiken und Vermeidungsstrategien, 2009.

Scherer/ Fruth (Hrsg.), Gesellschafter-Compliance, Praxiswissen zu Pflichten, Haftungsrisiken und Vermeidungsstrategien, 2011.

Scherer, Friedrich, etc. al., Verträge – Praxiswissen, Vertragsmanagement, 2005.

Scherer, Friedrich, etc. al., Wer den Schaden hat... Unverzichtbares Praxiswissen zur Vermeidung der Produktfehlerhaftung, Band 1, 2. Auflage, 2006.

Scherer, Friedrich, etc. al., Wer den Schaden hat... Unverzichtbares Praxiswissen zur Vermeidung der Produktfehlerhaftung, Band 2, 2. Auflage, 2006.



A-10 WIRTSCHAFTSSPRACHE II

Modul Nr.	A-10
Modulverantwortliche/r	Tanja Mertadana
Kursnummer und Kursname	A2110 Wirtschaftssprache II
Lehrende	Dozenten/innen für AWP und Sprachen
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	halbjährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	2
ECTS	2
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 30 Stunden Gesamt: 60 Stunden
Prüfungsarten	Prüfung Sprachenzentrum / AWP, schr. P. 60 Min.
Dauer der Modulprüfung	60 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach Absolvieren des Moduls "Wirtschaftssprache II" haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- Studierende, die als "Wirtschaftssprache II" Englisch nehmen, haben die Kompetenzstufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER) noch nicht erreicht. Sie sollen in die Lage versetzt werden, ein breites Spektrum längerer und anspruchsvoller (Hör-)Texte aus dem Wirtschaftsbereich zu erfassen und sich spontan und fließend zu äußern bzw. Texte zu verfassen, in denen sie Englisch strukturiert in komplexen Sachverhalten gebrauchen.
- Studierende, die Englisch bereits mit einem C1-Niveau abgeschlossen haben und mit einer neuen Wirtschaftssprache beginnen, sollen lernen, sich im Alltag und in einfachen beruflichen oder Studiensituationen zurecht zu finden. Grundlegende Kenntnisse zur Landeskunde sollen gelegt werden und sie sollen Strategien vermittelt bekommen, wie sie selbstständig weiterlernen.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein weiterführendes Modul der "Wirtschaftssprache I" (A-05) sowie ein vorbereitendes Modul auf "Wirtschaftssprache III" (A-20).

Dieses Modul kann in den Studiengängen "Wirtschaftsinformatik" und "Volkswirtschaftslehre" eingesetzt werden.



Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Für weiterführende Sprachkurse muss die geforderte Sprachkompetenz vorliegen (durch z.B. erfolgreiche Belegung eines unteren Niveaus)

Inhalt

Die konkreten Inhalte können der entsprechenden Kursbeschreibung entnommen werden:

<https://www.th-deg.de/de/studierende/awp-sprachen/kursbeschreibungen#sprachen>

Sprachangebot:

- o **Chinesisch:** A1/1.-3. Teil
- o **Deutsch** (als Fremdsprache): A1/1.-3. Teil; A2/1.-3.; B1, B2, C1
- o **Englisch:** A1/1.-3. Teil; A2/1.-3.; B1, B2, C1
- o **Französisch:** A1/1.-3. Teil; A2/1.-3.; B1
- o **Italienisch:** A1/1.-3. Teil
- o **Portugiesisch:** A1/1.-3. Teil
- o **Russisch:** A1/1.-3. Teil
- o **Spanisch:** A1/1.-3. Teil; A2/1.-3.; B1, B2
- o **Tschechisch:** A1/1.-3. Teil

Das Angebot hängt besonders in seltener gelehrten Sprachen stark von der Nachfrage ab und kann von Jahr zu Jahr stark variieren.

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Besonderes

Die Kurse des Sprachenzentrums werden hochschulweit angeboten und können von allen Studierenden gewählt werden.

Empfohlene Literaturliste

Literaturempfehlungen können der entsprechenden Kursbeschreibung entnommen werden:



<https://www.th-deg.de/de/studierende/awp-sprachen/kursbeschreibungen>



A-11 MARKETING EINFÜHRUNG

Modul Nr.	A-11
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	A3102 Marketing Einführung
Lehrende	Bernhard Breu Prof. Dr. Henning Schulze
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Im Rahmen des Moduls lernen die Studierenden die Grundzüge des operativen Marketing kennen. Sie können verschiedene Definitionen und Aufgaben des Marketing im Allgemeinen differenzieren. Sie lernen verschiedene Güterarten (Konsumgüter, Investitionsgüter und Dienstleistungen) kennen. Der Schwerpunkt der anschließenden Inhalte des Moduls liegt im Bereich des Konsumgütermarketing. Sie können ausgewählte Entwicklungsstränge des Marketing unterscheiden. Sie sind sich des Eingebundenseins des Marketing in die Gesamtheit der betriebswirtschaftlichen Funktionen bewusst.

Nach Absolvieren des Moduls *Marketing Einführung* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden kennen die Grundlagen und die wichtigsten Entwicklungsstränge, die zur sogenannten Konsumentenverhaltensforschung zu zählen sind.
- o Sie erläutern ausgewählte Themen aus dem Bereich der strategischen Marketingplanung und ordnen diese ein.
- o Die Studierenden differenzieren Marketinginstrumentarbereiche.
- o Sie reflektieren die Interdependenzen des Einsatzes von Instrumenten in und zwischen den Instrumentarbereichen.



- o Sie erkennen und bewerten den Einsatz von Marketinginstrumenten in der Marketingpraxis.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein vorbereitendes bzw. unterstützendes Modul für das schwerpunktergänzende Wahlpflichtfach "Marketingpraxis" im 4. Semester. Weiter ist es ein vorbereitendes Modul für die Schwerpunkte "Dienstleistungsmanagement" und "Internationales Vertriebs- und Marketingmanagement".

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine

Inhalt

1. Allgemeine Grundlagen des Marketing

- 1.1. Definition und Merkmale des Marketingbegriffes
- 1.2. Aufgaben des Marketing
- 1.3. Ausgewählte Aspekte der Entwicklung
- 1.4. Formen des Marketing

2. Verhaltenswissenschaftliche und methodische Grundlagen des Marketing

- 2.1. Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen
- 2.2. Methodische Grundlagen

3. Informationsgrundlagen des Marketing - Marktforschung

- 3.1. Sekundäre Informationsquellen
- 3.2. Methoden der primären Datenerhebung
- 3.3. Auswahlverfahren

4. Segmentierung von Märkten

- 4.1. Begriff und Anforderung
- 4.2. Arten der Marktsegmentierung

5. Ausgewählte Marketing-Instrumente / Marketing-Instrumentarbereiche

- 5.1. Übersicht
- 5.2. Produktpolitik
- 5.3. Preispolitik
- 5.4. Kommunikationspolitik
- 5.5. Distributionspolitik
- 5.6. Marketing-Mix

6. Fallstudie

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung, Tutorium, Gruppenarbeiten

Besonderes



Gastvorträge zu ausgewählten Themenbereichen:

z.B.:

E-Commerce

Namensgebung für Markenprodukte

Panelmarktforschung

...

Empfohlene Literaturliste

Basisliteratur

Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 11. überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Gabler 2012

Meffert, H.; Burmann, Chr.; Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte-Instrumente-Praxisbeispiele, 11., überarb. u. erw. Auflage. Wiesbaden: Gabler, 2012

Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele, 11., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Gabler, 2012

Weis, H. Chr.: Marketing. 16., verbesserte und aktualisierte Auflage, Ludwigshafen: Kiehl, 2012

Nachschlagewerke

Diller, H. (Hrsg.), Vahlens großes Marketinglexikon, 2. Auflage, Vahlen, München, 2001

Tietz, B., Köhler, R., Zentes, J. (Hrsg.), Handwörterbuch des Marketing, Enzyklopädie der Betriebswirtschaftslehre, Bd.4, 2. Auflage, Schäffer-Pöschl, Stuttgart, 1995



A-12 MANAGEMENT: FÜHRUNG UND VERANTWORTUNG

Modul Nr.	A-12
Modulverantwortliche/r	Prof. Waldemar Berg
Kursnummer und Kursname	A3104 Personalführung A3105 Human Resource Management
Lehrende	Prof. Dr. Thomas Bartscher Stefan Kreh Prof. Dr. Falk Pössnecker Stephan Steinberger
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

In der Literatur zu neueren Konzeptionen des strategischen Managements herrscht Einigkeit darüber, dass die Mitarbeiter eines Unternehmens ein einzigartiges und kaum zu überschätzendes Erfolgspotenzial darstellen.

Führungskräfte können wesentliche Beiträge zur Erschließung dieses Potenzials leisten, wenn es ihnen gelingt, Führungs- und Arbeitsbeziehungen kompetent zu gestalten. Voraussetzung für die Gestaltung von Arbeitsbeziehungen ist die Fähigkeit, die Komplexität aufeinander bezogener Wahrnehmungen, Erwartungen und Handlungen in Organisationen zu erkennen, zu beschreiben und zu verstehen. Aus diesem Grund werden die Studierenden mit sozialwissenschaftlichen Bezugsrahmen und grundlegenden organisationspsychologischen Theorien vertraut gemacht.

Diese Theorien bilden die Basis für die Erkenntnis, dass Führungskräfte zwangsläufig mit vielfältigen gegensätzlichen Erwartungen konfrontiert werden und kreativ mit Rollendilemmata umgehen müssen. Sie fördern die Kompetenz, die Führungsrolle zu reflektieren, Sensibilität für die Wirkung eigener Handlungen zu entwickeln und Verantwortung für deren Konsequenzen zu übernehmen.



Um ein differenziertes Verständnis von Leistungszusammenhängen in Unternehmen zu gewinnen, ist es nötig, die individuelle und interaktionsbezogene Perspektive durch einen umfassenden Ansatz zur Analyse und Gestaltung von Organisationsstrukturen, Prozessen und Aufgaben zu ergänzen. Aus diesem Grund werden die Studierenden u. a. mit dem "Performance Improvement"-Ansatz vertraut gemacht. Die Kenntnis und Anwendung des Ansatzes befähigt sie zur Leistungsverbesserung auf unterschiedlichen Ebenen des Unternehmens. Ausgangspunkt ist die Annahme, dass sich die Wahrscheinlichkeit individueller Leistungsbeiträge durch die Formulierung von Zielen, das Einfordern und Geben von Rückmeldungen und die Herstellung förderlicher Strukturen und Prozesse deutlich erhöht.

Aufgabe des Human Resources Management (HRM) ist es, Führungskräfte bei der Gestaltung von Führungs- und Leistungszusammenhängen zu unterstützen. Ausgehend von strategischen Vorgaben entwickelt das HRM Instrumente und Techniken, die Führungskräfte nutzen, um ihre Führungsaufgaben professionell zu erledigen. Aus diesem Grund erwerben die Studierenden Fähigkeiten und Fertigkeiten, die es ihnen ermöglichen, verschiedene HR Instrumente einzuordnen und anzuwenden (Personalbeschaffung und -auswahl, Mitarbeitergespräche und Mitarbeiterbeurteilung, Personalentwicklung etc.).

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls die folgenden Lernziele erreicht:

- o Sie erkennen wesentliche Herausforderungen und Anforderungen der praktischen Unternehmens- bzw. Personalarbeit.
- o Sie sind mit der Personalprozesskette vertraut und können die einzelnen Funktionen des HRM in diese einordnen.
- o Die Studierenden haben einen Überblick über wichtige personalpolitische Aufgaben im Unternehmen. Sie können HR-Ansätze und -Instrumente einordnen, kritisch reflektieren, evaluieren und in Bezug zueinander setzen.
- o Das gewonnene HR Basiswissen befähigt sie dazu, praktische personalwirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und zu interpretieren. Darüber hinaus haben sie die Kompetenz, auf Basis von (Praxis-)Beispielen personalwirtschaftliche Handlungsmöglichkeiten zu generieren und zu bewerten.
- o Die Studierenden erkennen, warum es wichtig ist, sozialpsychologische Aspekte in der Personalarbeit zu beachten. Sie verstehen Personalführung als interdisziplinäres Themengebiet.
- o Sie haben die Kompetenz, die Führungsrolle zu reflektieren und zu gestalten und kennen wichtige Führungstheorien und -modelle.
- o Sie sind in der Lage, Probleme der Führungspraxis vor dem Hintergrund gruppenspezifischer Erkenntnisse zu analysieren.



- o Sie haben sich mit wesentlichen Kommunikations- und Motivationstheorien auseinander gesetzt. Sie können diese Theorien bewerten und auf Praxisfälle anwenden.
- o Die Studierenden sind mit dem Delegationsprozess sowie mit Ebenen und Dimensionen der Verantwortung vertraut. Sie haben die Fähigkeit, Probleme die aus dem Phänomen der Verantwortungsverschiebung resultieren, zu analysieren.
- o Die Studierenden erwerben die Kompetenz, Leistungszusammenhänge auf unterschiedlichen Ebenen zu analysieren und zu verändern.
- o Sie sind mit dem Konzept des Performance Management vertraut und können es nutzen, um Praxisfälle zu analysieren und zu bewerten.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein vorbereitendes bzw. unterstützendes Modul für das schwerpunktergänzende Wahlpflichtfach "Management Schlüsselqualifikationen" im 3. bzw. 4. Semester. Weiter ist es ein vorbereitendes Modul für die Schwerpunkte "Dienstleistungsmanagement".

Das Modul kann in den Studiengängen "International Mangement" eingesetzt werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

Inhalt

1. HRM als Teil der Unternehmensführung
2. Der HR-Prozess
 - 2.1 Personalplanung
 - 2.2 Personalmarketing, Personalgewinnung und Personalauswahl
 - 2.3 Personaleinsatz, Arbeitszeit und Arbeitsgestaltung
 - 2.4 Performance Management, Personalentwicklung und Vergütung
 - 2.5 Personalaustritt
3. Organizational Behavior
 - 3.1 Rolle und Aufgaben einer Führungskraft
 - 3.2 Führungstheorien



3.3 Gruppe

3.4 Kommunikation

3.5 Motivation

3.6 Delegation und Verantwortung

4. HR und IT, HR Controlling

Lehr- und Lernmethoden

- o Seminaristischer Unterricht
- o Moderierte Diskussion
- o Lehrgespräche
- o Gruppenarbeit
- o Fallstudienarbeit
- o Die theoretischen Ansätze, die im Zusammenhang mit „Gruppe und Team“ diskutiert werden, können auf das erfahrungsorientierte Lernen während der Orientierungstage „Teambuilding mit Outdoor“ bezogen werden.
- o Virtuelle Lehre auf Basis des Lehrmoduls vhb: „Einführung in das Human Resource Management“ (Bartscher/Waldmann)

Empfohlene Literaturliste

Bartscher, T., Stöckl, J., Träger, T., Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. München, 2012

Bartscher, T., Huber, A., Praktische Personalwirtschaft, 2. vollst. überarb. Auflage, Wiesbaden, 2007

Bartscher, T., Waldmann, R., vhb-Modul-Einführung in das Human Resource Management

Bartscher, T. und Frick, J., Einführung in das HR-Management, Schriftlicher Lehrgang HR-Management, Lektion 1, Haufe Akademie GmbH, Freiburg, 2008

Bartscher, T. und Frick, J., Artikel: Rückmeldung geben, Rückmeldung leben, erschienen in Profirma 03/2009, S.76 -79, 2009

Bartscher, T. und Frick, J., Artikel: Ziele und Zielvereinbarungen, erschienen in Profirma 02/2009, S.68 -71, 2009

Comelli, G., Rosenstiel, L.v., Führung durch Motivation, 4., überarbeitete Aufl., München, 2009



Eisele, D., Doyé, T., Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre: Wertschöpfungskette Personal, 7. Aufl., Stuttgart, 2010

Gaugler, E. et al. (Hrsg.), Handwörterbuch des Personalwesens, 3. Aufl., Stuttgart, 2004

König, O., Schattenhofer, K., Einführung in die Gruppendynamik, Heidelberg, 2012

Kälin, F., Müri, P., Sich und andere führen, 15. Auflage, Thun, 2005

Quick, J. C., Nelson, D., L., Principles of Organizational Behavior, 8th ed., Boston et al. 2013

Rosenstiel, L.v., Nerdinger, F. W., Grundlagen der Organisationspsychologie, 7. überarbeitete Aufl., Stuttgart, 2011

Rosenstiel, L.v., Regnet, E., Domsch, M., Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 6. Auflage, Stuttgart, 2009

Scholz, C., Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, 6. Aufl., München, 2013

Schuler, H., Psychologische Personalauswahl: Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung, 4. überarbeitete Aufl., Göttingen, 2014

Steiger, T., Lippmann, E., Handbuch angewandte Psychologie für Führungskräfte, Band 1, und 2, 4. überarbeitete Aufl., Berlin, 2013

Schulz von Thun, F., Miteinander reden, Band 1: Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation, Reinbek, 48. Aufl., 2010

Ulrich, D., The Future of Human Resource Management, San Francisco, 2005

▶ **A3104 PERSONALFÜHRUNG**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A3105 HUMAN RESOURCE MANAGEMENT**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-13 MANAGEMENT SOZIALER SYSTEME

Modul Nr.	A-13
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Kursnummer und Kursname	A3106 Organisationstheorie A3107 Organisationsentwicklung in der Praxis
Lehrende	Marina Miedl Prof. Dr. Falk Pössnecker
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	LN, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

In der Literatur zur strategischen Unternehmensführung herrscht Einigkeit darüber, dass die in einer Organisation arbeitenden Menschen zum einzigartigen, nicht imitierbaren Erfolgspotenzial werden können. Wenn dieses Potenzial entwickelt und zur Entfaltung gebracht werden soll, ist es notwendig, das Erleben und Handeln von Menschen in Organisationen zu verstehen und zu erklären. Entscheidende Beiträge hierzu leisten die Verhaltenswissenschaften. Damit die Teilnehmer erlernen, verhaltenswissenschaftliche Forschungsansätze und Erkenntnisse einzuordnen, ist es wichtig, mit den Annahmen der ihnen zu Grunde liegenden wissenschaftstheoretischen Bezugsrahmen vertraut zu sein.

Nach Absolvieren des Moduls *Management sozialer Systeme* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden verfügen über Kenntnisse über wissenschaftstheoretische Bezugsrahmen verhaltenswissenschaftlicher Forschung.
- o Sie betrachten und analysieren Unternehmen als soziale Systeme.
- o Die Studierenden verstehen ausgewählte Ansätze der Verhaltenswissenschaften (insbesondere Ansätze der Organisationspsychologie).



- o Sie setzen sich kritisch mit den Ergebnissen verhaltenswissenschaftlicher Forschung auseinander.
- o Sie zeigen ein vertieftes Verständnis menschlichen Erlebens und Handelns in Organisationen.
- o Die Studierenden verstehen, analysieren und beeinflussen in der beruflichen Praxis organisationale Zusammenhänge.
- o Sie sind in der Lage, den managementbezogenen und unternehmerischen Herausforderungen ihrer späteren Tätigkeit gerecht zu werden.
- o Die Studierenden haben einen Einblick in die wissenschaftstheoretischen und empirischen Ansätze zur Erklärung des sozialen Systems der Unternehmensführung.
- o Sie kennen die branchenunabhängigen und funktionsübergreifenden Aufgaben und Instrumente des Managements bei der Steuerung von Unternehmungen als Ganzes und stellen einen Theorie-Praxistransfer her.
- o Die Studierenden haben einen Überblick über bedeutsame organisatorische Gestaltungselemente, was durch Analyseschemata (Modelle), die Ausschnitte realer Gegebenheiten abbilden, unterstützt wird.
- o Die Studierenden analysieren und planen die Wirkungsweise eines integrierten Planungs-, Steuerungs- und Kontrollsystems (Führungssystems) zur nachhaltigen Sicherung der Existenz einer Unternehmung, sowie zur Anwendung moderner Managementkonzepte.
- o Die Studierenden bearbeiten umfassende Fallstudien anhand erlernter Methoden.
- o Sie zeigen bei der Bewältigung der Aufgaben Methoden der Arbeitsteilung und Koordination.
- o Sie kennen Performance Improvement Ansatz, Prozessmanagement (z.B. Entwicklungsprozesse, Marketingprozesse) sowie Change Management.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein vorbereitendes bzw. unterstützendes Modul für das schwerpunktergänzende Wahlpflichtfach "Management Schlüsselqualifikationen" im 3. bzw. 4. Semester. Weiter ist es ein vorbereitendes Modul für die Schwerpunkte "Dienstleistungsmanagement".

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine



Inhalt

Grundlagen

1. System, soziale Systeme, Konstituenten sozialer Systeme
2. Systemtheoretische Grundannahmen und Methoden
 - 2.1. Definition - Organisationspsychologie
 - 2.2. Herausforderungen der Organisationspsychologie
 - 2.3. Organisationstheorien
 - 2.4. Grundlagen der Sozialpsychologie
3. Stereotyp & Vorurteile
4. Soziale Wahrnehmung
5. Kommunikation
6. Klassische Sozialpsychologische Experimente

Individuum

1. Individuum & Organisation
2. Kompetenzen
3. Persönlichkeitstheorien
4. Führungstheorien
5. Personalauswahl

Gruppe

1. Definition
2. Gruppe & Organisation
3. Normen / Kohäsion
4. Teamentwicklung
5. formelle / informelle Strukturen und Prozesse
6. Gruppenarbeit

Organisation

1. Definition



2. Betriebsklima / Organisationsklima
3. Unternehmenskultur
4. Organisationsdiagnostik
5. Motivation als Interaktion von Person und Situation
6. Arbeitszufriedenheit und Organisation
7. Organisationales Lernen
8. Change Management

Lehr- und Lernmethoden

Seminar, Fallstudien, Beobachtungsübungen, Aufarbeiten und Darstellen sozialpsychologischer Konzepte die anschließend gesamthaft der Gruppe präsentiert (10 Min.) und im Plenum diskutiert werden.

Besonderes

VHB-Kurs: Grundlagen der Organisation

Empfohlene Literaturliste

Ansfried, Weinert (2004) Organisations- und Personalpsychologie, Weinheim: Beltz.

Barmbgerger, Ingolf (Hrsg.) (2002): Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen – Prozesse – Methoden, 3. Auflage, Wiesbaden: Gabler.

Bartscher, Thomas; Stöckl, Juliane (2011): Veränderungen erfolgreich managen: Ein Handbuch für interne Prozessberater, München [u. a.]: Haufe.

Bernd, Marcus (2011): Einführung in die Arbeits- und Organisationspsychologie, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bornewasser, Manfred (2009): Organisationsdiagnostik und Organisationsentwicklung, 1. Auflage, Stuttgart: Kohlhammer.

Kals, Elisabeth (2006): Arbeits- und Organisationspsychologie, Weinheim: Beltz.

Kirchler, Erich (Hsg.) (2005): Arbeits- und Organisationspsychologie, Wien: WUV.

König, Eckard; Volmer, Gerda (2008): Handbuch Systemische Organisationsberatung, 1. Auflage, Weinheim [u.a.]: Beltz.



- Nerdinger, Friedemann; Blickle, Gerhard; Schaper, Niclas (2008): Arbeits- und Organisationspsychologie, Heidelberg: Springer.
- Schuler, Heinz (2005): Lehrbuch der Personalpsychologie, Göttingen: Hogrefe.
- Schuler, Heinz (Hrsg.) (2007): Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern: Verlag Hans Huber.
- Titze, Wolfgang (2003): Neue Wege finden: Praktische Erfahrungen mit einem systemischen Veränderungsprozess, 1. Auflage, Eschborn: RKW.
- Turck, Daniela; Faerber, Yvonne; Zielke, Christian (2007): Coaching als Instrument der Personal- und Organisationsentwicklung, 1. Auflage, Stuttgart: Kohlhammer.
- Vahs, Dietmar (2005): Einführung in die Organisationstheorie- und praxis, 5. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Von Ameln, Falko; Kramer, Josef (2007): Organisationen in Bewegung bringen: Handlungsorientierte Methoden für die Personal-, Team- und Organisationsentwicklung, 1. Auflage, Heidelberg: Springer.
- Von Rostenstil, Lutz (2007): Grundlagen der Organisationspsychologie, 6. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Wellhöfer, Peter (1993) : Gruppendynamik und soziales Lernen – Theorie und Praxis der Arbeit
- Wiswede, Günter (2004): Sozialpsychologielexikon; München: ; Oldenbourg.

Literatur zum organisationalen Lernen

- Argyris, C. / Schön, D. (1999): Die lernende Organisation. Grundlagen, Methode, Praxis. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Becker/Langosch (2002), Produktivität und Menschlichkeit. Organisationsentwicklung und ihre Anwendung in der Praxis, Stuttgart.
- Treude, B. (Hrsg.) (1981) Organisationsentwicklung - Praxismodelle aus der Bundesrepublik Deutschland, Hamburg
- Comelli, G.(1985) Training als Beitrag zur Organisationsentwicklung, München, Wien
- Doppler, Klaus / Lauterburg, Christoph (1994): Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten. Frankfurt / New York: Campus Verlag
- Fatzer, G.(2005) Nachhaltige Transformationsprozesse in Organisationen, Köln.
- Fatzer, G. (1996) OE für die Zukunft. 3. A. 2004, Bergisch Gladbach.
- Fischer, Hans Rudi (1993): Die unsichtbare Hand in Organisationen. Ein Beitrag zur systemischen Managementphilosophie. In: Gester, Peter-W. / Heitger, Barbara /



Schnitz, Christof (Hg.) (1993): Managerie. 2. Jahrbuch. Systemisches denken und Handeln im Management. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme Verlag. 16-48.

Fischer, Hans-Rudi (2002c) Coaching: Nichts für Vorgesetzte? Möglichkeiten und Grenzen aus systemischer Sicht. Aufsatz. Verfügbar unter:
<http://www.hrudifisch.de/html./coaching/COACHING.html> [Stand: 02.08.2

Pössnecker, Falk (1993): Ein Workshop-Konzept zur Optimierung von Arbeitsabläufen und Kommunikationsstrukturen. In: Organisationsentwicklung 4/93.

Pössnecker, Falk (2005): Beiträge der systemischen Familientherapie zum organisationalen Lernen. Regensburg: Roderer

Scherf-Braune, Sandra (2000): Organisationales Lernen: Ein systemisches Modell und seine Umsetzung. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag. (Zugl.: Berlin: Techn. Univ., Diss., 1999).

Schön, Donald A. (1999): Die lernende Organisation. Grundlagen, Methode, Praxis. Stuttgart: Klett-Cotta.

Senge, P. (1993): Die fünfte Disziplin – die lernfähige Organisation/ in: Fatzer, G. Organisationsentwicklung für die Zukunft. Köln

Wagner, M., Waldmann, R.: Vom Outdoor-Training zur Teamentwicklung, in: e&I 1/2004, S. 6 – 11.

Waldmann, R.; Schulze, H. : Vorlesungsunterlagen zum Thema Organisationentwicklung, Hochschule Deggenndorf, Sommersemester 2008

▶ **A3106 ORGANISATIONSTHEORIE**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A3107 ORGANISATIONSENTWICKLUNG IN DER PRAXIS**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-14 UNTERNEHMENSBESTEUERUNG UND BILANZSTEUERRECHT

Modul Nr.	A-14
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ralf Alefs
Kursnummer und Kursname	A3108 Unternehmensbesteuerung und Bilanzsteuerrecht
Lehrende	Prof. Dr. Ralf Alefs Sabrina Paßberger Prof. Dr. Petra Plininger
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Unternehmerische Entscheidungen können häufig nur unter Einbezug der steuerlichen Folgen getroffen werden. Außerdem sind Grundkenntnisse im Steuerrecht notwendig, um im Managementbereich gegenüber Banken, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern sachkundig und fundiert auftreten zu können.

Ziel ist, die Grundlagen im Bereich der Einkommenseuer sowie der Besteuerung der Personengesellschaften, u.a. die Besonderheiten der GmbH und Co. KG sowie der Betriebsaufspaltung und der Verlustverrechnungsmöglichkeiten innerhalb der verschiedenen Einkunftsarten zu ermitteln.

Nach Absolvieren des Moduls *Unternehmensbesteuerung und Bilanzsteuerrecht* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Konsequenzen der Unternehmensbesteuerung bei Personengesellschaften unter steuerlichen Gesichtspunkten zu bewerten und fundierte Entscheidungen innerhalb dieses Bereichs zu treffen.
- o Die Studierenden erkennen bilanzpolitische Spielräume.



- o Die Studierenden stellen die die Grundlagen im Bereich Körperschaftssteuer dar.
- o Die Studierenden markieren den Beginn und die Beendigung der Steuerpflicht und ermitteln das zu versteuernde Einkommen.
- o Die Studierenden erläutern die Körperschaften, die offenen und verdeckten Gewinnausschüttungen mit Bezug zu den möglichen Ausschüttungsvarianten (Abgeltungssteuer/Teileinkünfteverfahren).
- o Die Studierenden charakterisieren die Grundkenntnisse im Bereich der Gewerbesteuer.
- o Die Studierenden sind in der Lage, den gesamten ertragssteuerlichen Bereich der gängigen Rechtsformen zu beherrschen.
- o Die Studierenden sind mit den umsatzsteuerlichen Grundkenntnissen vertraut.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein vorbereitendes bzw. unterstützendes Modul für das schwerpunktergänzende Wahlpflichtfach "Vertiefung Ertragssteuern und Umsatzsteuer" im 3. bzw. 4. Semester. Weiter ist es ein vorbereitendes Modul für die Schwerpunkte "Steuern und Wirtschaftsprüfung".

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Inhaltlich ist das Modul A-03 "Rechnungswesen" empfohlene Voraussetzung

Inhalt

Im Einzelnen setzt sich diese Veranstaltung mit folgenden Themen auseinander:

1. Einkommensbesteuerung
 - Beschränkte und unbeschränkte Einkommensteuerpflicht
 - Einkunftsarten unter besonderer Berücksichtigung der Einkünfte aus Gewerbebetrieb
 - Einkünfte aus Kapitalvermögen mit Schwerpunkt Ausschüttung, Gewinnausschüttung aus gewerblichen Unternehmen
 - Gewinnermittlungsarten, wie Betriebsvermögensvergleich und Gewinnermittlung nach § 4 Abs. 3
2. Bilanzierungsgrundlagen
 - Allgemeine Bewertungsvorschriften nach Einkommensteuerrecht und Handelsgesetzbuch
 - Anschaffungskosten
 - Herstellungskosten
 - Bilanzierung und Bewertung einzelner Bilanzpositionen wie Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Rückstellungen, Verbindlichkeiten



3. Grundlagen weiterer Steuerarten

- Körperschaftsteuer
- Gewerbesteuer
- Umsatzsteuer

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Fallbearbeitungen

Empfohlene Literaturliste

Steuergesetze , aktuelle Auflage

Handelsgesetz, aktuelle Auflage

Alefs, Herre, Neugebauer, Die Umsatzsteuer im internationalen Geschäftsverkehr, 8. Auflage, 2014

Alefs, Gewinnus, Ertragsteuern 2011

Blödtner, Bilke, Heining, Lehrbuch Buchführung und Bilanzsteuerrecht, 10. Auflage, 2013

Bornhofen, Steuerlehre 2 , 34. Auflage, 2014

Grefe, Unternehmenssteuern, 17. Auflage, 2014

Meyer, Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, 25. Auflage, 2014

Niehus, Wilke, Die Besteuerung der Personengesellschaften, 6. Auflage, 2013



A-15 UNTERNEHMENSRECHT UND GOVERNANCE

Modul Nr.	A-15
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Josef Scherer
Kursnummer und Kursname	A3110 Unternehmensrecht und Governance
Lehrende	Claus-Peter Faul Klaus Fruth Prof. Dr. Josef Scherer Dr. Michael Weber
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Die Teilnehmer sollen in den Bereichen Handels- und Gesellschaftsrecht inklusive Manager- (Vorstand, Geschäftsführer, Aufsichtsrat, Kaufmann) Compliance sowie gewerblicher Rechtsschutz grundlegende Kenntnisse erwerben und in die Lage versetzt werden, praxisrelevante Problemstellungen aus diesen Bereichen einer betrieblich organisatorischen Lösung, bei Standardproblemen unter Umständen sogar in Form von Verfahrensanweisungen zuzuführen. Darüber hinaus wird erwartet, dass der Student nach Absolvierung dieses Moduls die Inhalte mit eigenen Worten verständlich erklären kann.

Nach Absolvieren des Moduls *Unternehmensrecht* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden sind in der Lage, einen zu implementierenden ganzheitlichen Governance- Managementsystem zu charakterisieren und die Aufbau- und Ablauforganisation mit entsprechenden Schritten anzureichern.
- o Die Studierenden lösen Problemfälle über die Methode der richterlichen Falllösungsmethode.



- o Die Studierenden setzen das erworbene Wissen über Soll-Ist-Vergleiche und Handlungsempfehlungen in Unternehmen um.
- o Die Studierenden haben die Fähigkeit, Sachverhalte und Aufgabenstellungen dem passenden Bereich im Unternehmen oder Umfeld zuzuordnen und die Schnittstellen zu anderen Funktionen zu erkennen.
- o Mittels SWOT-Analysen, Soll-Ist-Vergleichen, etc. sind die Studierenden in der Lage, Handlungsempfehlungen zur Steuerung von Governance-Risiken abzugeben.
- o Die Studierenden kennen die Methoden von Audits und orientieren sich bzgl. der einschlägigen Themen primär am „Aktuellen Stand von Gesetzgebung und Rechtsprechung (Compliance)“ und sekundär am „Anerkannten Stand von Wissenschaft und Praxis“. Dabei ziehen sie die ihnen dem Grunde nach bekannten Standards (Regelwerken (internationaler) institutionalisierter Sachverständigen-Gremien) (z.B. DIN/ISO/COSO/IDW/etc.) heran.
- o Die Studierenden sind in der Lage, unter Beachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen, die Vernetzung innerhalb der diversen Unternehmensfunktionen (Führungs-, Kern-, - und Unterstützungsprozess-themen) zu verstehen und eine entsprechende Architektur zu konzipieren und zu verbessern.
- o SWOT-Analysen und Soll-Ist-Vergleiche im Rahmen von praktischer Tätigkeit im Unternehmen (oder anhand von Case-studies ermöglichen dem Studierenden, im Berufsleben die Organisation von Unternehmen oder Teilbereichen zu verbessern.
- o Die Studierenden reflektieren die Thematik im internationalen Kontext (z. B. internationales Recht, internationale Standards).

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang

Auf dieses Modul „Unternehmensrecht und Governance“ und die oben genannten Lehrveranstaltungen bauen die Lehrveranstaltungen A6105 „Arbeitsrecht und Business Continuity“ und A6118 „Compliance im Einkauf“ auf.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge

Das Modul „Unternehmensrecht und Governance“ kann in *allen* sonstigen technischen und betriebswirtschaftlichen Studiengängen verwendet werden, da das Wissen über Governance und Compliance sowie die Rechte und Pflichten von Managern und sonstigen Führungskräften nahezu unverzichtbar für „ordentliches und gewissenhaftes“ Management ist.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen



Dieses Modul baut auf die Lehrveranstaltungen Kurs A2101 „Arbeitstechniken“ und A2109 „Compliance und Vertragsrecht“ auf.

Darüber hinaus auf die Inhalte des Buches *Scherer/Fruth (Hrsg.), Stark in die Zukunft* (2012) und des Aufsatzes *Scherer, Good Governance und ganzheitliches, strategisches und operatives Management: Die Anreicherung des „unternehmerischen Bauchgefühls“ mit Risiko-, Chancen- und Compliancemanagement*, in: *Corporate Compliance Zeitschrift (CCZ)*, 6/2012, S. 201-211, in den Grundzügen.

Inhalt

- 1. Der gewissenhafte und ordentliche Kaufmann und Unternehmer - Handelsrecht**
 - 1.1 Governance II: Grundsätze ordnungsgemäßer Unternehmensführung (GoU)
 - 1.2 Übersicht über das HGB
 - 1.3 Der Kaufmannsbegriff
 - 1.4 Grundsätze der Firmenbildung/Firmenfortführung
 - 1.5 Das Handelsregister
 - 1.6 Das besondere Handelsgeschäft "Handelskauf" gem. § 373 ff HGB
- 2. Führungsprozess Themen unter Governance- und Compliance-Gesichtspunkten**
 - 2.1 Grundsätze ordnungsgemäßer Unternehmensüberwachung (GoÜ) – Planung/Strategie/Steuerung und Überwachung (Governance III)
 - 2.2 Rechtssichere Unternehmensorganisation
- 3. Governance in diversen Gesellschaftsformen (Gesellschaftsrecht)**
 - 3.1 Interaktion der Organe (Governance I)
 - 3.2 Recht der Personengesellschaften
 - 3.3 Recht der Kapitalgesellschaften
 - 3.4 Gesellschaftsrechtliche Compliance inkl. Unternehmensnachfolge und Mergers & Aquisitions
 - 3.5 Managerhaftung (GmbH-Geschäftsführer-Compliance)/Vorstands- und Aufsichtsrats-Compliance
 - 3.6 Unternehmensrisikokoffer
- 4. Gewerblicher Rechtsschutz und Intellectual Property – „IP Compliance“ mit Wettbewerbs- und Kartellrecht**
 - 4.1 Wirtschaftliche Bedeutung von gewerblichen Schutzrechten
 - 4.2 Grundzüge des gewerblichen Schutzrechts
 - 4.3 Eigenes Schutzrechtsportfolio
 - 4.4 Pro-aktives Umgehen mit Schutzrechten von Wettbewerbern/Riskmanagement
 - 4.5 Verfolgung von Schutzrechtsverletzungen durch Wettbewerber
 - 4.6 Abwehr von gerichtlichen Ansprüchen von Wettbewerbern



- 4.7 Wettbewerbsrecht
- 4.8 Kartellrecht

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Falllösungen anhand von Beispielen aus der (höchst-) richterlichen Rechtsprechung, Selbststudium, studentische Referate und Studienarbeiten.

Durch einen in der Lehrveranstaltung vermittelten und von Teilnehmern verstandenen multifunktionalen, interdisziplinären Ansatzes (Recht, BWL, Technik, Psychologie, Soziologie) werden den Teilnehmern unterschiedliche Sichtweisen und Erkenntnisse bzgl. der Subjekte und Objekte des (Wirtschafts-) Lebens sowie auch bzgl. der eigenen Person vertraut.

Besonderes

- o Das Modul enthält virtuelle Anteile
- o Exkursionen

Empfohlene Literaturliste

Einführende Literatur

Scherer, Good Governance und ganzheitliches, strategisches und operatives Management: Die Anreicherung des „unternehmerischen Bauchgefühls“ mit Risiko-, Chancen- und Compliancemanagement, in: Corporate Compliance Zeitschrift (CCZ), 6/2012, S. 201-211.

Scherer/Fruth (Hrsg.), Stark in die Zukunft, 2011.

Scherer/Fruth (Hrsg.), Governance-Management Band 1 (2014).

Scherer/Fruth (Hrsg.), Governance-Management Band2 (2015).

Scherer/Fruth (Hrsg.), Anlagenband zu Governance-Management Band 2 (2015).

Vorlesungsbegleitende Literatur

Führich, Wirtschaftsprivatrecht.

Scherer, Skript zum Handelsrecht

Vertiefende Literatur

Scherer/Fruth (Hrsg.): Handbuch: Integriertes Managementsystem (IMS), 2018

Scherer/Fruth (Hrsg.): Handbuch: Integriertes Qualitäts-Managementsystem, 2018

Scherer/Fruth (Hrsg.): Handbuch: Integriertes Compliance-Managementsystem, 2018



Scherer/Fruth (Hrsg): Handbuch Integriertes Product-Compliance-,
Vertragsmanagement und Qualitätsmanagement, 2018.

Scherer/ Fruth (Hrsg.), Geschäftsführer-Compliance, Praxiswissen zu Pflichten,
Haftungsrisiken und Vermeidungsstrategien, 2009.

Scherer/ Fruth (Hrsg.), Gesellschafter-Compliance, Praxiswissen zu Pflichten,
Haftungsrisiken und Vermeidungsstrategien, 2011.

Scherer, Grziwotz, Kittl, Praxis des gewerblichen Rechtsschutzes und des
Wettbewerbsrechts, 2006.



A-16 ALLGEMEINWISSENSCHAFTLICHES WAHLPFLICHTMODUL (AWP)

Modul Nr.	A-16
Modulverantwortliche/r	Tanja Mertadana
Kursnummer und Kursname	Z6100 AWP
Lehrende	Dozenten/innen für AWP und Sprachen Prof. Dr. Falk Pössnecker Rudolf Stettmer
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	halbjährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Wahlfach
Niveau	undergraduate
SWS	2
ECTS	2
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 30 Stunden Gesamt: 60 Stunden
Prüfungsarten	Klausur, StA, LN mündlich, Prüfung Sprachenzentrum / AWP
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Durch das AWP-Modul sind Studierende in der Lage, Kenntnisse und Fertigkeiten in Themenbereichen zu erwerben, die über den gewählten Studiengang hinausgreifen, sog. Studium Generale.

Nach Absolvieren des allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmoduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden haben Einblick in die Themen, Methodiken und Denkweisen allgemeinwissenschaftlicher Fachgebiete.
- o Sie fördern ihre Schlüsselqualifikationen wie bspw. Teamfähigkeit, Rhetorik, Sprachen, etc.
- o Sie beurteilen interdisziplinäre bzw. fächerübergreifende Themenstellungen und Anwendungen.
- o Sie erweitern ihre interkulturellen und sozialen Kompetenzen

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen



Einsatz in anderen Studiengängen möglich, sofern es keine thematischen Überschneidungen gibt.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Für weiterführende Sprachkurse muss die geforderte Sprachkompetenz vorliegen (durch z.B. erfolgreiche Belegung eines unteren Niveaus).

Inhalt

Die Kursinhalte betreffen vor allem folgende Bereiche:

1. Sprachlicher Bereich
2. Didaktisch-pädagogischer Bereich
3. Gesellschaftswissenschaftlicher Bereich
4. Psychologisch-soziologischer Bereich
5. Technisch naturwissenschaftlicher Bereich
6. Philosophisch-sozialethischer Bereich
7. Betriebswirtschaftlicher Bereich (nicht für Studiengänge der Fakultät BWL/WI)

Die Studierenden können innerhalb des Wahlpflichtangebotes ihre Kurse selbst auswählen und so neigungsorientiert die Kenntnisse vertiefen.

Die konkreten Inhalte können der entsprechenden Kursbeschreibung entnommen werden:

<https://www.th-deg.de/de/studierende/awp-sprachen/kursbeschreibungen>

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Besonderes

Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtfächer dürfen keine thematischen Überschneidungen mit dem eigentlichen Studiengang haben. Diese werden an der Technischen Hochschule Deggendorf zentral durch das AWP- und Sprachenzentrum angeboten. Das Angebot ist weit gefächert. Studierende können sowohl Präsenzkurse als auch Kurse der virtuellen Hochschule Bayern (VHB) auswählen.

Empfohlene Literaturliste



Literaturempfehlungen können der entsprechenden Kursbeschreibung entnommen werden:

<https://www.th-deg.de/de/studierende/awp-sprachen/kursbeschreibungen>

▶ **Z6100 AWP**

Prüfungsarten

Prüfung Sprachenzentrum / AWP



A-17 MANAGEMENT TOOLS

Modul Nr.	A-17
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Michael Ponader
Kursnummer und Kursname	A4101 Managementkompetenzen A4102 Managementtechniken
Lehrende	Dr. Klaus Baake Prof. Dr. Thomas Bartscher Prof. Waldemar Berg Susanne Martin Prof. Dr. Michael Ponader Josef Pritzl Prof. Dr. Falk Pössnecker Dr. Tobias Schramm
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	LN, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul "Management Tools" soll die Teilnehmer in ihrer späteren beruflichen Tätigkeit unterstützen, indem den Studierenden Handwerkszeug (Kompetenzen und Techniken) vermittelt werden, um den unternehmerischen und managementbezogenen Herausforderungen ihrer Arbeit gerecht zu werden.

Die Studenten erhalten Hintergrundwissen zum Thema Management-Kompetenzen und lernen hier insbesondere auch die Zusammenhänge zwischen Managementherausforderungen bzw. -anforderungen und der Anwendung von Management-Tools kennen. Darüber hinaus erhalten die Kursteilnehmer einen vergleichenden Überblick über ausgewählte Techniken und Konzepte der Management-Praxis, welche sie in Übungen und kleineren Fällen selbst zur Anwendung bringen können.

Im Rahmen der Managementtechniken werden insbesondere die Techniken des



Zeitmanagements, der Problemlösung und der Kreativität erarbeitet. Anhand von praktischen Beispielen und Übungen wird den Studierenden dabei ermöglicht, die verschiedenen Techniken selbst auszuprobieren und anzuwenden.

Zentrales Ziel ist es, Grundwissen und Verständnis über die verschiedenen Managementtechniken zu erlernen, um diese während des Studiums und im späteren Berufsleben anwenden zu können.

Die Teilnehmer erhalten außerdem in einer weiteren Arbeitseinheit auch Einblicke in die Grundlagen des Qualitätsmanagements als Managementkompetenz und -technik sowie ein Verständnis für die wirtschaftliche Notwendigkeit einer Qualitätsorientierung bereits in den frühen Phasen der Produkt- und Prozessentwicklung vermittelt. Ferner werden Ihnen auch Möglichkeiten der Qualitätssicherung aufgezeigt.

Die Studierenden erlernen dabei grundlegende und teilweise vertiefende QM-Methoden und üben den Einsatz im Rahmen von Kleingruppen. Die Studierenden sind anschließend fähig, ausgewählte Fragestellungen des Qualitätsmanagements aktiv zu begleiten.

Ferner wird es den Studenten ermöglicht, Kenntnisse über die Funktionen von Softwaretools und Methoden zur Projektplanung und -steuerung zu erwerben, indem er in die Lage versetzt wird, selbständig kleinere Projekte mit speziellen Software-Tools zu planen und zu überwachen.

Nach Absolvieren des Moduls *Management Tools* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden haben Kenntnisse über die Terminologie Management allgemein und vertiefende Einblicke in kontextbezogene Managementthemen, wie Zeitmanagement, Kreativität und Projektmanagement.
- o Sie wenden spezielle Tools (z.B. Balanced Scorecard, BCG-Matrix, etc.) an.
- o Die Studierenden erläutern die Zusammenhänge zwischen Tools, Modellen und Theorien. Neben der Klassifikation von Tools betrachten sie besonders ausgewählte Tools im Gesamtkontext intensiver.
- o Die Studierenden wissen, wie, wo und wann bestimmte Management Tools in der Praxis eingesetzt bzw. umgesetzt werden und welche Problembereiche zu berücksichtigen sind.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

Inhalt

1. Grundlagen



2. Management Tools „Strategisches Gestalten“

- o Beschaffungsmanagement
- o Change Management
- o Customer Relationship Management
- o Unternehmenskulturmanagement
- o CVM
 - o Offshoring
 - o Outplacement
 - o Outsourcing
- o Management Buyouts/ -ins
- o Mergers and Acquisitions
- o Risikomanagement
- o Six Sigma
- o Total Quality Management
- o Turnaround Management
- o Recruiting
- o Wissensmanagement
- o Management Tools „Steuerung und Kommunikation“
 - o BSC
 - o Cash Flow
 - o Coaching
 - o Economic Value Added
 - o Führungsmodelle
 - o Interviewing
 - o Konfliktmanagement
 - o Moderation
 - o Präsentationstechniken



- o Feedback
- o Teammanagement
 - o Meeting – Vorbereitung
- o Überzeugungstechniken
- o Verhandlungsmanagement
- o Storyline
- o Zielvereinbarung
- o Profit, Service und Cost Center
- o Management Tools „Analyse und Synthese“
 - o Ansoff-Matrix
 - o ABC-Analyse
 - o BCG-Matrix
 - o Benchmarking
 - o Business Plan
 - o SWOT – Analyse
 - o Kreativitätstechniken + Synektik
 - o Ideenbewertung
 - o Innovationsmanagement
 - o Five-Forces-Modell
 - o Produktlebenszyklus
 - o Wertschöpfungskette
 - o 7-S- Modell
 - o Strategieentwicklung
 - o Marketinginstrumente
 - o Gemeinkostenwertanalyse
 - o Entscheidungsbaum

Lehr- und Lernmethoden



Vorlesung, Darstellung des Stoffs anhand von Präsentationen und Praxisbeispielen;
Seminaristischer Unterricht, Diskussionen und Gruppenarbeit, Fallstudien, Übungen
am PC

Besonderes

Gastvorträge, Exkursionen, e-learning (vhb)

Empfohlene Literaturliste

Pflichtlektüre:

Bleis, C., Helpul, A., Management - Die Kernkompetenzen, 1. Auflage, Oldenbourg
Verlag, München, 2009

Grabinski, M., Management Methods and Tools, 1. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden,
2007

Schreyögg, G., Koch, J., Grundlagen des Managements, 1. Auflage, Gabler Verlag,
Wiesbaden, 2007

Ergänzungslektüre:

Berndt, C., Bingel, C., Bittner, B., Tools im Problemlösungsprozess, managerSeminare
Verlags GmbH, Bonn, 2007

Beyer, G., Zeitmanagement-Arbeitsmethodik, Zeitplanung und Selbststeuerung, Econ
Verlag, 1992

Blumenschein, A., Ehlers I. U., Ideen-Management, Wege zur strukturierten
Kreativität, Gerling Akademie Verlag, 2002

Bullinger, H.J., Hermann, S. (Hrsg.), Wettbewerbsfaktor Kreativität-Strategien,
Konzepte und Werkzeuge zur Steigerung der Dienstleistungsperformance, Gabler
Verlag, 2000

Harvard Business Essentials, Manager´s Toolkit, Harvard Business School Publishing
Corporation, USA, 2004

Hatzelmann, E., Held, Martin, Zeitkompetenz: Die Zeit für sich gewinnen, Beltz Verlag,
2005

Huczynski, A., Buchanan, D., Organizational Behaviour, Sixth Edition, Prentice
Hall, Pearson Education, Essex, 2007

Koeder, K.W., Studienmethodik - Selbstmanagement für Studienanfänger, Vahlen
Verlag, 2007



- Pfeifer, T., Qualitätsmanagement, 3.Auflage, Hanser Verlag, München, 2001
- Pfeifer, T., Qualitätsmanagement - Strategien, Methoden, Techniken, 3. Auflage, Hanser Fachbuch, München, 2001
- Preiser, S., Buchholz, N., Kreative Ideenfindung und Problemlösetechniken - Ein Seminarkonzept für Trainer, managerseminare Verlags GmbH, 2006
- Reister, S., Microsoft Project 2007 - Das Handbuch, Microsoft Press Deutschland, 2008
- Schawel, C., Billing, F., Top 100 Management Tools, 1. Auflage, Gabler Verlag Wiesbaden, 2004
- Schneider, D., Pflaumer, P., Power Tools, 1. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2001
- Schneider, W., Ossola-Haring, C., Praxiswissen Management, verlag moderne industrie, München, 2002
- Seiwert, L., Das neue 1X1 des Zeitmanagements, Gräfe und Unzer Verlag, 2004
- Sary, N.F.J., Die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, UTB Verlag, 2006
- Stender-Monhemius, K., Schlüsselqualifikationen- Zielplanung, Zeitmanagement, Kommunikation, Kreativität, Beck Verlag im dtv, 2006
- Wieke, T., Erfolgreiches Zeitmanagement- Wie sie ihren Berufsalltag effektiv planen und Zeitfallen vermeiden, 1. Auflage, Eichborn Verlag, 2004

▶ **A4101 MANAGEMENTKOMPETENZEN**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A4102 MANAGEMENTTECHNIKEN**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-18 CONTROLLING UND TREASURY

Modul Nr.	A-18
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Konrad Schindlbeck
Kursnummer und Kursname	A4103 Controlling A4104 Treasury
Lehrende	Josef Blaschke Florian Geiger Prof. Dr. Konrad Schindlbeck Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 45 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Virtueller Anteil: 15 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	StA, schr. P. 60 Min.
Dauer der Modulprüfung	60 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, die Treasury- und Controllingfunktion in einem Unternehmen kennen zu lernen, ihre Bedeutung zu verstehen und zu beiden Bereichen einfache Konzepte bzw. Instrumente zu entwickeln.

Nach Absolvieren des Moduls *Controlling und Treasury* haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden begreifen Controlling als wichtige Steuerungsfunktion in einer Organisation und kennen die möglichen Rollen des Controllings
- o Sie wissen, wie das Controlling organisatorisch in einem Unternehmen eingebettet sein kann
- o Sie kennen die Grundzüge der Planung, Abweichungs- und Kennzahlenanalyse
- o Sie sind in der Lage, einfache Konzepte bzw. Instrumente zum operativen und strategischen Controlling zu konzipieren



- o Die Studierenden verstehen die Bedeutung und die aktuellen Herausforderungen des Finanzmanagements im Unternehmen
- o Die Studierenden eignen sich das Basiswissen aus den Bereichen Finanzierungsstrategie, Finanzplanung, Cash-Management sowie finanzielles Risikomanagement an
- o Sie verstehen die wichtigsten finanzwirtschaftlichen Kennzahlen im Rahmen der Finanzanalyse und können unterschiedliche Ausprägungen der Kennzahlen bewerten
- o Sie können finanzielle Risiken erkennen und bewerten und verstehen die wichtigsten Derivate zur Risikosteuerung
- o Sie sind in der Lage, den Einsatz verschiedener Finanzprodukte im Rahmen des Cash-Managements sowie Zins- und Währungsmanagements zu beurteilen.

Damit wird durch das Absolvieren der Veranstaltung die Fach- und Methodenkompetenz der Studierenden gesteigert.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist eine wichtige Voraussetzung für die Schwerpunkt-Module „Controlling“ und „Finanzmanagement“ im 6. und 7. Sem.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine

Inhalt

Controlling

1. Grundlagen des Controllings
 - 1.1 Die Abgrenzung des Controllings
 - 1.2 Aufgabenschwerpunkte des Controllings
 - 1.3 Ausprägungen des Controllings
 - 1.4 Die Rolle des Controllers im Unternehmen
 - 1.5 Abgrenzungen des operativen und strat. Controllings
 - 1.6 Die Organisation des Controllings



- 2. Die FIBU als Basis des Controllings
 - 2.1 Summen- und Saldenliste
 - 2.2 Fallbeispiel: Mehrstufige DB-Rechnung

- 3. Operatives Controlling
 - 3.1 Planung und Budgetierung
 - 3.1.1 Begriff und Zwecke der Planung
 - 3.1.2 Die Planungsarten
 - 3.1.3 Der Planungsprozess
 - 3.1.4 Stand und Probleme der Unternehmensplanung
 - 3.1.5 Die Budgetplanung
 - 3.1.6 Der Soll-/Ist-Vergleich
 - 3.1.7 Fallbeispiel 2: Budgetierung

 - 3.2 Liquiditätsrechnung
 - 3.2.1 Cash-Flow-Rechnung
 - 3.2.2 Working Capital Analyse

 - 3.3 Kennzahlenanalyse
 - 3.3.1 Die Bedeutung von Kennzahlen
 - 3.3.2 Funktionsbereichsbezogene Kennzahlen
 - 3.3.3 Fallbeispiel 3: Kennzahlen

 - 3.4 Abweichungsanalyse
 - 3.4.1 Begriff und Zwecke der Planung
 - 3.4.2 Fallbeispiel 4: Quartalsweise Abweichungsanalyse



3.5 Grundlagen des Projektcontrollings

3.5.1 Projektplanung

3.5.2 Projektsteuerung

3.5.3 Fallbeispiel 5: Projekt-Abweichungsanalyse

4. Strategisches Controlling

4.1 Defizite in der strategischen Steuerung

4.2 Die strategische Planung und Kontrolle

4.3 Instrumente des strategischen Controllings

4.3.1 Begriff und Zwecke der Planung

4.3.2 Die Planungsarten

Treasury

1. Definition, Aufgaben und Abgrenzung von "Treasury"

2. Finanzierungsstrategie und Finanzplanung

2.1 Herausforderungen der Finanzierung

2.2 Langfristige Investitions- und Finanzierungsstrategie

2.3 Finanzwirtschaftliche Ziele des Unternehmens

2.4 Finanzwirtschaftliche Kennzahlen

2.5 Grundlagen und Grundsätze der Finanzplanung

2.6 Ablauf und Aufbau der Finanz- und Liquiditätsplanung

2.7 Berechnung des Kapitalbedarfs anhand von Beispielen

2.8 Instrumente zur Deckung von Kapitalbedarf



3. Finanzwirtschaftliches Informationsmanagement

3.1 Rating, Basel II/III und Creditor Relations

3.2 Investor Relations

4. Finanzdisposition, Cash Management und Zahlungsverkehr

4.1 Finanzdisposition und Cashmanagement

4.2 Zahlungsmittel und Arten des Zahlungsverkehrs

4.3 Single European Payment Area (SEPA)

4.4 Instrumente des bargeldlosen Zahlungsverkehrs im SEPA-Raum

5. Management finanzwirtschaftlicher Risiken

5.1 Finanzwirtschaftliche Risiken im Überblick

5.2 Management von Bonitätsrisiken

5.3 Derivate als Instrument zum Management von Finanzrisiken

5.4 Steuerung von Zinsänderungsrisiken

5.5 Steuerung von Währungsrisiken

6. Cashmanagement in der Praxis

6.1 Cashmanagement und Liquidität

6.2 Handlungsalternativen in der Organisation einer internationalen Treasury-Struktur

6.3 Aufbau zentraler Treasury-Strukturen

6.4 Praxisbeispiele

7. Zins- und Währungsmanagement in der Praxis

7.1 Informationsquellen für Zinsentscheidungen

7.2 Zinsmanagement-Instrumente

7.3 Informationsquellen für Währungsentscheidungen



7.4 Währungsmanagement-Instrumente

Lehr- und Lernmethoden

Erarbeitung des Stoffs anhand von Präsentationen und Praxisbeispielen sowie Fallstudien; Seminaristischer Unterricht, Diskussionen und Teamarbeit.

Besonderes

Im Bereich Controlling beträgt der Online-Anteil 50%.

Empfohlene Literaturliste

Controlling:

- o Fiedler R., (2008) Controlling von Projekten, Vieweg-Verlag, 4. Aufl.,
- o Preißler P. (2014), Controlling, München,
- o VHB-Kurs: „Grundlagen des Controllings mit Anwendungen“
- o Weber J., (2014) Einführung in das Controlling, 14. Aufl., Schäffer-Pöschl Verlag, Stuttgart,.

Treasury:

- o Bösch, Martin, Derivate - verstehen, anwenden und bewerten, 2. Auflage, Verlag Vahlen, München 2012
- o Jahrmann, Fritz-Ulrich, Finanzierung, 6. Auflage, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, Herne 2009
- o Olfert, Klaus, Finanzierung, 16. Auflage, Kiehl-Verlag, Ludwigshafen 2013
- o Werdenich, Martin, Modernes Cash-Management, Instrumente und Maßnahmen zur Sicherung und Optimierung der Liquidität, 2. Auflage, mi-Fachverlag, FinanzBuch Verlag, München, 2008

▶ **A4103 CONTROLLING**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A4104 TREASURY**



Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-19 PROZESS- UND PROJEKTMANAGEMENT

Modul Nr.	A-19
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Michael Ponader
Kursnummer und Kursname	A4105 Prozessmanagement und moderne Organisationsformen A4106 Projektmanagement
Lehrende	Dr. Rainer Feldbrügge Prof. Dr. Michael Ponader
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jedes Semester
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	LN, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

Fachwissen

Die Studierenden erwerben Kenntnisse im Planen, Überwachen und Steuern von Projekten/Prozessen und in der Gestaltung der hierfür erforderlichen Aufbau- und Ablauforganisation.

Sozialkompetenz

Die Studierenden erarbeiten Präsentationen im Team und fördern dadurch die eigene Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit sowie Konfliktfähigkeit.

Methodenkompetenz

Die Studierenden wenden die erworbenen Kenntnisse bei der Lösung von Übungen/Fallstudien/Case Studies an.

Durch die Anwendung der erworbenen Kenntnisse werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, an Hand von praxisnahen Beispielen einzelne Schritte und Entscheidungen selbstständig zu erarbeiten. Sie können einzelne Prozesse definieren und Verbesserungspotentiale identifizieren.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen



Nachdem dieses Modul eigenständige Inhalte hat, baut es nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf, kann aber aufgrund der Vermittlung des grundlegenden Prozess- und Projektverständnisses in anderen Modulen verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine

Inhalt

A4105 Prozessmanagement und moderne Organisationsformen:

1. Prozessorganisation - Aufbau, Philosophie, grundlegende Unterschiede zu klassischen Formen der Aufbau- und Ablauforganisation
2. Autopoiese und Selbstorganisationsmechanismen als wesentliche Gestaltungselemente von Prozessorganisationen
3. Definitionen, Steuerung und Controlling von Prozessorganisationen
4. Methoden und Vorgehensweisen zur Verbesserung von Geschäftsprozessen
 - o Prozesse als Kommunikationsmuster in Organisationen
 - o Mechanismen der Selbststeuerung in Organisationen
 - o Organisationales Lernen: Unterbrechen und Etablieren von Prozessen
 - o Notwendigkeit und Möglichkeiten zur Steuerung organisationaler Lernprozesse
 - o Einsatzszenarien für Prozessmanagement
 - o Qualitätsmanagement
 - o Governance und Compliance
 - o Enterprise Ressource Planning
 - o Integration von Geschäftsprozessen
 - o Digitalisierung von Geschäftsprozessen
 - o Prozessmodellierung
 - o Kommunikationsmuster und Prozesse
 - o Modellierung als Instrument der Beobachtung
 - o Normative Kraft von Prozessmodellen
 - o Standard der Prozessmodellierung BPMN 2.0



- o Syntax und Stil der Modellierung mit BPMN
- o Strategische, analytische und technische Modellierung

A4106 Projektmanagement:

1. Grundlagen - Erkennen der Charakteristika von Projekten im Vergleich zu Linienaufgaben in einem Unternehmen, der Anforderungen an einen Projektleiter und seiner Aufgaben
2. Projektorganisation: Darstellung und Diskussion unterschiedlicher Formen der Organisation eines Projektteams, Mögliche Aufgaben- und Kompetenzverteilungen zwischen Projektleiter und Linienführungskräften, Zusammensetzung, Aufgaben und Kompetenzen anderer Gremien in einer Projektorganisation
3. Projektplanung und -controlling Darstellung unterschiedlicher Arten von Projektplänen und ihrer Abhängigkeiten, Vorgehensweise bei der Projektplanung, Darstellung des Risikomanagements in Projekten, Dimensionen der Projektsteuerung und -kontrolle mit den zugehörigen Werkzeugen, Verfahren und Vorgehensweisen
4. Projektphasen: Vorstellung ausgewählter Projektphasen, Erlernen der Aufgaben in diesen Phasen
5. Techniken: Vorstellung von Softskills eines Projektleiters (Konfliktmanagement, Moderation, Präsentation ...)

Lehr- und Lernmethoden

Vorlesungen, Übungen/Fallstudien in Einzel- und Gruppenarbeit, Präsentationen

Empfohlene Literaturliste

A4105 Prozessmanagement und moderne Organisationsformen:

Zur BPMN:

- o Thomas Allweyer: BPMN 2.0 - Business Process Model and Notation
- o Bernd Rücker, Jakob Freund: Praxishandbuch BPMN
- o Bruce Silver: Methode und Stil (Method and Style)

Methoden Prozessmanagement und organisationales Lernen:

- o Guido Fischermanns: Praxishandbuch Prozessmanagement
- o Barbara Brecht-Hadraschek, Rainer Feldbrügge: Prozessmanagement
- o Fritz B. Simon: Gemeinsam sind wir blöd? - Die Intelligenz von Unternehmen, Managern und Märkten



A4106 Projektmanagement

- o Kerzner, H. (2003), Projektmanagement Fallstudien, mitp-Verlag, Bonn
- o Kuster, J. et al. (2011), Handbuch Projektmanagement, 3. Auflage, Springer Verlag, Berlin
- o Martinelli, R.J., Milosevic, D.Z. (2016), Project Management ToolBox - Tools and Techniques for the Practicing Project Manager, 2. Auflage, Wiley, Hoboken
- o Project Management Institute (Hrsg.) (2013), A guide to the project management body of knowledge. PMBOK(R) Guide, 5. Auflage, Project Management Institute, Newtown Square, Pa
- o Verzuh, E. (2015), The Fast Forward MBA in Project Management, 5. Auflage, Wiley, Hoboken, NJ

▶ **A4105 PROZESSMANAGEMENT UND MODERNE ORGANISATIONSFORMEN**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A4106 PROJEKTMANAGEMENT**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-20 WIRTSCHAFTSSPRACHE III

Modul Nr.	A-20
Modulverantwortliche/r	Tanja Mertadana
Kursnummer und Kursname	A4107 Wirtschaftssprache III
Lehrende	Dozenten/innen für AWP und Sprachen
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	halbjährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	2
ECTS	2
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 30 Stunden Gesamt: 60 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 60 Min.
Dauer der Modulprüfung	60 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach Absolvieren des Moduls "Wirtschaftssprache III" haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Studierende, die als "Wirtschaftssprache III" Englisch nehmen, haben die Kompetenzstufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER) noch nicht erreicht. Sie sollen in die Lage versetzt werden, ein breites Spektrum längerer und anspruchsvoller (Hör-)Texte aus dem Wirtschaftsbereich zu erfassen und sich spontan und fließend zu äußern bzw. Texte zu verfassen, in denen sie Englisch strukturiert in komplexen Sachverhalten gebrauchen.
- o Studierende, die jetzt mit einer neuen Wirtschaftssprache beginnen, sollen lernen, sich im Alltag und in einfachen beruflichen oder Studiensituationen zu Recht zu finden. Grundlegende Kenntnisse zur Landeskunde sollen gelegt werden und sie sollen Strategien vermittelt bekommen, wie sie selbstständig weiterlernen.
- o Studierende, die jetzt eine im Vorsemester begonnene Wirtschaftssprache weiterbelegen, bauen ihre Kenntnisse zum Bewältigen von Alltags- und beruflichen oder Studiensituationen aus. Sie lernen vergangene und zukünftige Dinge auszudrücken und andere grammatische Elemente sowie einfache Sachverhalte zunehmend in kohärenten Texten schriftlich auszudrücken. Kenntnisse zur Landeskunde und Selbstlerntechniken werden vertieft.



Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein weiterführendes Modul der "Wirtschaftssprache I" (A-05) und "Wirtschaftssprache II" (A-10).

Dieses Modul kann in den Studiengängen "Wirtschaftsinformatik" und "Volkswirtschaftslehre" eingesetzt werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Für weiterführende Sprachkurse muss die geforderte Sprachkompetenz vorliegen (durch z.B. erfolgreiche Belegung eines unteren Niveaus).

Die gewählte "Wirtschaftssprache III" muss nicht zwingend inhaltlich auf der "Wirtschaftssprache II" aufbauen. Es kann auch eine andere Sprache gewählt werden.

Inhalt

Sprachangebot:

- o **Chinesisch:** A1/1.-3. Teil
- o **Deutsch** (als Fremdsprache): A1/1.-3. Teil, A2/1.-3. Teil, B1, B2, C1
- o **Englisch:** C1
- o **Französisch:** A1/1.-3. Teil, A2/1.-3. Teil oder B1
- o **Italienisch:** A1/1.-3. Teil, A2/1.-3.
- o **Portugiesisch:** A1/1.-3. Teil
- o **Russisch:** A1/1.-3. Teil
- o **Spanisch:** A1/1.-3. Teil, A2/1.-3. Teil, B1
- o **Tschechisch:** A1/1.-3. Teil

Das Angebot hängt besonders in seltener gelehrten Sprachen stark von der Nachfrage ab und kann von Jahr zu Jahr stark variieren.

Die konkreten Inhalte können der entsprechenden Kursbeschreibung entnommen werden:

<https://www.th-deg.de/de/studierende/awp-sprachen/kursbeschreibungen#sprachen>

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Besonderes



Die Kurse des Sprachenzentrums werden hochschulweit angeboten und können von allen Studierenden gewählt werden.

Empfohlene Literaturliste

Literaturempfehlungen können der entsprechenden Kursbeschreibung entnommen werden:

<https://www.th-deg.de/de/studierende/awp-sprachen/kursbeschreibungen#sprachen>



A-21 SCHWERPUNKTERGÄNZENDES WAHLPFLICHTMODUL

Modul Nr.	A-21
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Konrad Schindlbeck
Kursnummer und Kursname	A31NN Schwerpunktergänzendes Wahlpflichtfach 1 A4121 Schwerpunktergänzendes Wahlpflichtfach 2
Lehrende	Franz Achatz Prof. Dr. Ralf Alefs Daniela Beutlrock Elisabeth Bily-Waschinger Florian Geiger Melanie Hazod Jason Christopher Johnson Prof. Dr. Kersten Kellermann Dr. Peter Leidel Prof. Dr. Jürgen Leinz Thomas Leukel Benjamin Mikuska Lorena Puica Maria Purice Prof. Dr. Falk Pössnecker Jack Romero Prof. Dr. Konrad Schindlbeck Prof. Dr. Jürgen Sikorski Andreas Strasser Prof. Dr. Rainer Waldmann Katharina Winkler Prof. Dr. Christian Zich
Semester	3, 4
Dauer des Moduls	2 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP, SWP
Niveau	undergraduate
SWS	8
ECTS	10
Workload	Präsenzzeit: 120 Stunden Selbststudium: 180 Stunden Gesamt: 300 Stunden
Prüfungsarten	Klausur, StA, LN mündlich
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch, Deutsch



Qualifikationsziele des Moduls

Die Studierenden haben nach dem Absolvieren der Kurse folgende Lernziele erreicht:

- o Einblick in Themen und in die Methodik aktueller Fach- und Spezialgebiete
- o Fähigkeit zur Beurteilung interdisziplinärer Themenstellungen und Anwendungen
- o Erwerb fächerübergreifender Kompetenzen
- o Erwerb von Schlüsselqualifikationen

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

Inhalt

Die Inhalte können der Beschreibung des jeweiligen Kurses entnommen werden.

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Vorlesung mit Übungen, Gruppenarbeit

Besonderes

Gastvorträge sind geplant

Im Rahmen dieses Moduls müssen die Studierenden 2 Kurse auswählen, die sie inhaltlich auf einen Studienschwerpunkt ihrer Wahl hinführen.

Empfohlene Literaturliste

Die Literaturempfehlung können der Beschreibung des jeweiligen Kurses entnommen werden.

- ▶ **A31NN SCHWERPUNKTERGÄNZENDES WAHLPFLICHTFACH 1**

Prüfungsarten

Klausur, StA, LN mündlich

- ▶ **A4121 SCHWERPUNKTERGÄNZENDES WAHLPFLICHTFACH 2**



Prüfungsarten

Klausur, StA, LN mündlich



A-22 INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSPOLITIK

Modul Nr.	A-22
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kersten Kellermann
Kursnummer und Kursname	A6101 Entwicklungs- und Außenwirtschaftspolitik A6103 Internationale Wirtschaftspolitik anhand ausgewählter Beispiele
Lehrende	Prof. Dr. Kersten Kellermann
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Wahlfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	LN mündlich, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Studierende erlangen grundlegende Kenntnisse über die Funktionsweise der Weltwirtschaft. Sie werden zur eigenständigen Analyse und Beurteilung wirtschaftlicher und wirtschaftspolitischer Entwicklungen befähigt und können unternehmenspolitische Entscheidungen unter Berücksichtigung dieser Rahmenbedingungen treffen.

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Sie kennen die Träger, Ziele und Mittel der Internationalen Wirtschaftspolitik und gewinnen Einsichten in Möglichkeiten und Grenzen (welt-) wirtschaftspolitischer Gestaltung angesichts sich wandelnder globaler Herausforderungen.
- o Sie verfügen über notwendiges Faktenwissen hinsichtlich weltwirtschaftlicher Zusammenhänge (inter- und intrakontinentales Wohlstandsgefälle, unterschiedliche Lebens-, Arbeits- und Produktionsbedingungen, kulturelle Besonderheiten).
- o Sie erkennen die Komplexität der weltwirtschaftlichen Verflechtungen und entwickeln ein Verständnis für internationale Wirkungszusammenhänge.
- o Sie erkennen die Ursachen für weltwirtschaftliche Ungleichgewichte und entwickeln ein Verständnis für die Interdependenzen internationalen Handelns.



- o Sie erlangen die Fähigkeit, Probleme wie bspw. Interessenkonflikte nicht nur zu erkennen, sondern auch zu analysieren und Lösungsansätze – insbesondere aus Sicht von Unternehmen - zu diskutieren.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Besuch der Module A-08 Volkswirtschaftslehre und A-40 Nationale Wirtschaftspolitik und Geldpolitik.

Inhalt

Kurs A6101: Entwicklungs- und Außenwirtschaftspolitik

- o Grundlagen der Außenwirtschaftstheorie
- o Außenwirtschaftliches Gleichgewicht vs. "beggar my neighbour - policy"
- o Problematik der Entwicklungsländer
- o Entwicklungsdynamik ausgewählter Schwellenländer wie China u. Indien
- o Die wirtschaftliche Bedeutung Asiens

Kurs A6103: Internationale Wirtschaftspolitik anhand ausgewählter Beispiele

- o Funktionsweise internationaler Waren- u. Finanzmärkte
- o Freihandel vs. Protektionismus
- o Internationale Währungsordnung - Feste vs. flexible Wechselkurse, Konvertibilität
- o Abhängigkeiten nationaler Volkswirtschaften von internationalen Entwicklungen
- o Internationale Institutionen wie WTO, IWF und Weltbank
- o Einfluss und Bedeutung der Global Player
- o EU-Binnenmarkt und außereuropäische Wirtschaftsräume
- o Interkulturelle Aspekte des Welthandels

Lehr- und Lernmethoden

Erarbeitung des Unterrichtsstoffes anhand von Präsentationen und Praxisbeispielen sowie Fallstudien; seminaristischer Unterricht, Diskussion und Teamarbeit

Besonderes

Jeweils ein Gastvortrag ist geplant.



Empfohlene Literaturliste

Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), div. Werke

diverse Presseartikel zu aktuell besprochenen Themen

Sibylle Brunner, Karl Kehrle, Volkswirtschaftslehre, 3. Aufl., Vahlen Verlag, München 2014

VHB - Virtuelle Hochschule Bayern; Kurse "Internationale Wirtschaftspolitik" und "Die Zukunftsmärkte Asiens" und die dort angegebene Literatur

▶ **A6101 ENTWICKLUNGS- UND AUBENWIRTSCHAFTSPOLITIK**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A6103 INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSPOLITIK ANHAND AUSGEWÄHLTER BEISPIELE**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-23 UNTERNEHMERKOMPETENZ

Modul Nr.	A-23
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Josef Scherer
Kursnummer und Kursname	A6104 Management Business-Plan-Seminar A6105 Arbeitsrecht und Business Continuity Management
Lehrende	Dr. Alois Bauer Karl Michael Brückl Prof. Dr. Bruno Brühwiler Udo Heller Alexander Kapphan Nora Podehl Prof. Dr. Josef Scherer
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	StA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul „A-23 Unternehmerkompetenz“ soll die Studierenden befähigen, unternehmerisch zu denken, zu entscheiden und Handlungsalternativen zu erarbeiten. Dabei werden in diesem Modul zwei Hauptlernziele verfolgt:

- o Die selbstständige Erstellung und Präsentation eines Business Plans sowie
- o Erlangung grundlegender Einblicke in das Arbeits- und Sanierungsrecht, um den rechtlichen Spielrahmen im späteren Berufsleben besser einschätzen zu können.

A6104 "Management Business-Plan-Seminar"

Nach absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:



- o Die Studenten werden in die Lage zu versetzen, die Realisierungschancen einer Geschäftsidee zu bewerten und gegebenenfalls ein Unternehmen erfolgreich zu gründen.
- o Die Studierenden erstellen in Kleingruppen Businesspläne, welche entsprechend präsentiert werden.

A6105 "Arbeits- und Sanierungsrecht" (Governance und Compliance in Human Ressource und Business Continuity Management)

- o Die Studierenden erwerben in den Bereichen Governance und Compliance in *Human Ressource und Business Continuity Management sowie Krisen-, Restrukturierungs- und Insolvenzmanagement* grundlegende Kenntnisse.
- o Sie werden in die Lage versetzt, praxisrelevante Problemstellungen aus diesen Bereichen einer betrieblich organisatorischen Lösung, bei Standardproblemen unter Umständen sogar in Form von Verfahrensanweisungen zu bewerkstelligen.
- o Die Teilnehmer stellen mit *eigenen, verständlichen und prägnanten Erklärungen* eine herrschende Ansicht bzw. den „Anerkannten Stand von Wissenschaft und Praxis“ dar.
- o Die Teilnehmer ordnen die behandelten Themen den jeweiligen Modulen eines zu implementierenden ganzheitlichen Governance- Managementsystem zu und reichern die Aufbau- und Ablauforganisation mit entsprechenden Schritten an.
- o Die Studenten sind in der Lage, Problemfälle über Business Continuity Management (im 6. Semester) und bereits jetzt über die Methode der richterlichen Falllösungsmethode zu lösen.
- o Das erworbene Wissen kann von Studierenden über Soll-Ist-Vergleiche und Handlungsempfehlungen in Unternehmen umgesetzt werden.
- o Die Studierenden sind fähig, die Sachverhalte und Aufgabenstellungen dem passenden Bereich im Unternehmen oder Umfeld zuzuordnen und die Schnittstellen zu anderen Funktionen zu erkennen.
- o Die Kenntnis und das Beherrschen der Methode, Sachverhalte und Wissen zunächst in angemessenen übergreifenden Zusammenhang darzustellen und Detail-Wissen nachvollziehbar in logischer Ableitung zutreffend einzuordnen, wird bzgl. sämtlicher Grundzüge der vermittelten Lerninhalte als Ziel gesetzt.
- o Die Basiskenntnisse über die einschlägigen Tools und Methoden sowie deren kritische Hinterfragung durch Differenzierung zwischen Thesen und Fakten sollen bzgl. der vermittelten Inhalte zutreffend wiedergegeben werden können.
- o Die Studenten kennen, durch den in der Lehrveranstaltung vermittelten und verstandenen multifunktionalen, interdisziplinären Ansatz (Recht, BWL, Technik, Psychologie, Soziologie), die unterschiedlichen Sichtweisen und Erkenntnisse bzgl.

der Subjekte und Objekte des (Wirtschafts-) Lebens sowie auch bzgl. der eigenen Person.

- o Die Studenten sind im Stande, aufgrund der eingetretenen Globalisierung, den vermittelten Inhalten mit internationalen Bezug, Themen im internationalem Kontext zu beleuchten (z.B. internationales Recht, internationale Standards (z.B. ISO/COSO/etc.)).

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang

Dieses Modul ist Teil der Gesamtreihe „Governance und Compliance“ (vgl. Anlage xy – „Wirtschaftsrecht“) bzw. im übergeordneten Modus „Governance, Management, Risk & Compliance“ in diesem Studiengang.

Zu den abgestimmten Lehrveranstaltungen „Risikomanagement“ in diesem Studiengang vgl. eigene Übersicht.

Im Übrigen baut dieses Modul auf die Lehrveranstaltungen Kurs A2101 „Arbeitstechniken“, A2109 „Schuldrecht“, A3110 „Unternehmensrecht“ auf.

Auf diese Lehrveranstaltungen A6105 „Arbeits- und Sanierungsrecht“ und die oben genannten Lehrveranstaltungen bauen die Lehrveranstaltungen A6105 „Arbeits- und Sanierungsrecht“ und A6118 „Vertragsrecht- und Produkthaftung“ sowie A6110 „Produkthaftung, Vertrags- und Wettbewerbsrecht“ auf.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge

Das Modul „Arbeits- und Sanierungsrecht“ kann in *allen* sonstigen technischen, betriebswirtschaftlichen oder sonstigen anderen (z.B. Gesundheitswissenschaftliche Studiengänge) Studiengängen verwendet werden, da das Wissen über Governance und Compliance sowie die Rechte und Pflichten von Managern, sonstigen Führungskräften und Personal und der Umgang mit Krisensituationen, nahezu unverzichtbar für „ordentliches und gewissenhaftes“ Management – egal in welcher Kernkompetenz oder Branche - ist.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Die Inhalte des Moduls A-01 Kurs A2101 „Arbeitstechniken“ sollen parallel erarbeitet werden.

Darüber hinaus die Inhalte des Buches *Scherer/Fruth (Hrsg.), Stark in die Zukunft* (2012) und des Aufsatzes *Scherer, Good Governance und ganzheitliches, strategisches und operatives Management: Die Anreicherung des „unternehmerischen Bauchgeföhls“ mit Risiko-, Chancen- und Compliancemanagement*, in: *Corporate Compliance Zeitschrift (CCZ)*, 6/2012, S. 201-211, in den Grundzügen.



Inhalt

A6104 Management Business-Plan Seminar

1. Gründe für die Erstellung eines Businessplanes (= BP)
2. Definition BP
3. Punkte, Aufbau, Gliederung, Umfang eines BP
4. Kurzpräsentation über sich selbst und geplante Geschäftsidee (= Elevator Pitch)
5. Anlaufstellen für Existenzgründer mit Unterlagen zur BP-Erstellung und Hilfestellung bei der Gründung
6. Schritte von der Geschäftsidee bis zur Gründung
7. Gründe für Erfolg bzw. Misserfolg von Unternehmen
8. Vorstellung von diversen BP, vor allem von sehr positiven bzw. negativen Beispielen
9. Eingehen auf die Erwartungen der Studierenden
10. Anleitung zur Präsentation (Überlegungen zu Teilnehmerkreis, Aufbau, Mimik, Gestik, Stand, Körpersprache, Medieneinsatz etc.)
11. Anleitung zur Übung von konstruktiver Kritik
12. Kurzpräsentationen zu diversen Themen zur besseren Argumentationsfindung
13. Beantwortung konkreter Fragen (persönlich und per E-Mail)

Anmerkung:

Die Lehrbeauftragte verzichtet bewusst darauf, die Inhalte eines Business Plans in der Vorlesung Punkt für Punkt detailliert durchzugehen und für alle Business Pläne die gleiche Gliederung zu verlangen. Die Studierenden sollen sich selbstständig eine Gliederung erarbeiten, die genau zu ihrer Geschäftsidee passt. Genügend Vorlagen, Beispiele und Internetadressen erhalten die Studierenden in Form einer ausführlichen Literaturliste.

A6105 Arbeits- und Sanierungsrecht (Governance und Compliance in Human Ressource und Business Continuity Management)

1. Governance und Compliance im Personalbereich (mit Arbeitsrecht)
2. Business Continuity Management (Notfall-, Krisen-, Kontinuitätsmanagement, Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz)



Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Falllösungen anhand von Beispielen aus der (höchst-) richterlichen Rechtsprechung, Selbststudium, studentische Referate und Studienarbeiten.

Besonderes

- o Das Modul enthält virtuelle Anteile
- o Exkursionen

Empfohlene Literaturliste

A6104 Management Business-Plan Seminar

Ausführliche Informationen für Existenzgründer sollen eigenständig erarbeitet werden. Hinweise und nützliche Links gibt es auf einem gesonderten Informationsblatt.

Weitere, ergänzende Literatur:

Herzberg, U., Mein Business-Plan ? strategisch planen ? Erfolge präsentieren, 4. Auflage, Haufe, Freiburg 2007

Klandt, H., Gründungsmanagement: Der integrierte Unternehmensplan, 2. Auflage, Oldenburg Verlag, München 2005

Nagl, A., Der Businessplan ? Geschäftspläne professionell erstellen, 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden 2006

Stutely, R., Der Professionelle Businessplan ? ein Praxisleitfaden für Manager und Unternehmensgründer, Financial Times Prentice Hall, München 2006

Schoeffling, H., So erstellen Sie einen Businessplan ? Handbuch für Existenzgründer, 1. Auflage, intern(a)ktuell, Bonn 2005

A6105 Arbeits- und Sanierungsrecht

Einführende Literatur

Scherer, Good Governance und ganzheitliches, strategisches und operatives Management: Die Anreicherung des „unternehmerischen Bauchgeföhls“ mit Risiko-, Chancen- und Compliancemanagement, in: Corporate Compliance Zeitschrift (CCZ), 6/2012, S. 201-211.

Scherer/Fruth (Hrsg.), Stark in die Zukunft, 2011

Scherer/Fruth (Hrsg.), Governance-Management, Band 1 und 2., 2014



Buth/Hermann, Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz, 3. Auflage, Beck Verlag, München 2009

Schmitdt/Uhlenbruck, Die GmbH in Krise, Sanierung und Insolvenz, 4. Auflage, 2009

Vorlesungsbegleitende Literatur

Scherer/Fruth (Hrsg.), Governance, Risk und Compliance im Personalmanagement, 2015

Scherer/Fruth (Hrsg.), Governance, Risk und Compliance im Bereich Business Continuity, Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz, 2015

Vertiefende Literatur

Scherer/Fruth (Hrsg.), Compliance-Management, 2014

Scherer/ Fruth (Hrsg.), Geschäftsführer-Compliance, Praxiswissen zu Pflichten, Haftungsrisiken und Vermeidungsstrategien, 2009

Scherer/ Fruth (Hrsg.), Gesellschafter-Compliance, Praxiswissen zu Pflichten, Haftungsrisiken und Vermeidungsstrategien, 2011

▶ A6104 MANAGEMENT BUSINESS-PLAN-SEMINAR

Prüfungsarten

StA

▶ A6105 ARBEITSRECHT UND BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT

Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.



A-24 INFORMATIONEN- UND WISSENSMANAGEMENT

Modul Nr.	A-24
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dr. Heribert Popp
Kursnummer und Kursname	A6106 Informations- und Wissensmanagement
Lehrende	Prof. Dr. Dr. Heribert Popp
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Virtueller Anteil: 30 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb der Kenntnis der wesentlichen Methoden des Informations- und Wissensmanagement und der Fähigkeit, diese auf die Fragestellungen der Wirtschaftswissenschaften und beruflichen Praxis anzuwenden.

Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz: Die Studierenden verfügen über Grundkenntnisse der IT-Infrastruktur und der Informationslogistik. Ebenfalls Grundkenntnisse sind erworben im Erkennen der Wissensmanagementproblematik und der Entwicklung von Wissensmanagementlösungen.

Sozialkompetenz: Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Lösung von Problemen durch Gruppenarbeit und Teamarbeit.

Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse der Informationsbeschaffung aus online Datenbanken, Internet und SAP-System, der Methoden zum Wissensaustausch und zur Wissensrepräsentation, der Wissensbewertungsmethoden. Sie sind befähigt Softwarelösungen für Wissensprobleme vorzuschlagen.



Persönliche Kompetenz: Die Studierenden sind zu vertieften eigenem Zeitmanagement und zum Selbststudium befähigt, da sie ca. 50 % mit virt. Lehre den Stoff erarbeiten.

- o Die Studierenden beherrschen grundlegende Theorien, Modelle, Konzepte und Methoden des Informations- und Wissensmanagements und werden in die Lage versetzt, diese auf praktische Fragestellungen anzuwenden.
- o Sie beherrschen operativ das Information Retrieval in Online-Datenbanken, dem Internet und SAP-Berichtssystemen.
- o Sie können reine Berichtssysteme von Expertisesystemen und EIS abgrenzen und wissen über die Architektur eines Data Warehouse.
- o Sie sind vertraut mit dem Prozess der Einführung eines Wissensmanagementsystems.
- o Sie erarbeiten sich Kenntnisse der Anwendung von Informations- und Wissensmanagement in E-Commerce-Systemen, Elektronischen Beratungssystemen, E-Marketingsystemen, E-CRM-Systemen und E-Procurementsystemen.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Dieses Modul kann in den Studiengängen Wirtschaftsinformatik und Tourismus verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Kenntnisse der Vorlesung "Wirtschaftsinformatik" im 1. Semester Betriebswirtschaft.

Inhalt

1. Grundlagen des Informationsmanagements
2. Management von Information
 - 2.1 Prozeß der Informationsversorgung
 - 2.2 Online-Datenbanken
 - 2.3 Informationssuche mit den Internet – Suchdiensten
 - 2.4 Abfrage- und Berichtssysteme
3. Wissensgenerierung - Business Intelligence (EIS, Data Warehouse, Data Mining)
4. Risikomanagement im IT-Bereich
(Stufen des IT-Risikomanagements, Risikoanalyse, Schutz- und Abwehrmechanismen, Katastrophenmanagement)



5. Organisation der Informationsverarbeitung (Organisationsprinzipien der IT, (Offshore) Outsourcing, ASP und SaaS)
6. Strategisches Informationsmanagement
7. Grundlagen des Wissensmanagements (Teilprozesse des Wissensmanagements, Soft Factors beim Wissensmanagement)
8. Methodische Unterstützung des Wissensmanagements
 - 8.1 Methoden zur Förderung des Wissensaustauschs und der Wissensnutzung
 - 8.2 Methoden zur Repräsentation von Wissen (Wissenskarten und Ontologien)
 - 8.3 Planungs- und Organisationsmethoden
- 9 Bewertungsmethoden (Wissensbilanz, Balanced Scorecard)
10. Softwaretechnische Werkzeuge des Wissensmanagements
11. Wissensmanagement erfolgreich einführen
12. Anwendung: Virtuelle Weiterbildung zur Steigerung des Humankapitals

Lehr- und Lernmethoden

- o Blended Learning: Videos mit den Vorlesungen, Selbsttest am PC, seminaristischer Unterricht zum Fragen Beantworten, Aufgaben Lösen und Fallstudien Besprechen.
- o Gruppenarbeit
- o kollaboratives Lernen mit E-Learning

Besonderes

Online-Anteil beträgt 50 %

Empfohlene Literaturliste

Bellinger, A., Krieger D., Wissensmanagement für KMU, vdf Hochschulverlag AG, Zürich 2007

Heinrich L., J., Informationsmanagement: Planung, Überwachung und Steuerung der Informationsinfrastruktur. 7. Auflage, Oldenbourg Verlag, 680 S., München 2002

Lehner, F., Wissensmanagement, Hanser Verlag, München, 4. Aufl. 2012

Meyer, T., Stobbe, A., Offshoring- Welche Standorte wählen deutsche Unternehmen?, WIRTSCHAFTSINFORMATIK 49, Sonderheft 2007, S. S81-S89.

Popp, H., Kreupl, S., Möblein, W. Die Wissensbilanz, in WISU- Das Wirtschaftsstudium, 2012, Heft 5, S675ff.



Silke Kreupl, Heribert Popp: Wissensmanagement an der Hochschule Deggendorf.
Wissensmanagement, Heft 6/2010, 2010, S.18-21



A-25 PRAXISSEMESTER

Modul Nr.	A-25
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Konrad Schindlbeck
Kursnummer und Kursname	A5101 Praktikum (18 Wochen) A5102 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung (PLV) 1 A5103 Praxisbegleitende Lehrveranstaltung (PLV) 2
Lehrende	Jürgen Gudd Stefan Kreh NN NN Prof. Dr. Henning Schulze Jens Wallraven
Semester	5
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	halbjährlich
Art der Lehrveranstaltungen	PLV
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	30
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 840 Stunden Gesamt: 900 Stunden
Prüfungsarten	Klausur, StA, LN mündlich
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Allgemeines Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden das von ihnen erworbene Wissen in der Praxis anwenden und gleichzeitig betriebliche Abläufe in einem Unternehmen kennen lernen. Zudem haben die Studierenden die Möglichkeit, im Praktikum und in der PLV-Woche ihre Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit zu verbessern, indem sie Präsentationen und Gruppenarbeiten durchführen.

Ausbildungsziel Praktikum:

- o Die Studierenden sollen einen Überblick über Arbeitsweisen in den kaufmännischen Bereichen eines Unternehmens bzw. Dienststelle eines Verwaltungsbetriebes erhalten.
- o Sie erlangen einen Einblick in die Komplexität betriebswirtschaftlicher Vorgänge.
- o Die Studierenden sollen an die Tätigkeit als Betriebswirt/-in durch selbständige Mitarbeit bei konkreten Aufgabenstellungen herangeführt werden.



- o Sie lernen Instrumente zur Lösung betriebswirtschaftlicher Probleme kennen und steigern damit ihre Problemlösungskompetenz.

Studienziel Praxisbegleitende Lehrveranstaltungen (PLV):

Nach der Absolvierung der PLV-Woche 1 haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Sie verstehen die Determinanten von Gesundheit und Krankheit
- o Sie kennen das Deggendorfer Modell des betrieblichen Gesundheitsmanagements
- o Sie kennen das Bad Kötztinger Lebensstilprogramm als Beispiel eines programmatischen individuellen Gesundheitsmanagements
- o Sie können die Phänomene Stress, psychische Belastungen und Burnout beschreiben und ihre physischen und psychischen Folgen erläutern
- o Sie kennen Gesundheitsbildungskonzepte, die die Fähigkeit des angemessenen Umgangs mit Stress bei den Führungskräften und Mitarbeitern fördern.
- o Sie kennen das Deggendorfer Modell des kommunalen Gesundheitsmanagements
- o Sie kennen im Rahmen des Unternehmensplanspiels die Parameter, die die Ergebnisse beeinflussen und verstehen es, sich beim unternehmerischen Handeln auf neue Umweltprämissen einzustellen

Planspiel TOPSIM:

Die Teilnehmer sollen erkennen, welche Aufgaben ein Existenzgründer beim Start seines Unternehmens bearbeiten muss. Den Teilnehmern soll bewusst werden, wie umfangreich das Anforderungsprofil bei einer Gründung ist und sie sollen für die Gründungsthematik sensibilisiert werden. Die Teilnehmer erwerben das für die Gründung eines Unternehmens unverzichtbare Wissen zur Erstellung eines tragfähigen und überzeugenden Businessplans. Ferner werden die Zusammenhänge zwischen Cash Flow, Bilanz und GuV ersichtlich, die für die kontinuierliche Sicherstellung des Überlebens der jungen Firma von größter Bedeutung sind. Zudem erwerben sie auch Kenntnisse darin, wie man einen Kapitalgeber von seiner Geschäftsidee überzeugt um so finanzielle Mittel für die Gründung einzuwerben.

Nach der Absolvierung der PLV-Woche 2 haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Sie wissen um die Notwendigkeit, sich mit ethischen und moralischen Themen auseinander zu setzen.
- o Sie können sich in komplexen ethischen Fragestellungen orientieren und aus verschiedenen Perspektiven Lösungsansätze argumentieren.



- o Sie verstehen Andersdenkende und-handeln.
- o Die Studierenden verstehen nationale, internationale und globale Implikationen des Wirtschaftens und sind in der Lage, die zu hinterfragen.

Damit wird durch das Absolvieren der Veranstaltungen die Methoden- und Sozialkompetenz der Studierenden gesteigert.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Gem. § 5 der Studien- und Prüfungsordnung setzt der Eintritt in das praktische Studiensemester voraus, dass mindestens 70 ECTS-Punkte erzielt wurden.

Inhalt

Ausbildungsinhalte Praktikum:

Die Studierenden sollen nach Möglichkeit entsprechend ihrem zukünftigen Studienschwerpunkt an Aufgaben mitarbeiten und Teilaufgaben selbständig und selbstverantwortlich ausführen, deren Schwierigkeitsgrad dem Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Betriebswirt/-in angemessen ist.

Die Mindestpraktikumszeit im Ausbildungsbetrieb darf 18 volle Wochen nicht unterschreiten. Zusammen mit den beiden PLV-Block-Wochen ergibt eine geforderte Mindestpraktikumsdauer von 20 Wochen (vgl. §2 Abs. 2 RaPo). In Einzelfällen besteht die Möglichkeit, die Praktikumsdauer zu verkürzen (z.B. abgeschlossene Berufsausbildung).

Das Praktikum kann auch im Ausland abgeleistet werden.

Praxisbegleitende Lehrveranstaltungen (PLV):

Innerhalb des praktischen Studiensemesters führt die Hochschule praxisbegleitende Lehrveranstaltungen durch, die in Form von Blockveranstaltungen angeboten werden. Die PLV-Wochen werden am Ende des Wintersemesters und am Ende des Sommersemesters angeboten (Termine werden frühzeitig im Internet veröffentlicht). Am Ende jeder PLV-Woche findet eine Prüfung statt.

PLV 1 (Monat März):

Prof. Dr. Wühr: Gesundheitsmanagement

1. Einführung
2. Das Deggendorfer Modell des betrieblichen Gesundheitsmanagements
3. Das Bad Kötztlinger Lebensstilprogramm als Beispiel für individuelles Gesundheitsmanagement



4. Psychische Belastungen und Stresstraining mit System
5. Das Deggenendorfer Modell des kommunalen Gesundheitsmanagements

LB Herbert Lichtinger: Unternehmensplanspiel

Planspiel Unternehmensgründung:

1. Bestandteile des Businessplans
2. Bewertungskriterien von Businessplänen
3. Überzeugung von Kapitalgebern
4. Grundlagen der Finanzplanung
5. Grundlagen des Managements junger Unternehmen
6. Zusammenhänge zwischen den Teilgebieten der BWL
7. Frühzeitiges Erkennen von Unternehmenskrisen und Gegenmaßnahmen

PLV 2 (Monat September): Wirtschaftsethik

1. Wirtschaftsethik – Eine Einführung (Prof. Schulze)
2. Werte erfolgreicher Führung (Prof. Schulze)
3. Marketing, Ethik und Verantwortung (Prof. Bartscher/ Prof. Schulze)
4. Grundlagen der Wirtschaftsethik in der Praxis (Jens Wallraven, PwC Direktor International Markets Development)

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Gruppenübungen, Diskussionen, Präsentationen

Besonderes

Bei erfolgreicher Teilnahme wird das Praktikum als bestanden bewertet. Die erfolgreiche Teilnahme wird durch den Ausbildungsbetrieb in Form eines Arbeitszeugnisses bestätigt. Der Studierende muss einen Praktikumsbericht in schriftlicher Form abgeben, der vom Praktikumsbeauftragten bewertet wird (bestanden/nicht bestanden).

Empfohlene Literaturliste

PLV 1:



Meffert H. (2012), Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte –
Instrumente - Praxisbeispiele

Olfert K. (2013), Finanzierung, Herne

Skript zum Planspiel „TOPSIM Startup“

Wöhe G. (2013), Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München

Wühr E. (2013), Lehrbrief Determinanten von Gesundheit und Krankheit

Wühr E. (2013), Lehrbrief Psychologische Grundlagen der Gesundheitsberatung

Wühr E. (2013), Lehrbrief Das Deggenendorfer Modell des betrieblichen
Gesundheitsmanagements

PLV 2:

s. jeweilige Beschreibung der aktuellen PLV laut Studienplan

▶ **A5102 PRAXISBEGLEITENDE LEHRVERANSTALTUNG (PLV) 1**

Prüfungsarten

Klausur, StA, LN mündlich

▶ **A5103 PRAXISBEGLEITENDE LEHRVERANSTALTUNG (PLV) 2**

Prüfungsarten

Klausur, StA, LN mündlich



A-26 BACHELORARBEIT

Modul Nr.	A-26
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Konrad Schindlbeck
Kursnummer und Kursname	A7101 Bachelorarbeit
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	0
ECTS	12
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Selbststudium: 360 Stunden Gesamt: 360 Stunden
Prüfungsarten	Bachelorarbeit
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

In der Bachelorarbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf komplexe Aufgabenstellungen selbständig anzuwenden und in einer angemessenen Form schriftlich zu präsentieren. Sie stellen damit unter Beweis, dass sie das B.A.-Studium erfolgreich absolviert und die Fähigkeit zum eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten erworben haben.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Gem. § 9 der Studien- und Prüfungsordnung kann sich zur Bachelorarbeit anmelden, wer mindestens 150 ECTS-Kreditpunkte erreicht hat.

Inhalt

Die Bachelorarbeit ist eine schriftliche Ausarbeitung. Sie wird von einer im Studiengang BWL prüfungsberechtigten Person (Hochschullehrer/in, Dozent/in) ausgegeben und von dieser betreut und bewertet. Die Bachelorarbeit kann rein theoretisch oder in Kooperation mit einem Unternehmen erstellt werden. Die Bearbeitungszeit beträgt regelmäßig 3 Monate.

Lehr- und Lernmethoden

keine

Empfohlene Literaturliste



Die Arbeit muss ein vollständiges Verzeichnis der benutzten Literatur, der erhaltenen Auskünfte und sonstigen Quellen (z.B. Internetquellen) enthalten.

Bezüglich der formalen Anforderungen wird verwiesen auf:

- o Theisen M. R., Wissenschaftliches Arbeiten, 16. Auflage, Vahlen Verlag, München 2013
- o Lück W., Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, 10. Auflage, Oldenbourg Verlag, München 2009



A-27 INTERNES BEZIEHUNGSMANAGEMENT - HUMAN RESOURCE, PERSONAL- UND ORGANISATIONSENTWICKLUNG

Modul Nr.	A-27
Modulverantwortliche/r	Prof. Waldemar Berg
Kursnummer und Kursname	A6107 Team-Entwicklung A6114 Transaktionsanalyse A7103 Theorie des internen Beziehungsmanagements
Lehrende	Natalia Andrade Berrio Prof. Dr. Thomas Bartscher Peter Kern Christian Liebhart Reinhard Lucha Prof. Dr. Falk Pössnecker Prof. Dr. Henning Schulze Dr. Klaus Sejkora
Semester	6, 7
Dauer des Moduls	2 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	10
ECTS	14
Workload	Präsenzzeit: 150 Stunden Selbststudium: 270 Stunden Gesamt: 420 Stunden
Prüfungsarten	StA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Im Rahmen des „Internen Beziehungsmanagement“ nimmt das Unternehmen Einfluss auf Einstellungen und Verhalten der Mitarbeiter. Vor allem in Dienstleistungsunternehmen sind die Mitarbeiter eine entscheidende Ressource, daher ist das interne Beziehungsmanagement für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens von großer Bedeutung. In diesem Modul werden praxisrelevante dienstleistungsspezifische und branchenübergreifende Managementkonzepte vermittelt, wie z.B. Performance-Improvement Ansatz, Organizational Behaviour, Transaktionskostenansatz.



Nach absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studenten erwerben Kenntnisse über aktuelle und zukünftige Trends in Dienstleistungsorganisationen sowie wesentliche inhaltliche und funktionale Kernelemente aus dem Bereich des internen Beziehungsmanagements.
- o Die Studierenden gewinnen in diesem Rahmen psychosozialen Kompetenzen, dies geschieht beispielsweise durch Projektarbeiten, Seminarworkshops und Fallstudien, welche in die Lehrveranstaltungen integriert sind. Diese setzen voraus, dass die Teilnehmer eigenverantwortlich, selbstständig, teamorientiert und mit viel Engagement mitarbeiten um somit das Modul auch aktiv mitzugestalten.
- o Die Studierenden sind befähigt, die vorgestellten theoretischen Handlungsmöglichkeiten zu verstehen und zu interpretieren.
- o Die Studierenden sind in der Lage die Anwendung bzw. Übertragung der vermittelten Theorien und Modelle auf weniger komplexe Problemstellungen in der Praxis umzusetzen.
- o Die Studierenden können aufgrund der interaktiven Auseinandersetzung mit verschiedenen (weichen) organisationalen Inhalten das analytische Verständnis fördern sowie ihr kritisches Urteilsvermögen schulen.
- o Die Studierenden sind in der Lage, sich mit zentralen Fragen auseinanderzusetzen wie z. B. wie steuere ich das Verhalten meiner Mitarbeiter im Sinne der Erwartungen unserer Kunden? Durch praxisrelevante Ansätze beschäftigen sie sich dabei auch mit dem Verständnis für und die Möglichkeiten der Einflussnahme auf das Verhaltens der Mitarbeiter.
- o Die Studierenden können als wesentliches Ziel der Veranstaltung, die Inhalte und Zusammenhänge des internen Beziehungsmanagements, unter anderem auf Basis eigener Erfahrungen (Gruppen- und Projektarbeiten) zu erleben, zu verstehen und im späteren beruflichen Kontext anwenden.

Über die Fachkompetenz hinaus haben die Studierenden die Möglichkeit, im Rahmen von Projektarbeiten, Fallstudien und Simulationen ihre Methoden- und Sozialkompetenzen "Soft-Skills" zu entwickeln, welche heutzutage zu den zentralen Schlüsselqualifikationen in Dienstleistungsberufen zählen.

Verfahrensorientiertes Wissen: Die Studierenden untersuchen empirisch die Praxisrelevanz der zuvor erarbeiteten Konzepte im Rahmen von Gruppenarbeiten und in Zusammenarbeit mit regionalen Dienstleistungsunternehmen.

Begriffliches Wissen: Den Teilnehmern werden außerdem Zusammenhänge zwischen den unternehmensbezogenen Verhaltens- und Handlungskonzepten vermittelt.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen



Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge wie bspw. der Master "Strategisches und internationales Management", "Personal- und Organisationsmanagement - PEOE" oder Master "Human Resource Management".

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Das Ablegen des Moduls "Management: Führung und Verantwortung" und "Management Schlüsselqualifikationen" ist Voraussetzung für die Teilnahme.

Inhalt

1. Einführung
 - 1.1 Internes Beziehungsmanagement
 - 1.2 HRM in Dienstleistungsunternehmen
2. Der Transaktionskostenansatz
 - 2.1 Die zentralen Elemente des TKA
 - 2.2 Inhaltliche Spezifität des Humankapitals
 - 2.3 Das Effizienzkriterium der Transaktionskostentheorie
 - 2.4 Analyse von Beschäftigungssystemen
 - 2.5 Anwendbarkeit des modifizierten Ansatzes und offener Forschungsbedarf
3. Performance Improvement
 - 3.1 Aufbau und Inhalt
 - 3.2 Verwendung und Funktionsweise
 - 3.3 Aktueller empirischer Stand
4. Organisationsentwicklung
 - 4.1 Perspektiven und Wirklichkeiten
 - 4.2 Systemtheoretische Verantwortung
 - 4.3 Das neo-traditionelle Organisationsmodell
 - 4.4 Resümee und Erkenntnisnutzen
5. Teamentwicklung
 - 5.1 Theoretische Grundlagen
 - 5.2 Kulturelle Heterogenität als Ressource
 - 5.3 Ressourcenbasierte Wettbewerbsvorteile globaler Teams
 - 5.4 Kontextuelle Relativierung und kritische Würdigung
6. Verhalten in Organisationen
 - 6.1 Arbeitszufriedenheit
 - 6.2 Motivationale Orientierung
 - 6.3 Psychologischer Vertrag und Sozialisation
 - 6.4 Commitment
 - 6.5 Extra-Rollenverhalten
 - 6.6 Vertrauen
 - 6.7 Macht



- 6.8 Gruppendynamik
- 6.9 Gruppenidentität
- 6.10 Teamentwicklung
- 6.11 Betriebsklima
- 6.12 Organisationskultur
- 6.13 Persönlichkeit und Arbeitsverhalten
- 6.14 Tausch

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Das Teilmodul "Team-Entwicklung" wird extern und abseits der Hochschule in einer zweitägigen Veranstaltung in einem Hotel durchgeführt.

Besonderes

Gastreferenten, Exkursionen

Modul des Studienschwerpunkts „Dienstleistungsmanagement“

Empfohlene Literaturliste

Primärliteratur:

Bartscher, T., Stöckl, J., Träger, T.: Personalmanagement – Grundlagen – Handlungsfelder – Praxis, 1. Auflage, Pearson Studium, 2012, ISBN 978-3-86894-105-0

Bartscher, T., Stöckl, J.: Veränderungen erfolgreich managen – Ein Handbuch für Change Manager und Interne Berater, Haufe-Lexware, 1. Auflage 2011, ISBN 978-3-648-01088-4

Huczynski, A., Buchanan, D.: (2006) Organizational Behaviour: An Introductory Text: WITH CW Gradetracker Student Access Card, Verlag: Financial Times Prentice Hall, 2006, ISBN-13: 978-1405840972

Martin, A.: (2003) Organizational Behaviour - Verhalten in Organisationen, Verlag: Kohlhammer, 2003, ISBN 13: 978-3170171930

König, O., Schattenhofer, K.: Einführung in die Gruppendynamik, Verlag: Carl-Auer-Systeme, 2. aktualis. Auflage 2007, ISBN 13: 978-3896706096

Sekundärliteratur:

Adler, N. J. (2002) International dimensions of organizational behavior, Verlag: South-Western Educational Publishing



Antons, K.: Gruppenprozesse verstehen - gruppendynamische Forschung und Praxis
Verlag: Verl. für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2. durchges. Aufl. 2004
ISBN: 978-3810039804

Arnold, John with Silvester J., Patterson F., Robertson I., Cooper C., Burnes B. (2005)
Work Psychology ? Understanding Human Behaviour in the Workplace, Verlag:
Pearson Education Limited

Bender, S.: Teamentwicklung -der effektive Weg zum "Wir"
Verlag: Dt. Taschenbuch-Verl. München, 2. überarb. Aufl. 2009, ISBN: 978-
3423508582

Carrell, M. R. (1997) Fundamentals of organizational behavior, Verlag: Pearson
Education Inc.

Daft, R. L. (2001) Organizational behavior, Verlag: South-Western Educational
Publishing

Dessler, G. (2004) Management ? Principles and Practices for tomorrows Leaders,
Verlag: Pearson Education, Inc.

Fatzer, G., Jansen-H.-H.: Die Gruppe als Methode -Gruppen als Elemente nachhaltiger
Organisationen
Verlag: EHP Bergisch Gladbach 2010, ISBN: 978-3897970540

George, Jennifer M. and Jones, Gareth R. (2005) Understanding and Managing
Organizational Behavior, Verlag: Pearson Education, Inc.

Ivancevich, J. M. (1999) Organizational behavior and management, Verlag: McGraw-
Hill Companies

Kreitner, Robert (2002) Organizational behavior, Verlag: McGraw-Hill Companies

Lawrence, P. R. (2003) Driven, Verlag: Klett-Cotta, ISBN-Nr. 3-60-894239-4

Nelson, D. L. (2005) Understanding organizational behavior, Verlag: South-Western
Educational Publishing

Nerdinger, F. W. (2003) Grundlagen des Verhaltens in Organisationen Verlag:
Kohlhammer

Rechtien, W.: Angewandte Gruppendynamik -ein Lehrbuch für Studierende und
Praktiker
Verlag: Beltz, PVU, Weinheim, 4., vollst. überarb. Aufl. 2007, ISBN: 978-3621276085



Robbins, S. P. (2001) Organisation der Unternehmung, Verlag: Pearson Education Inc.

Robbins, S. P. (2005) organizational behavior, Verlag: Pearson Education, Inc.

Robbins, S. P., Coulter, M. (2005) Management, Verlag: Pearson Education, Inc.

Rollinson, Derek (2005) Organisational Behaviour and Analysis`, An integrated Approach, Verlag: Pearson Education Limited

▶ **A6107 TEAM-ENTWICKLUNG**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung, StA

▶ **A6114 TRANSAKTIONSANALYSE**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung, StA

▶ **A7103 THEORIE DES INTERNEN BEZIEHUNGSMANAGEMENTS**

Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.



**A-28 EXTERNES BEZIEHUNGSMANAGEMENT -
MARKETING, STRATEGISCHES MARKETING,
DIENSTLEISTUNGSMANAGEMENT**

Modul Nr.	A-28
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	A6108 Dienstleistungsmanagement Einführung A7104 Strategisches Marketing A7105 Dienstleistungsmarketing
Lehrende	Christopher S. Rieß Prof. Dr. Henning Schulze Jens Wallraven
Semester	6, 7
Dauer des Moduls	2 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Undergraduate
SWS	10
ECTS	16
Workload	Präsenzzeit: 150 Stunden Selbststudium: 330 Stunden Gesamt: 480 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 120 Min., schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	210 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernergebnisse erreicht:

Kurs A6108 "Dienstleistungsmanagement Einführung"

- o Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden in die Lage versetzt, den Wert von Dienstleistungen für die Volkswirtschaft und verschiedene volkswirtschaftliche Subsysteme zu verstehen und zu bewerten.
- o Die Studierenden begreifen die empirische Evidenz der Relevanz von Dienstleistungen und die Entwicklung hin zum Tertiärsektor.
- o Die Studierenden erlernen, Dienstleistungen von anderen Wirtschaftsgütern abzugrenzen und zu definieren sowie sie aus verschiedenen Blickwinkeln in Ihrer Entstehung/Produktion zu verstehen.



- o Sie kennen die Relevanz des "Produktionsfaktors" Zeit für die Ersetzung und den Konsum von Dienstleistungen und lernen die hohe Relevanz des Faktors "persönliche Beziehungsprozesse" zwischen Dienstleister und Kunden einzuschätzen.
- o Sie beschäftigen sich mit der Problematik, der Erklärung und dem Management von Qualität in Dienstleistungserstellungsprozessen.

Kurs A7105 "Dienstleistungsmarketing"

- o Aufbauen auf den Erkenntnissen und dem Wissen aus dem Kurs "Dienstleistungsmanagement Einführung" lernen die Studierenden einleitend, die Entwicklung des Dienstleistungsmarketing und der Dienstleistungsmarketingforschung.
- o Sie beschäftigen sich mit der großen Bedeutung des Faktors Mensch auf Anbieter- und Nachfragerseite und besitzen ein erweitertes Wissen über marktpsychologische Hintergründe im Dienstleistungskontext.
- o Sie kennen relevante Aspekte der Marktforschung im und für den Dienstleistungssektor.
- o Als Brücke zum dritten Kurs dieses Moduls (Strategisches Marketing) beschäftigen sich die Studierenden mit den spezifischen Zielsetzungen im Rahmen der Marketingplanung von Dienstleistungsorganisationen.
- o Sie haben einen Überblick über ausgewählte Ansätze, Instrumentarbereiche für die Arbeit im Dienstleistungsmarketing abzugrenzen und können eine marketingstrategische Planungsbasis für die Marketingarbeit von Dienstleistungsunternehmen entwerfen.
- o Im Rahmen einer Fallstudie erarbeiten sich die Studierenden in Gruppen ein vertieftes Wissen über Marketinginstrumentarbereiche und Marketinginstrumente und deren Einsatz in einer ausgewählten Dienstleistungsbranche.

Kurs A7104 "Strategisches Marketing"

- o In diesem Kurs erlernen die Studierenden die Grundlagen des Marketingmanagement, des strategisches Marketing.
- o Sie verstehen die Einbindung der strategischen Marketingplanung in die strategische Unternehmensplanung und lernen das Vorgehen im Rahmen der Erarbeitung eines strategischen Marketingplans kennen.
- o Sie kennen die Relevanz der Abgrenzung strategischer Geschäftsfelder und Ansätze diese Abgrenzung vorzunehmen.



- o Die Studierenden lernen ausgewählte Methoden zur Analyse und weitergehenden Planung von Marktdaten und Marktsituationen kennen und zu bewerten. Sie lernen das "PIMS-Program", als DAS empirische Forschungsprojekt im Bereich des strategischen Marketing kennen, mit dessen Hilfe die Interdependenzen in Märkten dargestellt und berechnet werden können.
- o Die Studierenden beschäftigen sich mit der Zielebenenpyramide und diskutieren die Auswirkungen der Entscheidungen auf die verschiedenen Marketingplanungsebenen und auf andere Funktionsbereiche der betriebswirtschaftlichen Arbeit.
- o Am Schluss des Seminars erproben die Studierenden das Gelernte im Rahmen einer Fallstudienübung anhand ausgewählter Branchenbeispiele.

Verwendbarkeit in diesem Studiengang

A-11 Marketing Einführung

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge wie bspw. der Master "Strategisches und internationales Management", "Personal- und Organisationsmanagement - PEOE" oder Master "Human Resource Management".

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Abgeschlossenes Grundstudium

Inhalt

Kurs "Dienstleistungsmanagement Einführung"

1. Dienstleistungsbezogene Grundlagen
 - 1.1. Entwicklung und Bedeutung der Dienstleistungen in modernen Volkswirtschaften
 - 1.2. Bedeutung von Dienstleistungen im betriebswirtschaftlichen Kontext
 - 1.3. Ausgewählte Rahmenbedingungen der Entwicklung des Dienstleistungsbereiches
2. Begriff, Abgrenzung und Systematisierung von Dienstleistungen
 - 2.1. Dienstleistungen vs. Service
 - 2.2. Abgrenzung der Dienstleistung von anderen Wirtschaftsgütern
 - 2.3. Ausgewählte Ansätze zur Systematisierung von Dienstleistungen
3. Die Zeit als Bestimmungsgröße im Dienstleistungsmanagement
 - 3.1. Der Begriff der Zeit
 - 3.2. Sechs Anhaltspunkte für zeitorientiertes Dienstleistungsmanagement



4. Grundlagen der Diskussion von Dienstleistungsqualität
 - 4.1. Begriff und Dimensionen der Dienstleistungsqualität
 - 4.2. Analyse- und Messverfahren zur Erfassung der Qualität von Dienstleistungen

Kurs "Dienstleistungsmarketing"

1. Grundlagen
 - 1.1. Begriff und Umfeld des Dienstleistungs-Marketing
 - 1.2. Entwicklungsphasen des Dienstleistungs-Marketing
 - 1.3. Abgrenzung des Objektbereiches
2. Informationsgrundlagen für das Dienstleistungs-Marketing
 - 2.1. Ausgewählte Gesichtspunkte des Konsumentenverhaltens
 - 2.2. Ausgewählte Aspekte der Marktforschung in Dienstleistungsunternehmen
3. Marketingmanagement von Dienstleistungsunternehmen - die Marketingstrategie
 - 3.1. Marketingstrategien im Umfeld über- und nachgeordneter Planungsstufen
 - 3.2. Ausgewählte Instrumente zur strategischen Analyse und Planung
 - 3.3. Strategische Zielsetzungen von Dienstleistungsunternehmen
 - 3.4. Zur Strategiedefinition
4. Marketingpolitische Instrumentarbereiche: Operatives Dienstleistungsmarketing
 - 4.1. Die Angebots- oder Leistungs politik
 - 4.2. Preispolitik
 - 4.3. Kommunikationspolitik
 - 4.4. Distributionspolitik
 - 4.5. Personalorientierte Marketingpolitik - Internes Marketing
5. Fallstudie

Kurs "Strategisches Marketing"

1. Einführung
 - 1.1. Abgrenzung, Definition des Objektbereiches
 - 1.2. Marketing als duales Konzept der marktorientierten Unternehmensführung
2. Planung des strategischen Marketing
 - 2.1. Gegenstand der strategischen Unternehmens- und Marketingplanung
 - 2.2. Ablauf der strategischen Unternehmensplanung, der strategischen und operativen Marketingplanung
 - 2.3. Phasen der strategischen Marketingplanung
3. Informationsgrundlagen der strategischen Unternehmens- und Marketingplanung
 - 3.1. Abgrenzung des relevanten Marktes und Bildung strategischer



Geschäftsfelder

- 3.2. Planungsmethoden in der strategischen Marketingplanung
- 3.3. Das PIMSProgramm
- 3.4. Strategische Marketingziele in der Zielhierarchie der Unternehmung

4. Marketingstrategien in situativen Kontexten / Fallstudien

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übungen

Besonderes

Gastvorträge zu ausgewählten Themenbereichen von Führungskräften namhafter Dienstleistungsunternehmen

Modul des Studienschwerpunkts „Dienstleistungsmanagement“

Empfohlene Literaturliste

Kurs "Dienstleistungsmanagement Einführung"

Benölken, H.; Greipel, P. (1994): Dienstleistungsmanagement: Service als strategische Erfolgsposition. 2. Auflage. Wiesbaden: Gabler

Bieger, T.(2002): Dienstleistungsmanagement: Einführung in Strategien und Prozesse bei persönlichen Dienstleistungen. Mit Fallstudien verschiedener Praktiker. 3. unveränderte Auflage. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt

Corsten, H.(1997): Betriebswirtschaftslehre der Dienstleistungsunternehmen: Einführung. 2., durchgesehene Auflage. München, Wien: Oldenbourg

Bruhn, M.(2001): Handbuch Dienstleistungsmanagement: von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung. Wiesbaden: Gabler

Bruhn, M. (2013): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen - Konzepte – Methoden. 9., vollst. überarb. u. erw. Auflage. Wiesbaden: Springer/Gabler

Bruhn, M; Meffert, H. (2012): Handbuch Dienstleistungsmarketing: Planung - Umsetzung – Kontrolle. Wiesbaden: Gabler

Bruhn, M.; Stauss, B. (Hrsg.) (2000): Dienstleistungsqualität: Konzepte ? Methoden ? Erfahrungen. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Gabler

Bruhn, M.; Stauss, B. (Hrsg.) (2000): Dienstleistungsmanagement Jahrbuch 2000: Kundenbeziehungen im Dienstleistungsbereich. Wiesbaden: Gabler

Gouthier, M.; Coenen, Chr.; Schulze, H.S.; Wegmann, Chr.(2007)



: Service Excellence. Eine Einführung. In: Gouthier, M.; Coenen, Chr.; Schulze, H.S.; Wegmann, Chr. (Hrsg.)(2007): Service Excellence als Impulsgeber: Strategien - Management - Innovationen ? Branchen. Festschrift zum 60. Geburtstag von Bernd Stauss. Wiesbaden: Gabler; S. 3-15

Haller, S.(2012): Dienstleistungsmanagement: Grundlagen - Konzepte - Instrumente. 5., akt. Aufl. Wiesbaden: Gabler

Maleri, R.(2008): Grundlagen der Dienstleistungsproduktion. 5., vollst. überarb.Auflage. Berlin u.a.: Springer

Meffert, H.; Bruhn, M. (2012): Dienstleistungsmarketing: Grundlagen, Konzepte, Methoden. 7., überarb. u. erw. Auflage. Wiesbaden: Gabler

Meyer, A. (Hrsg.)(1998): Dienstleistungsmarketing. Band 1: Grundlagen und Rahmenbedingungen des Dienstleistungsmarketing; Managementaspekte von Dienstleistungsanbietern; Programmatische Aspekte des Externen Marketing; Programmatische Aspekte des Internen Marketing. Stuttgart: Poeschel

Meyer, A. (Hrsg.)(1998): Dienstleistungsmarketing. Band 2: Kundengerichtete und Kundeninitiierte Prozesse des Externen Marketing; Dienstleistungen auf Beschaffungs- und Internen Märkten; Branchenkonzepte und Fallbeispiele; Zukünftige Perspektiven des Dienstleistungs-Marketing. Stuttgart: Poeschel

Schulze, H.S.(1992): Internes Marketing von Dienstleistungsunternehmen: Fundierung der Instrumentarbereiche des Internen Marketing mittels ausgewählter Konzeptbereiche der Transaktionsanalyse. Europäische Hochschulschriften: Reihe 5; Band1283. Berlin, Bern, New York, Paris, Wie: Peter Lang.

Schulze, H.S.(1995): Erhöhung der Dienstleistungsqualität durch transaktionsanalytisch orientierte Personalschulungen. In: Bruhn, M.; Stauss, B. (Hrsg.): Dienstleistungsqualität: Konzepte, Methoden, Erfahrungen. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Gabler; S.319-344.

Schulze, H.S.(1999): Die Gestaltung des internen Marketing mit Konzepten der Transaktionsanalyse. In: Bruhn, M. (Hrsg.): Internes Marketing - Schnittstelle zwischen Marketing- und Personalmanagement. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Gabler; S. 145-175

Schulze, H.S.(2007): Strokeorientiertes Management in Dienstleistungsunternehmen ? zwischenmenschliche Zuwendungen als "Treibstoff". In: Gouthier, M.; Coenen, Chr.; Schulze, H.S.; Wegmann, Chr. (Hrsg.): Service Excellence als Impulsgeber: Strategien - Management - Innovationen ? Branchen. Festschrift zum 60. Geburtstag von Bernd Stauss. Wiesbaden: Gabler; S.441-462

Schulze, H.S.(2002): Beziehungsmanagement - Vertrieb als persönlicher Kontakt zwischen Menschen. In: Pepels, W. (Hrsg.): Handbuch Vertrieb. München: Haupt; S. 137-157



Stauss, B.; Schulze, H.S.(1990): Internes Marketing. In: Marketing (Zeitschrift für Forschung und Praxis), 12.Jg.(1990), H.3; S.149-158

Schulze, H.S. (2013): Die Psychodynamik von (Un)-Zufriedenheit. In: Hofbauer, G.; Pattloch, A.; Stumpf, M. (Hrsg.): Marketing in Forschung und Praxis. Berlin: Uni-edition; S.1085-1102

Stauss, B. (1991): Dienstleister und die vierte Dimension, in: Harvard Business Manager, 13. Jg., Nr. 2, S. 81 - 89. Wiederabdruck in: Corsten, H. (Hrsg.) (1994): Integratives Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Gabler, S. 447-463

Kurs "Dienstleistungsmarketing"

Bruhn, M.; Meffert, M. (Hrsg.)(1998): Handbuch Dienstleistungsmanagement: von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung. Wiesbaden: Gabler.

Bruhn, M.; Stauss, B. (Hrsg.)(2000): Dienstleistungsmanagement Jahrbuch 2000: Kundenbeziehungen im Dienstleistungsbereich. Wiesbaden: Gabler.

Meffert, H.; Bruhn, M. (2002): Exzellenz im Dienstleistungsmarketing: Fallstudien zur Kundenorientierung. Wiesbaden: Gabler.

Meffert, H.; Bruhn, M.(2009): Dienstleistungsmarketing: Grundlagen, Konzepte, Methoden, Fallstudien. 6., vollständig neubearbeitete Auflage. Wiesbaden: Gabler.

Meffert, H.; Bruhn, M. (2012): Dienstleistungsmarketing: Grundlagen, Konzepte, Methoden. 7., überarb. u. erw. Auflage. Wiesbaden: Gabler

Meyer, A. (Hrsg.)(1998): Dienstleistungsmarketing. Band 1: Grundlagen und Rahmenbedingungen des Dienstleistungsmarketing; Managementaspekte von Dienstleistungsanbietern; Programmatische Aspekte des Externen Marketing; Programmatische Aspekte des Internen Marketing. Stuttgart: Poeschel.

Meyer, A. (Hrsg.)(1998): Dienstleistungsmarketing. Band 2: Kundengerichtete und Kundeninitiierte Prozesse des Externen Marketing; Dienstleistungen auf Beschaffungs- und Internen Märkten; Branchenkonzepte und Fallbeispiele; Zukünftige Perspektiven des Dienstleistungs-Marketing. Stuttgart: Poeschel.

Pepels, W. (Hrsg.)(2003): Betriebswirtschaft der Dienstleistungen: Handbuch für Studium und Praxis. Herne, Berlin.

Schulze, H.S.(1992): Internes Marketing von Dienstleistungsunternehmen: Fundierung der Instrumentarbereiche des Internen Marketing mittels ausgewählter Konzeptbereiche der Transaktionsanalyse. Europäische Hochschulschriften: Reihe 5; Band1283. Berlin, Bern, New York, Paris, Wien: Peter Lang.

Schulze, H.S.(1993): Dienstleistungswerbung - Ursachen, Anforderungen und Lösungsansätze der externen Massenkommunikation von Dienstleistern am Beispiel



ausgewählter Print-Kampagnen. In Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 39. Jg.(1993), H.2; 139-164

Schulze, H.S.(1995): Die Gestaltung des internen Marketing mit Konzepten der Transaktionsanalyse. In: Bruhn, M. (Hrsg.): Internes Marketing ? Schnittstelle zwischen Marketing- und Personalmanagement. Wiesbaden: Gabler; S. 145-175

Schulze, H.S.(2002): Beziehungsmanagement - Vertrieb als persönlicher Kontakt zwischen Menschen. In: Pepels, W. (Hrsg.): Handbuch Vertrieb. München : Hanser

Stauss, B.; Schulze, H.S.(1990): Internes Marketing. In: Marketing (Zeitschrift für Forschung und Praxis), 12.Jg.(1990), H.3; S.149-158

Stauss, B.(2002): Professionelles Dienstleistungsmanagement, eine Herausforderung für alle Unternehmen: Marketing-Mix durch dienstleistungsspezifische Instrumente anreichern. In: FAZ, o.Jg.(2002),Nr.5, S.21

Kurs: "Strategisches Marketing":

Meffert, H.: Marketing-Management: Analyse; Strategie; Implementierung. Wiesbaden: Gabler 1994. (S. 1-200)

Meffert, H.; Bruhn, M.; Hartwich, K.: Dienstleistungsmarketing: Grundlagen - Konzepte – Methoden. 8., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer 2015

Becker, J: Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements. 10., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: Vahlen, 2013.

Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 4., überarbeitete und erweiterte Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler, 2012

Homburg, C.; Küster, S; Krohmer, H.: Marketing Management: Contemporary Perspective. New York: Mcgraw-Hill Higher Education, 2012.

Schulze, H.S.: Strategisches Marketing. In: o. Hrsg. (Hrsg.): Entscheiden – Führen – Handeln im globalen Wettbewerb: ein Kompendium des aktuellen Management Know-hows. Norderstedt: Books on Demand 2008; S.326-347

Schulze, H.S.; Billig, A.: Strategisches Marketing und Marketingmanagement. Schriftlicher Lehrgang Marketing in 8 Lektionen zum Zertifikat; Lektion 2. Freiburg: Haufe 2009

▶ A6108 DIENSTLEISTUNGSMANAGEMENT EINFÜHRUNG

Prüfungsarten



schr. P. 90 Min.

▶ **A7104 STRATEGISCHES MARKETING**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A7105 DIENSTLEISTUNGSMARKETING**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-29 INTERNATIONALES PRODUKTMANAGEMENT UND RECHT IM MARKETING/VERTRIEB

Modul Nr.	A-29
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Zich
Kursnummer und Kursname	A6109 Internationales Produkt- und Lösungsmanagement A6110 Wettbewerbsrecht und Werbegestaltung
Lehrende	Christina Heigl Thomas Leukel Harald Mayrhofer Christian Reichel Prof. Dr. Josef Scherer Ulrike Schott Volker Steubing Jesko Trahms Thomas Vilsmaier Prof. Dr. Christian Zich
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	8
ECTS	12
Workload	Präsenzzeit: 120 Stunden Selbststudium: 240 Stunden Gesamt: 360 Stunden
Prüfungsarten	StA
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Während das Modul A 30 Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement die Vermarktung in Form von Werbekampagnen, Vertriebskanälen abdeckt, die ein Unternehmen anstoßen muss, um die Vermarktung vorzubereiten und effizient durchzuführen umfasst, konzentriert sich dieses Modul A 29 Internationales Produktmanagement und Recht im Marketing/Vertrieb auf die Grundlagen und die rechtliche Absicherung der Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen.

A6109 Internationales Produkt- und Lösungsmanagement:



Die Basis für jegliche Aktivitäten eines Unternehmens ist die Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen. Ohne deren Definition und Markteinführung ist kein unternehmerisches Handeln vorstellbar.

- o Die Studierenden lernen die verschiedenen, theoretischen wie praxisrelevanten Aspekte der Definition von Kernkompetenzen, der Festlegung von Produktprogrammen und der konkreten Begleitung von einzelnen Produkten durch deren Lebenszyklus kennen.
- o Die Studierenden erwerben Methodenkenntnisse in den verschiedenen Lebenszyklus-Phasen des Produktmanagements:
 - o Strategische Ebene: Definition, Planung und Beurteilung von Kernkompetenzfeldern
 - o Operative Ebene 1: Bestimmungen der Breite und Tiefe des Sortiments- und Produktprogramms sowohl für Dienstleistungsbranchen als auch für die Industrie
 - o Operative Ebene 2: Definitionen und kundenorientierte Gestaltung konkreter Produkte und Dienstleistungen
- o Die Studierenden wenden die erworbenen Kenntnisse in praxisorientierten Fallstudien an.
- o Durch die Anwendung der erworbenen Kenntnisse identifizieren die Studierenden Kundenanforderungen und setzen diese in konkrete Produkte und Dienstleistungen um.
- o Die Studierenden können durch die Anwendung der erworbenen Kenntnisse alle Entscheidungen im Verlauf eines Produktlebenszyklus praxisnah fällen.

A6110 Produkthaftung, Vertrags- und Wettbewerbsrecht

- o Die Studierenden werden in der Veranstaltung in die Lage versetzt, die Verknüpfungen und Anforderungen von Recht, Betriebswirtschaft und Technik in den Unternehmensbereichen "*Einkauf* und *Vertrieb*" zu erkennen, darstellen (vermitteln) zu können und Probleme dieser Abteilungen einer Lösung zuzuführen.
- o Das (rechtliche) Organisations- und Prozessmanagement inkl. dem Erstellen einschlägiger Verfahrensanweisungen sowie die Vorgaben von Qualitätsmanagement, Risiko- und Compliancemanagement, aber auch die wesentlichen Soft-Skills für das erfolgreiche Leiten der Abteilungen sollten dem Absolventen dieses Moduls vertraut sein, im optimalen Fall von ihm beherrscht werden.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen



Die Lehrveranstaltung "Produkthaftung, Vertrags- und Wettbewerbsrecht" kann in *allen* sonstigen technischen und betriebswirtschaftlichen Studiengängen verwendet werden, da das Wissen über Governance und Compliance sowie die Rechte und Pflichten von Managern und sonstigen Führungskräften in Vertrieb und Marketing nahezu unverzichtbar für „ordentliches und gewissenhaftes“ Management – egal in welchem Kernkompetenzbereich oder welcher Branche - ist.

Aufgrund der spezifischen und vertiefenden Ausrichtung ist die Lehrveranstaltung "Internationales Produkt- und Lösungsmanagement" nicht geeignet, in anderen Bachelor-Studiengängen an der eigenen Hochschule eingesetzt zu werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

- o Grundlegende Kenntnisse im Marketing
- o Grundzüge des Vertrags- und Produkthaftungsrechts sowie des Risikomanagements
- o Das Modul baut auf der Vorlesung A3102 "Marketing Einführung", A2101 „Arbeitstechniken“, A2109 „Schuldrecht“, A3110 „Unternehmensrecht“, sowie A6105 „Arbeits- und Sanierungsrecht“ auf.

Inhalt

A6109 Internationales Produkt- und Lösungsmanagement

- 1.Strategisches Produktmanagement
 - 1.1 Bestimmung der strategischen Rahmenbedingungen
 - 1.2 Ansätze zur Bestimmung von Kernkompetenzen und Innovationsfeldern
- 2.Programm- und Sortimentsentscheidungen
 - 2.1 Übersicht: Zusammenführen von Roadmaps, Kompetenzfeldentwicklung, Produktlinienentscheidungen und Marktsegmentierung
 - 2.2 Roadmap
 - 2.3 Ableitung von Marktsegmenten
 - 2.4. Strategische Programmentscheidungen
- 3.Operatives Produktmanagement
 - 3.1 Phasen des operativen Solution-/Productmanagements
 - 3.2 Vorgehensweisen bei der Definition und Evaluierung von Quellen für Kundenanforderungen
 - 3.3 Use-Case-Definition und Requirements Engineering
 - 3.4 QFD
- 4.Markteinführung und Marktphasenoptimierung

A6110 Produkthaftung, Vertrags- und Wettbewerbsrecht



1. Rechtliches Organisations- und Prozessmanagement in Einkauf und Vertrieb (E/V)
2. Unternehmensexposé (Abteilungsaufbau) in E/V
3. Anforderungen des Qualitätsmanagements nach DIN ISO 9001 (2008) an E/V
4. Anforderungen des Risikomanagements nach DIN ISO 31 000 (2008) und ONR 49 000 (2008) ff. an E/V mit jeweiligen SWOT-Analysen
5. Anforderungen des Compliancemanagements in E/V, insbesondere:
 - 5.1 Vertragsmanagement in E/V inklusive Qualitätssicherungsvereinbarungen
 - 5.2 Produkthaftungsrisikomanagement inklusive Beschwerdemanagement und Rückrufmanagement
 - 5.3 Kartellrecht in E/V
 - 5.4 Werberecht in E/V
6. Personal in E/V

Human Resources Risiko- und Compliance-management inkl. Soft-Skills (HuReRiCo) in
E/V QM/Soft-Skills/Risiko- und Compliance-management im Bereich Personal in E/V, inklusive
7. Krisenmanagement in E/V
 - 7.1 Anforderungen an Sanierungskonzepte nach IDW-Standard in E/V
 - 7.2 Ansatzpunkte zur Restrukturierung/Sanierung in E/V
 - 7.3 Insolvenzprophylaxe gegenüber Vertragspartner in E/V
 - 7.4 Business Continuity in E/V
8. Themenbezogener Praxisbericht von Abteilungsleitern E/V oder Unternehmern
9. Prozessanalyse bei der Kammer für Handelssachen
10. Internationale Bezüge

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung, Fallstudien, vorlesungsbegleitende Projekte

Besonderes

Den Teilnehmern wird im Kurs „Produkthaftung, Vertrags- und Wettbewerbsrecht“ die Möglichkeit angeboten, sich über bestimmte Themen/ Bereiche/ aktuelle Rechtsprechung auch über den eigentlichen Unterricht hinaus via mail zu informieren. Damit soll selbst nach Abschluss des Studiums der (ehem.) Teilnehmer die Gelegenheit erhalten, für aktuelle Probleme, Fragen im Praxisalltag eine Antwort zu erhalten.

Bei Bedarf werden auch Materialien wie Urteile, Statistiken etc. überlassen.

Empfohlene Literaturliste



A6109 Internationales Produkt- und Lösungsmanagement

Ohmae, K.: The mind of the strategist, New York, usw., 1982

Trott, P.: Innovation Management and New Product Management, Harlow, 2002

Hollensen, S.: Global Marketing, Harlow, 2001

Gause, D. C./Weinberg, G. M.: Exploring Requirements; Quality before Design, New York, 1989

Kulak, D./Guiney, E.: Use Cases - Requirements in Context, Boston, usw., 2002

Rupp, C.: Requirements Engineering, München, Wien, 2004

Cohen, L.: Quality Function Deployment - How to make QFD work for you, Massachusetts, 1995

A6110 Produkthaftung, Vertrags- und Wettbewerbsrecht

Literatur zur Einführung:

Scherer/Friedrich/Schmieder/Koller/Scholz: Wer den Schaden hat ... Unverzichtbares Praxiswissen zur Vermeidung der Produktfehlerhaftung, Band 1, 2. Auflage, 2006

Scherer/Friedrich/Schmieder/Koller: Wer den Schaden hat ... Unverzichtbares Praxiswissen zur Vermeidung der Produktfehlerhaftung, Band 2, 2. Auflage, 2006

Scherer/Mühlbauer/Unterwiener et. al.: Den Rücken frei: No risk, much fun! Praxiswissen Risiko- und Compliance-management, 2007

Scherer/Grziwotz/Kittl: Praxis des gewerblichen Rechtsschutzes und des Wettbewerbsrechts, 2006

Hauschka: Corporate Compliance, Handbuch der Haftungsvermeidung im Unternehmen
§ 17: Compliance-Organisation in den Bereichen Marketing und Sales
Ausgabe 2007,

Buth/Hermann: Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz, Kapitel: Ansätze zur Restrukturierung / Sanierung in Einkauf / in Vertrieb, 3. Auflage, 2008

Literatur zur Vertiefung:

Münchhausen v. M.: Verkaufen mit dem inneren Schweinehund, 2007



Fisher R./Ury W./Patton B.: Das Harvard-Konzept, Der Klassiker der Verhandlungstechnik
23. Auflage, 2009

Mihaly Csikszentmihalyi: Flow im Beruf, Das Geheimnis des Glücks am Arbeitsplatz,
2004

Wieczorek M./Naujoks U./Bartlett B.: Business Continuity, Notfallplanung für
Geschäftsprozesse, 2003

▶ **A6109 INTERNATIONALES PRODUKT- UND
LÖSUNGSMANAGEMENT**

Prüfungsarten

StA

▶ **A6110 WETTBEWERBSRECHT UND WERBEGESTALTUNG**

Prüfungsarten

StA



A-30 INTERNATIONALES VERTRIEBS- UND KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT

Modul Nr.	A-30
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Zich
Kursnummer und Kursname	A7106 IT-Unterstützung in Marketing und Vertrieb A7107 Internationales Vertriebsmanagement A7108 Globale Markenführung und Internationale Marketingkommunikation
Lehrende	Thomas Albert Stefan Eller Prof. Dr. Herbert Fischer Thomas Leukel Ulrike Schott Thomas Vilsmaier Prof. Dr. Christian Zich
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	12
ECTS	18
Workload	Präsenzzeit: 180 Stunden Selbststudium: 360 Stunden Gesamt: 540 Stunden
Prüfungsarten	StA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernergebnisse erreicht:

A7106 IT-Unterstützung in Marketing und Vertrieb:

Die Lehrveranstaltung soll die Studierenden in die Lage versetzen, Theorien, Modelle, Konzepte und Methoden des Vertriebs an einer exemplarischen ERP- und/oder CRM-Anwendung des Vertriebs zu reflektieren.

- o Sie sind in der Lage die unterschiedlichen Softwareanwendungen, die im Vertrieb zur Anwendung kommen, zu klassifizieren und gegeneinander abzugrenzen.



- o Die Studierenden verstehen, wie Unternehmen, speziell die Vertriebsorganisation, in DV-Systemen abgebildet werden.
- o Sie kennen die Daten, die vom Vertrieb benötigt werden (Stammdaten) bzw. die bei der Abwicklung der Vertriebsprozesse entstehen (Bewegungsdaten).
- o Sie sind in der Lage, die wesentlichen Prozesse des Vertriebs in Anwendungssystemen nachzuvollziehen.
- o Aufbauend auf den theoretischen Grundlagen sind die Studierenden in der Lage, die operative Vertriebsabwicklung mittels IT-Systemen durchzuführen und über Auswertefunktionalitäten (Datawarehouse, Vertriebsinfosystem) die notwendigen Daten für die Vertriebssteuerung zur Verfügung zu stellen.
- o Für ihre spätere berufliche Tätigkeit werden die Studierenden befähigt, sich schnell in die verwendeten Anwendungssysteme einzuarbeiten und damit die fachliche Kompetenz für alle Positionen im Vertrieb zu besitzen.
- o Inhalte der einzelnen Lehrveranstaltungen

Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen: die Studierenden sind nach Beendigung des Moduls in der Lage, eine ganz konkrete Vertriebsstrategie und deren Umsetzung nicht nur theoretisch zu begreifen sondern auch in der Praxis umsetzen zu können. In gleicher Art und Weise sind die Studierenden in der Lage eine Werbekampagne, beginnend bei der Markenführung bis zu konkreten Umsetzung in Form von Medien zu planen, mit Werbeagenturen abzustimmen und zum laufen zu bringen. Dabei integriert sich das Wissen zur IT-Unterstützung in Marketing und Vertrieb ideal, denn die Studierenden sind in der Lage die IT-Tools richtig einzusetzen und anzuwenden.

A7107 Internationales Vertriebsmanagement:

Jedes Konsumgüter-, Investitionsgüter- und Handelsunternehmen muss über verschiedene Vertriebskanäle den Transfer von Produkten und Dienstleistungen zum Kunden managen.

- o Die Studierenden lernen die verschiedenen, theoretischen wie praxisrelevanten Aspekte der Entwicklung von globalen Markteintrittsstrategien und deren Umsetzung in Form von konkreten Vertriebskanälen kennen.
- o Die Studierenden erwerben Kenntnisse, die später im Beruf die Voraussetzung für eine erfolgreiche Tätigkeit im Marketing und Vertrieb sind:
 - o 1. Strategische Ebene: Definition, Planung und Gestaltung von Internationalen Markteintrittsstrategien und Bestimmung der Vertriebskanäle
 - o 2. Operativer Vertrieb 1: Gestaltung und Optimierung des Internet- und Direktvertriebs.
 - o 3. Operativer Vertrieb 2: Gestaltung und Optimierung des Vertriebs über Händlerorganisationen/Einzelhandel



- o 4. Gestaltung und Optimierung der Zusammenarbeit mit internationalen Vertriebspartnern
- o Die Studierenden wenden die erworbenen Kenntnisse in praxisorientierten Fallstudien an.
- o Durch die Anwendung der erworbenen Kenntnisse können die Studierenden erfolgreich Vertriebskanäle zu entwickeln und zu kontrollieren.

A7108 Globale Markenführung und internationale Marketingkommunikation:

Eine starke, global ausgerichtete Marke und effiziente Werbekampagnen sichern die Wahrnehmung der Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens durch die Kunden und bereiten den Weg für den späteren Verkaufserfolg.

- o Die Studierenden kennen die verschiedenen theoretischen wie praxisrelevanten Aspekte der Definition von international orientierten Marken und deren Umsetzung in Form von konkreten Werbekampagnen.
- o Die Studierenden erwerben folgende Kenntnisse, die später im Beruf die Voraussetzung für ein erfolgreiches Marketing sind:
 - o Strategische Ebene: Definition, Planung, auf Volksvertretung an von starken, global orientierten Marken
 - o Operative Ebene 1: Planung, Budgetierung und zielgruppengerechte Gestaltung des Kommunikationsprogramms/des Kommunikations-Mix.
 - o Operative Ebene 2: Gestaltung konkreter Medien und Werbekampagnen, Briefing von Werbeagenturen und Kontrolle des Erfolges der Werbekampagnen.
 - o Operative Ebene 3: die gerichtete Steuerung und Gestaltung der mehrstufigen Kommunikation (gezielter Einsatz von Peers, Mund-zu-Mund-Propaganda, Newsletter und moderne Medien).
- o Die Studierenden sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse in praxisorientierten Fallstudien anzuwenden.
- o Die Studierenden sind durch die Anwendung der erworbenen Kenntnisse in der Lage, erfolgreiche Werbekampagnen zusammen mit den Werbeagenturen zu entwickeln und zu kontrollieren.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul baut auf der Vorlesung "Marketing Einführung" (A-11) auf. Aufgrund der spezifischen und vertiefenden Ausrichtung ist dieses Modul nicht geeignet, in anderen Studiengängen an der eigenen Hochschule eingesetzt zu werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen



Grundkenntnisse im Marketing

Inhalt

Während das Modul A-29 "Internationales Produktmanagement und Recht im Marketing/Vertrieb" die Grundlagen und die rechtliche Absicherung der Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen umfasst, konzentriert sich das Modul A-30 "Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement" auf die Vermarktung in Form von Werbekampagnen, Vertriebskanälen. In diesem Modul werden alle Aktivitäten abgedeckt, die ein Unternehmen anstoßen muss, um die Vermarktung vorzubereiten und effizient durchzuführen.

A7106 IT-Unterstützung in Marketing und Vertrieb:

I. ERP-Systeme

- 1 ERP-ÜBERBLICK
- 2 BEISPIELE BRANCHENÜBERGREIFENDER ERP-SYSTEME
- 3 BRANCHENSPEZIFISCHE ERP-SYSTEME
- 4 EINFÜHRUNG UND AUSWAHL VON ERP-SYSTEMEN
- 5 FALLSTUDIEN

II. Vertriebsprozesse am Beispiel eines ERP-Systems

- 1 ÜBERBLICK ZUM EINEM AUSGEWÄHLTEN ERP-SYSTEM
- 2 ÜBERBLICK VERTRIEB
- 3 VERKAUF, VERSAND UND FAKTURIERUNG
- 4 AUFBAUORGANISATION
- 5 STAMMDATEN
- 6 BEWEGUNGSDATEN (BELEGE)
- 7 PROZESSE
- 8 SCHNITTSTELLEN
- 9 FALLSTUDIEN

III. CRM

- 1 CRM-SYSTEME
- 2 FALLSTUDIEN

IV. Managementinformatinssysteme

- 1 MANAGEMENT-INFORMATIONSSYSTEME
- 2 SAP R/3: LOGISTIKINFORMATIONSSYSTEM
- 3 FALLSTUDIEN

Grundlagen der grafischen Gestaltung

- o arbeiten mit Photoshop
- o arbeiten mit einem Vektor-Grafikprogramm



A7107 Internationales Vertriebsmanagement:

- 1) Markteintrittsstrategien und Bestimmung der Vertriebskanäle
 - a) Entwicklung einer Vertriebsstrategie auf Basis der Gesamtstrategie
 - b) Entscheidungen auf dem Weg zur Regionalstrategie
 - c) Formen der vertrieblichen Markteintrittsstrategie
 - d) Beispiele für internationale Vertriebsstrukturen
- 2) Operativer Vertrieb 1: Internet- und Direktvertrieb
 - a) Internationaler Direktvertrieb
 - b) Internetvertrieb
- 3) Operativer Vertrieb 2: Handel/Einzelhandel
 - a) Geographische Positionierung
 - b) Erfolgsfaktoren des Handels: Kombination aus persönlichem Gespräch und Layout
 - c) Case: Micro-Optimierung im Einzelhandel
 - d) Führung von Handels-/Einzelhandelkanälen
- 4) Internationale Vertriebspartner
 - a) Typen von Vertriebspartnern, deren Aufgaben und Strukturen
 - b) Vertriebspartneroptimierung
 - c) Cases
 - d) Führung von Vertriebspartnern

A7108 Globale Markenführung und internationale Marketingkommunikation

- 1) Globale Markenführung
 - a) Definitionen
 - b) Brandingmethoden und -entscheidungen
 - c) Wettbewerbsvorteile durch Globale Markenführung
- 2) Kommunikationsmix
 - a) Definitionen, Begriffe
 - b) Entscheidungen im Kommunikationsmix
- 3) Operative Planung und Durchführung von internationalen Kampagnen
 - a) Entscheidungen im Rahmen des operativen Kampagnen- und Mediendesigns
 - b) Medienmix
 - c) Operative Gestaltung einzelner Medien und Briefing von Werbeagenturen
 - d) Werbeerfolgskontrolle
- 4) Die mehrstufige Kommunikation im modernen, internationalen Marketing
 - a) Definitionen, Begriffe
 - b) Referenzen, Multiplikatoren und Peers
 - c) Guerilla-Marketing
 - d) Verschiedene Arten von Communities

Lehr- und Lernmethoden



- o Seminaristischer Unterricht, Übung, Fallstudien, vorlesungsbegleitende Projekte
- o Unterrichtsbegleitende Projekte zu Vertriebs- und Werbethemen

Besonderes

Aufgrund der Struktur des Kursteiles IT-Unterstützung in Marketing und Vertrieb und der detaillierten Beschreibung der Fallstudien können diese auch ohne Betreuung in Form der virtuellen Lehre durchgeführt werden. Die Aufteilung in Präsenz- und virtuelle Anteile wird im Studienplan näher geregelt.

Empfohlene Literaturliste

A7108 Globale Markenführung und internationale Marketingkommunikation

Aaker, D. A.: Building strong brands, London, 2002

Belch, M. A./Belch, G. E.: Advertising and Promotion - An integrated marketing communications perspective, Boston, 2003

Esch, F.-R. (Hrsg.): Moderne Markenführung, Wiesbaden, 2005

Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, München, 2003

Grede, A.: Texten für das Web, Erfolgreich werben, erfolgreich verkaufen, München, Wien, 2003

Hofsäss, M./Engel, D.: Mediaplanung, Berlin, 2003

Hollensen, S.: Global Marketing, Harlow, 2001

James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard: Consumer Behaviour, London, 2004

Jim Blythe: Principles and Practice of Marketing, London, 2005

Kroeber-Riel, W.: Bildkommunikation, München, 1996

Krug, S.: Don't make me think. A common sense approach to web usability, Berkely, 2000

Reichheld, F.: The Loyalty Effect, Boston, 1996

Ries, A/Ries, L.: 22 immutable laws of branding, New York, 1998

Tybout, A. M./Calbins, T.: Kellog on Branding, Hoboken, 2005



Wirth, T.: Missing Links, München, Wien, 2004

A7107 Internationales Vertriebsmanagement:

Albaum, G./Strandskov, J./Duerr, E.: Internationales Marketing und Exportmanagement, München, 2001

Cheverton, P.: Key Account Management: Tools and Techniques for Achieving Profitable Key Supplier Status (Key Account Management: Tools & Techniques for Achieving Profitable, London, 2008

Häberle, S. G. (Hrsg.): Handbuch für Kaufrecht, Rechtsdurchsetzung und Zahlungssicherung im Ausland, München, 2002

Jolles, R. L.: Customer Centered Selling, New York, 2000

Kreuz, P./Förster, A./Schlegelmilch, B. B.: Customer Relationship im Internet, Wien, 2001

Krumm, R./Geissler, C.: Outbound-Praxis. Aktives Verkaufen am Telefon erfolgreich planen und umsetzen, 2. Auflage, Wiesbaden, 2005

Rackham, N.: SPIN Selling, New York, usw., 1988

Underhill, P.: Warum kaufen wir. Die Psychologie des Konsums, München, 1999

Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb: Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung, München, 2008

Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM), München, 2003

A7106 IT-Unterstützung in Marketing und Vertrieb

Einkauf mit SAP MM. Prozesse, Funktionen, Customizing, Galileo Press, 2007

Frick, D.; Gadatsch, A., Schäffer-Külz, U. G., Grundkurs SAP ERP, Vieweg Verlag, 2008

Grundkurs SAP ERP, Vieweg, 2008

Hansen, R. H., Neumann, G.; Wirtschaftsinformatik 1; 9. Auflage, Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH, 2005



Hippner H., Wilde K. D., Grundlagen des CRM: Konzepte und Gestaltung; 2. Ausgabe, Gabler Verlag, 2006

Logistikprozesse mit SAP R/3, Vieweg, 2005

Online-Hilfe der SAP AG unter: <http://help.sap.com>; Abrufdatum: 04.01.2009

Stahlknecht, P.; Hasenkamp, U.; Einführung in die Wirtschaftsinformatik, 11. Auflage, Springer Verlag, Berlin Heidelberg 2005

Vertrieb mit SAP, Galileo Press, 2007

Winkelmann, P.; Marketing und Vertrieb, 4. Auflage, Oldenbourg 2004

▶ **A7106 IT-UNTERSTÜTZUNG IN MARKETING UND VERTRIEB**

Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.

▶ **A7107 INTERNATIONALES VERTRIEBSMANAGEMENT**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung, StA

▶ **A7108 GLOBALE MARKENFÜHRUNG UND INTERNATIONALE MARKETINGKOMMUNIKATION**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung, StA



A-31 EINKAUF UND VERTRAGSRECHT

Modul Nr.	A-31
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Leinz
Kursnummer und Kursname	A6111 Strategische Beschaffung A6118 Compliance im Einkauf
Lehrende	Prof. Dr. Jürgen Leinz Dieter Rettner Prof. Dr. Josef Scherer
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Wahlfach
Niveau	undergraduate
SWS	8
ECTS	12
Workload	Präsenzzeit: 120 Stunden Selbststudium: 240 Stunden Gesamt: 360 Stunden
Prüfungsarten	StA, LN
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach Absolvieren des Moduls Einkauf und Vertragsrecht haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

A61111 Strategische Beschaffung:

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse des Einkaufs in Unternehmen und werden dadurch in die Lage versetzt, operative Verantwortung zu übernehmen und bei Bewährung in Führungspositionen aufzusteigen. Die Studierenden werden befähigt, neben den vermittelten operativen Kenntnissen auch strategisches Denken und Handeln vor dem Hintergrund einer sich verstärkenden Globalisierung anzuwenden.

Lernergebnisse der Lehrveranstaltung A6118 „Produkthaftung und Vertragsrecht“ (Governance und Compliance im Einkauf):

- o Die Teilnehmer können in den Bereichen *Governance und Compliance im Einkauf* inklusive *Manager-* (Vorstand, Geschäftsführer, Aufsichtsrat, Kaufmann) *Compliance in Bezug auf Einkauf* grundlegende Kenntnisse erwerben und sind in der Lage, praxisrelevante Problemstellungen aus diesen Bereichen einer betrieblich



organisatorischen Lösung, bei Standardproblemen unter Umständen sogar in Form von Verfahrensanweisungen zuzuführen.

- o Die Studierenden verstehen und stellen bzgl. exemplarisch ausgewählter Problemstellungen auch die Darlegung des (neuesten) "Standes von Wissenschaft und Technik" mit etwaigen Gegenmeinungen und Argumentationskenntnissen dar.
- o Die Studierenden sind in der Lage, die behandelten Themen den jeweiligen Modulen eines zu implementierenden ganzheitlichen Governance- Managementsystems zuzuordnen und die Aufbau- und Ablauforganisation mit entsprechenden Schritten anzureichern.
- o Problemfälle sind über Business Continuity Management (im 6. Semester) und bereits jetzt über die Methode der richterlichen Falllösungsmethode lösbar.
- o Das erworbene Wissen kann über Soll-Ist-Vergleiche und Handlungsempfehlungen in Unternehmen umgesetzt werden.
- o Die Teilnehmer sind befähigt, Sachverhalte und Aufgabenstellungen dem passenden Bereich im Unternehmen oder Umfeld zuzuordnen und die Schnittstellen zu anderen Funktionen zu erkennen. Mittels SWOT-Analysen, Soll-Ist-Vergleichen, etc. sind die Teilnehmer in der Lage, Handlungsempfehlungen zur Steuerung von Governance-Risiken abzugeben.
- o Die Teilnehmer kennen die Methoden von Audits und orientieren sich bzgl. der einschlägigen Themen primär am „Aktuellen Stand von Gesetzgebung und Rechtsprechung (Compliance)“ und sekundär am „Anerkannten Stand von Wissenschaft und Praxis“. Dabei ziehen sie die ihnen dem Grunde nach bekannten Standards (Regelwerken (internationaler) institutionalisierter Sachverständigen-Gremien) (z.B. DIN/ISO/COSO/IDW/etc.) heran.
- o SWOT-Analysen und Soll-Ist-Vergleiche im Rahmen von praktischer Tätigkeit im Unternehmen (Praktika/duales Studium/Werksstudentenstatus/etc.) oder anhand von Case-studies ermöglichen dem Studierenden, im Berufsleben die Organisation von Unternehmen oder Teilbereichen zu verbessern.
- o Die Studierenden kennen das Basiswissen, um mit einer Fachdisziplin vertraut zu sein oder Probleme in dieser Disziplin lösen zu können. Beispiele: Kenntnis der Terminologie, spezifische Details und Elemente.
- o Das Wissen bzgl. möglicher differierender Terminologien ist breit vorhanden. Bzgl. sonstigen Faktenwissens steht die Beherrschung der Methode zur Erlangung aktuellen Faktenwissens mittels diverser moderner Informationstechnologien im Vordergrund.
- o Die Kenntnis und das Beherrschen der Methode, Sachverhalte und Wissen zunächst in angemessenen übergreifenden Zusammenhang darzustellen und Detail-Wissen nachvollziehbar in logischer Ableitung zutreffend einzuordnen, wird bzgl. sämtlicher Grundzüge der vermittelten Lernergebnisse als Ziel gesetzt.



- o Die Kenntnisse über die einschlägigen Tools und Methoden sowie deren kritische Hinterfragung durch Differenzierung zwischen Thesen und Fakten können bzgl. der vermittelten Inhalte zutreffend wiedergegeben werden.
- o Durch einen in der Lehrveranstaltung vermittelten und von Studierenden verstandenen multifunktionalen, interdisziplinären Ansatzes (Recht, BWL, Technik, Psychologie, Soziologie) wird den Studierenden unterschiedliche Sichtweisen und Erkenntnisse bzgl. der Subjekte und Objekte des (Wirtschafts-) Lebens sowie auch bzgl. der eigenen Person vermittelt.
- o Die aufgrund der eingetretenen Globalisierung vermittelten Inhalte mit internationalen Bezug schulen den Teilnehmer, Themen im internationalem Kontext zu beleuchten (z.B. internationales Recht, internationale Standards (z.B. ISO/COSO/etc.)).

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Die Lehrveranstaltung kann in *allen* sonstigen technischen und betriebswirtschaftlichen Studiengängen verwendet werden, da das Wissen über Governance und Compliance sowie die Rechte und Pflichten von Managern und sonstigen Führungskräften in der Beschaffung von Produkten und Leistungen nahezu unverzichtbar für „ordentliches und gewissenhaftes“ Management – egal in welchem Kernkompetenzbereich oder welcher Branche - ist.

Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge wie bspw. der Master "Strategisches und internationales Management" oder "Generell Management".

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Grundlagenmodul "Material- und Produktionswirtschaft" im 2. Semester

Inhalt

A6111 Strategische Beschaffung:

Das Modul vermittelt Kenntnisse aus den Bereichen Einkaufsorganisation, Einkaufsstrategie, Make-or-Buy, Beschaffungsmarktforschung, Rahmenverträge, Global Sourcing, Lieferantenmanagement, Verhandlungsführung sowie ausgesuchte Methoden der zur Realisierung von Kostensenkungspotentialen.

A6118 Vertragsrecht und Produkthaftung

1. Rechtliches Organisations- und Prozessmanagement in Einkauf und Vertrieb (E/V)
2. Unternehmensexposé (Abteilungsaufbau) in E/V
3. Anforderungen des Qualitätsmanagements nach DIN ISO 9001 (2008) an E/V



4. Anforderungen des Risikomanagements nach DIN ISO 31 000 (2008) und ONR 49 000 (2008) ff. an E/V mit jeweiligen SWOT-Analysen

5. Anforderungen des Compliancemanagements in E/V, insbesondere:

5.1 Vertragsmanagement in E/V inklusive Qualitätssicherungsvereinbarungen

5.2 Produkthaftungsrisikomanagement inklusive Beschwerdemanagement und Rückrufmanagement

5.3 Kartellrecht in E/V

5.4 Werberecht in E/V

6. Personal in E/V

Human Resources Risiko- und Compliance-management inkl. Soft-Skills (HuReRiCo) in

E/V QM/Soft-Skills/Risiko- und Compliance-management im Bereich Personal in E/V, inklusive Verhandlungstechniken

Lehr- und Lernmethoden

Vorlesung mit Fallstudien und Übungen

Besonderes

Online-Anteil

Empfohlene Literaturliste

A6111 Strategische Beschaffung:

Pflichtlektüre

Arnold, U.: Beschaffungsmanagement, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart 1997

Arnolds et.al.: Materialwirtschaft und Einkauf, 12., akt. u. überarb. Aufl., Wiesbaden 2013

Kummer, S. et al.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. akt. Aufl., München 2013

Kummer, S. et al.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik – Das Übungsbuch, 2. akt. Aufl., München 2013

Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, 4. Auflage, Wiesbaden 2009

Lemme, M.: Gewinnfaktor Einkauf – Kosten senken und Ergebnisse steigern, 3. Aufl., Berlin 2012.

Zusätzliche empfohlene Literatur



Schulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. vollst. überarb. und erw. Aufl., München 2016.

A6118 Vertragsrecht und Produkthaftung

Zur Einführung:

Buth/Hermann:

Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz, Kapitel: Ansätze zur Restrukturierung / Sanierung in Einkauf / in Vertrieb, 3. Auflage, 2008

Hauschka,

Corporate Compliance - Handbuch der Haftungsvermeidung im Unternehmen
§ 17: Compliance-Organisation in den Bereichen Marketing und Sales, Ausgabe 2007

Scherer/Friedrich/Schmieder/Koller/Scholz

Wer den Schaden hat ... Unverzichtbares Praxiswissen zur Vermeidung der Produktfehlerhaftung, Band 1, 2. Auflage 2006

Scherer/Friedrich/Schmieder/Koller

Wer den Schaden hat ... Unverzichtbares Praxiswissen zur Vermeidung der Produktfehlerhaftung, Band 2, 2. Auflage 2006

Scherer/Mühlbauer/Unterwiener et. al.

Den Rücken frei: No risk, much fun!
Praxiswissen Risiko- und Compliance-management, 2007

Scherer/Grziwotz/Kittl

Praxis des gewerblichen Rechtsschutzes und des Wettbewerbsrechts, 2006

Literatur zur Vertiefung:

Fisher R./Ury W./Patton B.: Das Harvard-Konzept, Der Klassiker der Verhandlungstechnik, 23. Auflage, 2009

Mihaly Csikszentmihalyi: Flow im Beruf, Das Geheimnis des Glücks am Arbeitsplatz, 2004

Münchhausen v. M.: Verkaufen mit dem inneren Schweinehund, 2007

Wieczorek M./Naujoks U./Bartlett B.: Business Continuity, Notfallplanung für Geschäftsprozesse, 2003

▶ A6111 STRATEGISCHE BESCHAFFUNG

Prüfungsarten

StA, LN



▶ **A6118 COMPLIANCE IM EINKAUF**

Prüfungsarten

StA



A-32 PROZESSGESTALTUNG UND ANWENDUNGS SOFTWARE

Modul Nr.	A-32
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Leinz
Kursnummer und Kursname	A7109 Gestaltung von Einkaufsprozessen A7110 Gestaltung von Logistikprozessen A7111 Anwendungssoftware für Einkauf und Logistik
Lehrende	Prof. Dr. Michael Drexl Prof. Dr. Herbert Fischer Mario Kischporski Prof. Dr. Jürgen Leinz Bernhard Thoni
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	12
ECTS	18
Workload	Präsenzzeit: 180 Stunden Selbststudium: 360 Stunden Gesamt: 540 Stunden
Prüfungsarten	StA, LN
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernergebnisse erreicht:

- o Das Modul "Prozessgestaltung und Anwendungssoftware" befähigt die Studierenden,, entsprechend den individuellen Bedürfnissen von Unternehmen die bestehenden materialwirtschaftlichen Prozesse zu analysieren, nötige Veränderungen zu erkennen und die Prozesse zu optimieren.
- o Die Studierenden lernen Aufgaben, Ziele und Abläufe funktionierender Logistikprozesse kennen. Darüber hinaus wird ein umfangreicher Methodenkatalog für alle relevanten Bereiche entwickelt.

Gestaltung von Einkaufsprozessen:

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse von Einkaufsprozessen in Unternehmen und werden dadurch in die Lage versetzt, operative Verantwortung zu



übernehmen und bei Bewährung in Führungspositionen aufzusteigen. Die Studierenden werden befähigt, neben den vermittelten operativen Kenntnissen auch strategisches Denken und Handeln vor dem Hintergrund einer sich verstärkenden Globalisierung anzuwenden.

Die Studierenden lernen Aufgaben, Ziele und Abläufe branchenspezifischer Einkaufsprozesse kennen. Darüber hinaus wird ein umfangreicher Methodenkatalog für alle relevanten Bereiche entwickelt.

Gestaltung von Logistikprozessen:

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse von Logistikprozessen in Unternehmen und werden dadurch in die Lage versetzt, operative Verantwortung zu übernehmen und bei Bewährung in Führungspositionen aufzusteigen. Die Studierenden werden befähigt, neben den vermittelten operativen Kenntnissen auch strategisches Denken und Handeln vor dem Hintergrund einer sich verstärkenden Globalisierung anzuwenden.

Die Studierenden lernen Aufgaben, Ziele und Abläufe funktionierender Logistikprozesse kennen. Darüber hinaus wird ein umfangreicher Methodenkatalog für alle relevanten Bereiche entwickelt.

Die Lehrveranstaltung "Anwendungssoftware für Einkauf und Logistik" setzt die Studierenden in die Lage, Theorien, Modelle, Konzepte und Methoden der Logistik an einer exemplarischen ERP- oder SCM-Anwendung zu reflektieren:

- o Sie sind in der Lage die unterschiedlichen Softwareanwendungen, die in Logistik und Einkauf zur Anwendung kommen, zu klassifizieren und gegeneinander abzugrenzen.
- o Die Studierenden verstehen, wie Unternehmen, speziell die Logistik-/Einkaufsorganisation, in DV-Systemen abgebildet werden.
- o Sie kennen die Daten, die von Einkauf/Logistik benötigt werden (Stammdaten) bzw. die bei der Abwicklung der Prozesse entstehen (Bewegungsdaten).
- o Sie kennen über die ERP- oder SCM-Anwendungen hinaus die Grundlagen, Einsatzmöglichkeiten und -zwecke, unterschiedlichen Ausprägungen und Wertschöpfungspotentiale des elektronischen Datenaustausches bzw. EDI (Electronic Data Interchange) zwischen liefernden und einkaufenden Unternehmen und können mit der fachlichen Kompetenz für alle betriebswirtschaftlichen Positionen im Bereich Einkauf/Logistik/Vertrieb Lösungen ohne spezielle IT-Fachkenntnisse bewerten.
- o Sie sind in der Lage die wesentlichen Prozesse von Einkauf/Logistik in Anwendungssystemen nachzuvollziehen.
- o Aufbauend auf den theoretischen Grundlagen sind die Studierenden in der Lage die operative Abwicklung mittels DV-Systemen durchzuführen und über



Auswertefunktionalitäten (Datawarehouse, Logistikinfosystem, Einkaufsinfosystem) die notwendigen Daten für die Unternehmensteuerung zur Verfügung zu stellen.

- o Für ihre spätere berufliche Tätigkeit werden die Studierenden befähigt, sich schnell in die verwendeten Anwendungssysteme einzuarbeiten und damit die fachliche Kompetenz für alle betriebswirtschaftlichen Positionen im Bereich Vertrieb/Logistik zu besitzen.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge wie bspw. der Master "Strategisches und internationales Management" oder "Generell Management" verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Inhalte des Grundlagenmoduls A-07 "Material- und Produktionswirtschaft" im 2. Semester sowie grundlegende Kenntnisse im Umgang mit PC-Programmen.

Inhalt

A7109 Gestaltung von Einkaufsprozessen:

Das Modul vermittelt Kenntnisse aus den Bereichen industrielle Einkaufsprozesse, Beschaffungsprozesse im Handel sowie Besonderheiten von Beschaffungsprozessen in der Bauindustrie.

A7110 Gestaltung von Logistikprozessen:

Das Modul vermittelt Kenntnisse aus dem Bereich Lagerhaltung (Erweiterungen des klassischen Bestellmengenmodells (Lieferzeiten, endliche Produktionsraten, Mengenrabatte, Fehlmengen, Zeitungsverkäufermodell, mehrperiodige stochastische Lagerhaltungspolitiken), Produktionsplanung (Hierarchische Produktionsplanung, strategische Planung, aggregierte Produktionsprogrammplanung, taktische Planung mit Losgrößenbestimmung und operative Planung (Maschinenbelegung, Personaleinsatzplanung sowie Just-in-Time-Konzepte) und Transport- und Distributionslogistik.

A7111 Anwendungssoftware für Einkauf und Logistik:

Teil Hr. Prof. Fischer:

I. ERP-Systeme

1. ERP-Überblick

2. Branchenübergreifende ERP-Systeme



3. Branchenspezifische ERP-Systeme
4. Auswahl und Einführung von ERP-Systemen
5. ERP-Grundbegriffe

II. BESCHAFFUNG UND LAGERHALTUNG (MATERIALWIRTSCHAFT) am Beispiel eines ERP-Systems

1. Überblick zu einem ausgewählten ERP-System
2. Überblick Materialwirtschaft
3. Beschaffung und Lagerhaltung
4. Aufbauorganisation
5. Stammdaten
6. Bewegungsdaten (Belegwesen)
7. Prozesse
8. Schnittstellen

Teil Hr. Kischporski

- o Einführung Elektronischer Datenaustausch/EDI
- o Abgrenzung ERP und EDI
- o Schnittstellen
- o Prozesse
- o Formate
- o Übertragungsprotokolle
- o Anwendungsgebiete
- o Vor- und Nachteile
- o Chancen- und Risiken
- o Cash-to-Cash Zyklus (Order-to-Cash und Procure-to-Pay)
- o Lieferantenmanagement
- o Working Capital und Cash Flow Optimierung
- o Lösungsarten (EDI, Portale, SAP/Ariba, SupplOn etc.) und Zusatzdienste



- o Wertschöpfungspotentiale und Wettbewerbsvorteile
- o Make or Buy Kriterien
- o Normen und Standards, regulatorische Anforderungen
- o Trends in der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft

Lehr- und Lernmethoden

Teil Leinz:

Vorlesung mit Fallstudien und Übungen

Teil Kischporski:

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Praxisbeispiele, Projektarbeit und Präsentationen, Software-Schulung

Teil Fischer:

Das Modul wird seminaristisch unterrichtet. In den Vorlesungsanteilen der Lehrveranstaltung wird die Theorie zu den einzelnen Modulteilten präsentiert bzw. das bereits in Grundlagenveranstaltungen vermittelte Wissen vertieft. Anhand von Praxisbeispielen können die Studierenden selbständig Fallstudien in den Systemen bearbeiten. Die Fallstudien werden theoretisch vorbereitet und anhand von Fragen zu den Fallstudien mit den Studierenden im Nachgang diskutiert und besprochen. Der Unterricht teilt sich in einen seminaristischen Vorlesungsteil unter Einsatz von Powerpoint-Präsentation, Whiteboard und Systempräsentationen sowie in einen Fallstudienteil, in dem die Studierenden selbständig (teils in Einzel-, teils in Gruppenarbeit) aber betreut die Fallstudien am PC bearbeiten.

Besonderes

Aufgrund der Struktur der Vorlesungen des Kurses „A7111 Anwendungssoftware für Einkauf und Logistik“ und der detaillierten Beschreibung der Fallstudien können diese auch in Form der virtuellen Lehre (blended learning) durchgeführt werden. Die Aufteilung in Präsenz- und virtuelle Anteile wird im Studienplan näher geregelt.

Das Modul gehört zum Studienschwerpunkt "Einkauf und Logistik".

Empfohlene Literaturliste

Teil. Hr. Prof. Leinz

Gestaltung von Einkaufsprozessen:

Pflichtlektüre:



Arnold, U.: Beschaffungsmanagement, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart 1997

Arnolds et.al.: Materialwirtschaft und Einkauf, 12., akt. u. überarb. Aufl., Wiesbaden 2013

Kummer, S. et al.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. akt. Aufl., München 2013

Kummer, S. et al.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik – Das Übungsbuch, 2. akt. Aufl., München 2013.

Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, 5., vollst. überarb. Aufl., Wiesbaden 2013

Lemme, M.: Gewinnfaktor Einkauf – Kosten senken und Ergebnisse steigern, 3. Aufl., Berlin 2012

Leinz, J.: Strategisches Beschaffungsmanagement in der Bauindustrie – Einkauf und Logistik in überregional tätigen Unternehmen des schlüsselfertigen Hochbaus, Wiesbaden 2004.

Zusätzliche empfohlene Literatur:

Schulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. vollst. überarb. und erw. Aufl., München 2016.

Gestaltung von Logistikprozessen:

Basisliteratur:

PFOHL, H.-C. 2010. *Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen*. 8. Aufl. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag

SCHIECK, A. 2008. *Internationale Logistik: Objekte, Prozesse und Infrastrukturen grenzüberschreitender Güterströme*. 1. Aufl. Oldenbourg: Wissenschaftsverlag GmbH

Thonemann, U. (2015): *Operations Management*, Pearson, Hallbergmoos.

Ergänzende Literatur:

Chopra, S.; Meindl, P. (2014): *Supply Chain Management*, Pearson, Hallbergmoos

Günther, H.-O.; Tempelmeier, H. (2012): *Produktion und Logistik*, Springer, Berlin

Kiener, S.; Maier-Scheubeck, N.; Obermaier, R.; Wei, M. (2012):

Produktions-Management, De Gruyter Oldenbourg, Berlin

Kummer, S.; Grün, O.; Jammerneegg, W. (2013): *Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik*, Pearson, München



Teil Hr. Kischporski

Montanus, Sven; Digitale Business-Strategien für den Mittelstand – Mit neuen Technologien unternehmensübergreifende Geschäftsprozesse optimieren, Springer Verlag Berlin Heidelberg 2004

Krcmar, Helmut; Informationsmanagement, 5. Auflage, Springer Verlag, 2009

Stollenwerk, Andreas; Wertschöpfungsmanagement im Einkauf: Analysen - Strategien - Methoden – Kennzahlen, Gabler Verlag, 2012

Locker, Alwin, Grosse-Ruyken, Pan Theo; Chefsache Finanzen in Einkauf und Supply Chain: Mit Strategie-, Performance- und Risikokonzepten Millionenwerte schaffen, Springer Gabler, 2013

Teil Hr. Prof. Fischer

Benz, Jochen: Logistikprozesse mit SAP: Eine anwendungsbezogene Einführung, Vieweg, 2011

Knappauf, Jens: Logistik mit SAP, SAP PRESS, 2012

Schulz, Olaf: Der SAP-Grundkurs für Einsteiger und Anwender, SAP PRESS, 2013

Then, Tobias: Einkauf mit SAP für Einsteiger und Anwender, SAP PRESS, 2014

▶ A7109 GESTALTUNG VON EINKAUFSPROZESSEN

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ A7110 GESTALTUNG VON LOGISTIKPROZESSEN

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ A7111 ANWENDUNGSSOFTWARE FÜR EINKAUF UND LOGISTIK

Prüfungsarten

StA



A-33 RECHNUNGSLEGUNG MIT BILANZANALYSE

Modul Nr.	A-33
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ralf Alefs
Kursnummer und Kursname	A6112 Rechnungslegung nach HGB und internationale Rechnungslegung A6113 Bilanzanalyse und Konzernrechnungslegung
Lehrende	Prof. Dr. Ralf Alefs Rudolf Christel Sabrina Paßberger Prof. Dr. Petra Plininger Stefanie Pscheidl
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	8
ECTS	12
Workload	Präsenzzeit: 120 Stunden Selbststudium: 240 Stunden Gesamt: 360 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul soll die Studierenden befähigen, aufbauend auf den Modulen "Rechnungswesen" und "Unternehmensbesteuerung und Bilanzsteuerrecht" eine gesetzeskonforme Bilanzierung sowie eine optimale Ausschöpfung von bilanzpolitischen Ermessensspielräumen zu erreichen. Darüber hinaus können sie den Jahresabschluss fachkundig analysieren.

Nach Absolvieren des Moduls "Rechnungslegung und Bilanzanalyse" haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Sie erhalten einen umfassenden Einblick in die Vorschriften des HGB im Hinblick auf die Bilanzierung und die Gewinn- und Verlustrechnung in Verbindung mit dem Bilanzsteuerrecht und können diese auf praktische Sachverhalte anwenden
- o Sie besitzen die Fachkompetenz zu den bilanziellen Besonderheiten bei den Kapitalgesellschaften sowie GmbH und GmbH & Co. KGs - wie Anhang und Lagebericht - sowie hinsichtlich Offenlegungspflicht und Pflichtprüfung



- o Sie kennen die Rechnungslegungsstandards nach den internationalen Vorschriften insbesondere nach IFRS
- o Sie werden befähigt, den Jahresabschluss auf Basis von bestimmten Verfahren zu analysieren
- o Sie sind vertraut mit den Konsolidierungsmethoden zur Aufstellung eines Konzernabschlusses
- o Sie haben qualifizierende Kenntnisse zur Beurteilung der Vermögens-, Finanz-, und Ertragslage eines Unternehmens anhand der extern zur Verfügung stehenden Jahresabschlussdaten erlangt
- o Sie sind mit Kennziffern, Cashflow und Kapitalflussrechnung vertraut und können diese kritisch beurteilen
- o Sie können zu Grunde liegendes Zahlenmaterial (Ansatz- und Bewertungswahlrecht, Sachverhaltsgestaltungen) analysieren und kritisch beurteilen

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge wie bspw. der Master "Strategisches und internationales Management", "Generell Management", "Unternehmensgründung, -führung und -nachfolge" sowie "Risiko- und Compliancemanagement" des dimt.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Das Modul baut inhaltlich auf den folgenden Modulen auf:

A-03 "Rechnungswesen"

A-14 "Unternehmensbesteuerung und Bilanzsteuerrecht"

Inhalt

A6112 Rechnungslegung nach HGB und internationale Rechnungslegung

1. Rechnungslegung unter Berücksichtigung der Änderungen durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG)
 - Ansatz und Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände
 - Ansatz und Bewertung von Anlagevermögen
 - Ansatz und Bewertung von Umlaufvermögen
 - Ausweis des Eigenkapitals unter besonderer Berücksichtigung bei Kapitalgesellschaften
 - Ansatz und Bewertung von Rückstellungen
 - Ansatz und Bewertung von Verbindlichkeiten unter besonderer Berücksichtigung von Valuta Verbindlichkeiten
 - Anhang und Lagebericht (Besonderheiten bei GmbH und GmbH & Co. KG)



- Offenlegungspflicht mit Umfang und Sanktionen
- Pflichtprüfung

2. Internationale Rechnungslegung

- Grundlagen und Bestandteile eines IFRS-Abschluss
- Bilanzierung nach IFRS im Vergleich zu HGB
- IFRS für kleine und mittelgroße Unternehmen
- Rechnungslegungsstandards nach IFRS
- Unterschiede zwischen den Regelungen nach IFRS zu HGB

A6113 Bilanzanalyse und Konzernrechnungslegung

1. Bilanzanalyse

- Einführung (Jahresabschluss/Bilanz/GuV/Fristen/etc.)
- Beeinflussung der Vermögens/-Finanz- und Ertragslage durch Ansatz und Bewertungswahlrechte
(handelsrechtlich/steuerrechtlich)
- Analyse der Vermögenslage
- Analyse der Finanzlage
- Analyse der Ertragslage
- Kapitalflussrechnung
- Bilanzanalyse am praktischen Fall

2. Konzernrechnungslegung

- Aufstellungspflicht
- Konsolidierungskreis
- Kapital- und Schuldenkonsolidierung sowie Zwischengewinneliminierung
- Quotenkonsolidierung
- Equity-Bewertung

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Besonderes

Modul gehört zu den Studienschwerpunkten „Controlling und Rechnungswesen“ sowie „Steuern und Wirtschaftsprüfung“

Empfohlene Literaturliste

A6112 Rechnungslegung nach HGB und internationale Rechnungslegung

Alexander D., Britton A., Jorissen A., International financial Reporting and Analysis, Cengage Learning EMEA, 2009



Buchholz, R., Internationale Rechnungslegung, 8. Auflage, Erich Schmidt Verlag,
Berlin 27. Februar 2014

IFRS Award Programme Manual, Institute of Chartered Accountants in England and
Wales, 1st Edition, Witney, UK

Zeitschrift: PiR-Internationale Rechnungslegung, NWB-Verlag

A6113 Bilanzanalyse und Konzernrechnungslegung

Baetge, J., Bilanzanalyse, 2. Aufl., IDW-Verlag, Düsseldorf 2004

Beck'sche Bilanzkommentar, 9. Auflage 2013

Bitz, Schneeloch, Wittstock, Der Jahresabschluss - Nationale und internationale
Rechnungsvorschriften, Analyse und Politik, 5. Auflage 2011

Blödtner, Bilke, Heining, Lehrbuch Buchführung und Bilanzsteuerrecht, 10. Auflage,
2013

Lüdenbach, N., IFRS, Haufe-Verlag, 7. Auflage 2013

Meyer C., Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe,
25. Auflage, 2014

Petersen, Zwirner, Künkele, BilMoG in Fallstudien, 2. Auflage 2011

Schult, E., Bilanzanalyse, Möglichkeiten und Grenzen externer
Unternehmensbeurteilung, 10. Aufl., Erich Schmidt Verlag, Berlin 2003

▶ A6112 RECHNUNGSLEGUNG NACH HGB UND INTERNATIONALE RECHNUNGSLEGUNG

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ A6113 BILANZANALYSE UND KONZERNRECHNUNGSLEGUNG

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-34 CONTROLLING

Modul Nr.	A-34
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Konrad Schindlbeck
Kursnummer und Kursname	A7112 Kostenmanagement und Controlling A7113 Operatives und internationales Controlling A7114 Risikomanagement und Anwendungssoftware für Controlling und Rechnungswesen
Lehrende	Claus Banschbach Prof. Dr. Bruno Brühwiler Prof. Dr. Andreas Buske Thomas Fröhlich Prof. Dr. Georg Herde Frank Moser Prof. Dr. Konrad Schindlbeck Gerhard Steinhuber
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	12
ECTS	18
Workload	Präsenzzeit: 180 Stunden Selbststudium: 360 Stunden Gesamt: 540 Stunden
Prüfungsarten	StA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, die Controllingfunktion in einem Unternehmen vertieft kennen zu lernen und anzuwenden.

Nach der Absolvierung des Moduls Controlling haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Sie lernen die Methoden und Instrumente des Kostenmanagements sowie des operativen und strategischen Controllings kennen
- o Sie wissen, unter welchen Voraussetzungen welche Controllinginstrumente eingesetzt werden sollen und wie diese miteinander verzahnt werden müssen



- o Die Studierenden werden befähigt, im Rahmen einer Studienarbeit ein Konzept für eine praktische Fragestellung zu erstellen
- o Sie sind in der Lage, Controllingprozesse zu analysieren, zu bewerten und zu optimieren
- o Die Studierenden lernen die SAP-R/3-Module FI und -CO kennen und können Ihr Controllingwissen in dieser Software umsetzen
- o Sie lernen risikoorientierte Fragestellung anhand betrieblicher Daten zu überprüfen und zu verifizieren.

Damit wird durch das Absolvieren der Veranstaltung die Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz der Studierenden gesteigert.

Nach Absolvieren des Moduls "Controlling" haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Sie haben ein vertieftes Wissen zum operativen und strategischen Controlling aufgebaut,
- o Sie sind in der Lage, betrieblich sinnvolle Controllinginstrumente zu verstehen und anzuwenden,
- o Sie wurden befähigt, die Schnittstellen zwischen der Controllingfunktion und den anderen Funktionsbereichen festzulegen,
- o Sie besitzen die Fachkompetenz die Effektivität eines Controllingsystems zu beurteilen und zu verbessern,
- o Sie sind vertraut mit dem Risikomanagement-prozess und können diesen umsetzen,
- o Sie wurden befähigt, controllingbezogene Fragestellungen mit Hilfe von einschlägigen DV-Anwendungssystemen zu lösen.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge wie bspw. der Master "Strategisches und internationales Management", "Generell Management", "Unternehmensgründung, -führung und -nachfolge" sowie "Risikomanagement" des dimt.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Gem. § 5 der Studien- und Prüfungsordnung setzt der Eintritt in das Schwerpunktstudium voraus, dass mindestens 120 ECTS-Punkte erzielt wurden.

Inhalt



A7112 Kostenmanagement und strategisches Controlling (4 SWS)

- o Kostenmanagement und strategisches Controlling (3 SWS): Prof. Schindlbeck
- o Integration von wertorientierter Steuerung, Balanced Scorecard und Risikomanagement (1 SWS): LB Dr. Buske

Inhalt:

1. Plankostenrechnung
2. Prozesskostenrechnung
3. Target Costing
4. Strategiefindung als Teil der strategischen Planung
5. Balanced Scorecard
6. Wertorientierte Steuerung
7. Integration von wertorientierter Steuerung, Balanced Scorecard und Risikomanagement

A7113 Operatives und internationales Controlling (4 SWS)

- o Budgetierung und funktionsorientiertes Controlling (2 SWS): Prof. Schindlbeck
- o Projektcontrolling (1 SWS): LB Fröhlich
- o Controlling und IT (1 SWS): LB Moser

Inhalt:

1. Funktionsorientiertes Controlling
2. Unternehmensplanung / Budgetierung
3. Internationales Controlling
4. Projektcontrolling
5. Controlling und IT

A7114 Risikomanagement und Anwendungssoftware für Controlling und Rechnungswesen

- o Risikomanagement: Prof. Brühwiler und LB Banschbach (2 SWS)
- o Einführung in SAP- R/3 Module FI /CO und



- o Entwicklung risikoorientierter Prüfansätze mit SAP-Daten: Prof. Herde (2 SWS)

Inhalt:

1. Gesetzliche Grundlagen des Risikomanagements
2. Standards für das Risikomanagement (ISO 31000)
3. Prozess des Risikomanagements
4. Risikopolitik
5. Risikoanalyse und –bewertung
6. Risikodokumentation und –berichterstattung
7. Risikosteuerung und -überwachung
8. Stammdaten in SAP-R/3
9. Abbildung von Geschäftsprozessen in SAP-R/3
10. Einführung in das Tabellenverständnis von SAP
11. Extraktion und Aufbereitung von SAP-Daten für analytische Prüfungen
12. Entwicklung risikoorientierter Prüfansätze mit SAP-Daten mit dezidierte Prüfsoftware (ACL)

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Diskussionen, Teamarbeit und Präsentationen

Empfohlene Literaturliste

Pflichtliteratur (Auszüge daraus):

- o Coenenberg A., Fischer G., Thomas M., Günther T. (2012), Kostenrechnung und Kostenanalyse, 8. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
- o Alter R. (2013), Strategisches Controlling, Oldenbourg Verlag München
- o Rieg R. (2009), Unternehmensplanung und Budgetierung, 4. Aufl., Beck Verlag, München
- o Fiedler R. (2014), Controlling von Projekten, 6. Aufl., Springer Fachmedien, Wiesbaden
- o Brühwiler B. (2011), Risikomanagement als Führungsaufgabe, 3. Aufl., Verlag Haupt, Bern, Stuttgart/Wien



- o Kagermann, H./Kinney, W./Küting, K./Weber, C.: „Internal Audit Handbook – Management with the SAP® Audit Roadmap“, Springer Verlag, 2008
- o Herde, G.: Extraktion und Analyse betrieblicher Massendaten zur Prüfungsunterstützung, in: G. Fuchs; F. Herrmann, C. Müller; K.-W. Wirtz [Hrsg.]: Anwendungen und Techniken zur Analyse großer Datenbestände, Tagungsband zur AKWI-Fachtagung, Verlag News & Media, Berlin 2008, S. 50 –61

A7112 Kostenmanagement und strategisches Controlling

- o Britzelmaier Bernd (2014), Controlling, Pearson Studium, Hallbergmoos
- o Horváth P. (2012), Controlling umsetzen, Vahlen Verlag, 5. Aufl., München
- o Weber J.
- o Friedag H. (2011), Balanced Scorecard, Haufe Verlag, München
- o Joos-Sachse T. (2014), Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden

A7113 Operatives und internationales Controlling

- o Piontek J. (2012), Beschaffungscontrolling, 4. Aufl., Oldenbourg Verlag, München
- o Lisges G. (2014), Praxishandbuch Personalcontrolling, Haufe-Verlag, München
- o Pufahl M. (2012), Vertriebscontrolling, 4. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden
- o Weber J. (2009), Erfolg der Controller, Wiley-Verlag, Weinheim
- o Martin W., Albrecht P. (1998), Data-Warehousing, Verlag Moderne Industrie

A7114 Risikomanagement und Anwendungssoftware für Controlling und Rechnungswesen

- o Brühwiler, B. Romeike, F. (2010), Praxisleitfaden Risikomanagement, ISO 31000 und ONR 49000 sicher anwenden, Erich Schmidt Verlag, Berlin
- o Brühwiler, B. (2012), Risikomanagement nach ISO 31000 und ONR 49000 mit 13 Praxisbeispielen, 2. Aufl., Austrian Standards Publishing
- o Brühwiler, B., Standards ISO 31000 Risk management – Principles and guidelines; ONR 49000-Serie: Risikomanagement für Organisationen und Systeme
- o Vanini U. (2012), Risikomanagement, Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart



- o Gleißner W. (2011), Grundlagen des Risikomanagements in Unternehmen, Vahlen Verlag München
- o Diederichs M. (2010), Risikomanagement und Risikocontrolling, Vahlen Verlag, München
- o Tagungsbände des Deggendorfer Forums zur digitalen Datenanalyse, vgl. <http://www.dfdda.de/publications0.html>

▶ **A7112 KOSTENMANAGEMENT UND CONTROLLING**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A7113 OPERATIVES UND INTERNATIONALES CONTROLLING**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A7114 RISIKOMANAGEMENT UND ANWENDUNGSSOFTWARE FÜR CONTROLLING UND RECHNUNGSWESEN**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-35 STEUERN UND WIRTSCHAFTSPRÜFUNG

Modul Nr.	A-35
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ralf Alefs
Kursnummer und Kursname	A7115 Unternehmensbesteuerung - Die Ertragssteuern sowie aktuelle Steuerrechtsthemen A7116 Unternehmensbesteuerung - Umsatzsteuer, Abgabenordnung sowie aktuelle Steuerrechtsthemen A7117 Prüfungswesen, Prüfungstechnik, internes Kontrollsystem
Lehrende	Prof. Dr. Ralf Alefs Alexander Fuchs Prof. Dr. Georg Herde Prof. Dr. Thomas Küffner
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	12
ECTS	18
Workload	Präsenzzeit: 180 Stunden Selbststudium: 360 Stunden Gesamt: 540 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

A7115 Unternehmensbesteuerung - Die Ertragssteuern sowie aktuelle Steuerrechtsthemen

- o Die Studierenden sind mit dem Inhalt des Teilbereichs der Besteuerung der Personengesellschaften unter besonderer Berücksichtigung der GmbH & Co. KG sowie der steuerliche Besonderheiten des § 15 a EStG vertraut.
- o Die Studierenden sind in der Lage die Themen Betriebsveräußerung unter Berücksichtigung steuerlicher Konsequenzen sowie die Übertragung von Anteilen an Kapitalgesellschaften darzustellen.
- o Im Bereich Körperschaften kennen die Studierenden die Grundzüge des Umwandlungssteuerrechts sowie die Spezialbereiche des Körperschaftsteuerrechts



wie ordentliche und verdeckte Gewinnausschüttung sowie aktuelle körperschaftssteuerrechtliche Themen wie z.B. die Mantelkaufregelung.

- o Die Studierenden wissen, welche Gestaltungen für eine haftungsbegrenzende Rechtsform möglich sind.
- o Die Studierenden sind befähigt, aktuelle Ertragsteuerthemen zu analysiert und sie können aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse befähigt, die Rechtsformwahl mittelständischer Unternehmen beurteilen.

A7116 Unternehmensbesteuerung-, Umsatzsteuer, sowie aktuelle Steuerrechtsthemen

Im Bereich Umsatzsteuer

- o Den Studierenden wird im Bereich Abgabenordnung wichtige Vorschriften der Abgabenordnung vermittelt, wie z.B. die Einhaltung von Fristen, die Möglichkeit der Wiedereinsetzung und die Aufhebung und Änderung von Steuerbescheiden sowie die Grundlagen der Betriebsprüfung.
- o Die Studierenden kennen die Inhalte des Steuerstraf- und Steuerordnungswidrigkeitenrechts und die Möglichkeiten im Rechtsbehelfsverfahren wie Einspruch und Klage.
- o Die Studierenden haben Kenntnisse über die aktuelle Steuerreformen, welche einen wesentliche zusätzlichen Bestandteil bildet.

A7117 Prüfungswesen, Prüfungstechnik, Internes Kontrollsystem

- o Ergebnis dieses Kurses ist, Grundlagen der Prüfung der Rechnungslegung und Prüfungstechnik nahe zu bringen.
- o Die Studierenden kennen die Grundlagen der Prüfung der Rechnungslegung und Prüfungstechnik und können den Inhalt des Bestätigungsvermerks (Prüfungsurteil) bewerten.
- o Die Studierenden sind in der Lage, die zunehmend wichtiger werdende Komponente der digitalen Prüfungsunterstützung darzustellen.
- o Die Studierenden sind befähigt, die Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten von Werkzeugen zur digitalen Analyse von Unternehmensdaten anzuwenden.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge wie bspw. der Master "Strategisches und internationales Management", "Generell Management", "Unternehmensgründung, -führung und -nachfolge" sowie "Risiko- und Compliancemanagement" des dimt.



Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

Inhalt

A7115 Unternehmensbesteuerung - Die Ertragssteuern sowie aktuelle Steuerrechtsthemen

1. Die Besteuerung der Personengesellschaften, insbesondere GmbH & Co. KG
 - Steuerliche Besonderheiten, wie z.B. § 15 a EStG
 - Der Gesellschafterwechsel in der Personengesellschaft
2. Betriebsveräußerung, Betriebsaufgabe
3. Betriebsverpachtung
4. Betriebsaufspaltung: Gründe für die Betriebsaufspaltung, Voraussetzung für die Betriebsaufspaltung
5. Veräußerung von Anteilen nach § 17 EStG,
6. Verlustverrechnungsmöglichkeiten,
7. Besteuerung von Körperschaften mit Sonderfragen, wie ordentliche und verdeckte Gewinnausschüttung, Mantelkaufregelung,
8. Rechtsformwahl mittelständischer Unternehmen, wie z.B. steuerliche Behandlung von Leistungsvergütungen an die Gesellschafter
9. Besteuerung von Gewinnausschüttungen und Entnahmen

A7116 Unternehmensbesteuerung-, Umsatzsteuer, sowie aktuelle Steuerrechtsthemen

1. Innergemeinschaftliche Lieferungen
2. Ausfuhrlieferungen
3. Internationale Dienstleistungen
4. Reihengeschäfte
5. Komplexe internationale umsatzsteuerliche Sachverhalte
6. Wesentliche Bestandteile der Abgabenordnung
7. Termine und Wiedereinsetzung



8. Korrektur von Steuerverwaltungsakten
 - Aufhebung oder Änderung gem. § 172 AO
 - Aufhebung oder Änderung wegen neuer Tatsachen
 - Änderung widerstreitender Steuerbehelfsverfahren
9. Rechtsbehelfsverfahren
10. Grundzüge des Steuerstrafverfahrens und Ordnungswidrigkeitenrechts unter Hinweis auf Selbstanzeige
11. Die Betriebsprüfungsordnung

A7117 Prüfungswesen, Prüfungstechnik, Internes Kontrollsystem

1. Grundlagen der Prüfung wie Prüfungspflicht, Abschlussprüferauswahl
2. Prüfungsergebnis wie Prüfungsbericht und Betätigungsvermerk,
3. Durchführung der Prüfung
4. Prüfungsplanung
5. Risikoorientierter Prüfungsansatz
6. Internes Kontrollsystem
7. Prüfungshandlungen und Prüfungsnachweise,
8. Prüfungshandlungen am Beispiel verschiedener Prüffelder
9. der Prüfungsbericht
10. der Bestätigungsvermerk
11. Zivil- und strafrechtliche Sanktionen
12. Voraussetzungen und Notwendigkeit der digitalen Prüfungsunterstützung
13. Werkzeugeinsatz zur Datenextraktion, -aufbereitung und -analyse
14. Problembereiche, Chancen und Grenzen der digitalen Datenanalyse

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Besonderes

Kurs gehört zum Studienschwerpunkt „Steuern und Wirtschaftsprüfung“



Empfohlene Literaturliste

Alefs, Herre, Neugebauer, Die Umsatzsteuer im internationalen Geschäftsverkehr, 8. Auflage 2014

Alefs, Gewinnus, Ertragsteuern 2011

Andrascek-Peter, Lehrbuch Abgabenordnung mit Finanzgerichtsordnung, 18. Auflage 2013

Einkommensteuergesetz mit Richtlinien, aktuelle Auflage

Graumann, Wirtschaftliches Prüfungswesen, 3. Auflage 2012

IDW PS 330: Abschlussprüfung bei Einsatz von Informationstechnologie

IDW PH 9.330.1: Checkliste zur Abschlussprüfung bei Einsatz von Informationstechnologie

IDW PH 9.330.2: Prüfung von IT-gestützten Geschäftsprozessen im Rahmen der Abschlussprüfung

IDW PH 9.330.3: Einsatz von Datenanalysen im Rahmen der Abschlussprüfung

König/Maßbaum/Surreth, Besteuerung und Rechtsformwahl, 6. Auflage 2013

Niehus/Wilke, Die Besteuerung von Personengesellschaften, 6. Auflage 2013

Otto A. Jacobs, Unternehmensbesteuerung und Rechtsform, 4. Auflage 2009

Schmelter, Heinrich: IT-Unterstützung für Interne Revision und Wirtschaftsprüfung, Erich-Schmidt, Berlin 2010
Hartke/Hohnhorst/Sattler: SAP Handbuch Sicherheit und Prüfung, IDW-Verlag, 4. Auflage, 2010

Weitere Teile zur digitalen Prüfungsunterstützung i.w.S. im Semesterapparat der Hochschulbibliothek unter dem Stichwort: DFDDA/Herde

▶ **A7115 UNTERNEHMENSBESTEUERUNG - DIE ERTRAGSSTEUERN SOWIE AKTUELLE STEUERRECHTSTHEMEN**

Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.

▶ **A7116 UNTERNEHMENSBESTEUERUNG - UMSATZSTEUER, ABGABENORDNUNG SOWIE AKTUELLE STEUERRECHTSTHEMEN**



Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.

▶ **A7117 PRÜFUNGSWESEN, PRÜFUNGSTECHNIK, INTERNES KONTROLLSYSTEM**

Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.



A-38 FINANZMANAGEMENT

Modul Nr.	A-38
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Kursnummer und Kursname	A6116 Finanz- und Anlagenmanagement A6117 Corporate Finance und Finanzprodukte
Lehrende	Andreas Ecker Dr. Werner Leis Prof. Dr. Jürgen Sikorski Stefan Swihota
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	8
ECTS	12
Workload	Präsenzzeit: 120 Stunden Selbststudium: 240 Stunden Gesamt: 360 Stunden
Prüfungsarten	StA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Aufbauend auf den Modulen "Treasury" sowie "Investition und Finanzierung" verstehen die Teilnehmer aktuelle Fragestellungen zu Corporate Finance aus Sicht der Kapitalgeber und Kapitalnehmer. Sie sind in der Lage, die Motive der Finanzierungs- und Anlagepartner in unternehmerische Finanz- und Investitionsentscheidungen einzubeziehen und diese unter Risiko- und Renditeüberlegungen für das eigene Unternehmen zu optimieren. Die Studierenden erhalten die notwendige Fachkompetenz, um komplexe Formen der Unternehmensfinanzierung wie Emissionsgeschäfte, Mergers & Akquisitions in ihrer späteren beruflichen Praxis umzusetzen.

Im einzelnen geht es im Modul "Finanzmanagement" um die Vermittlung folgender Lernziele:

- o Die Studenten erhalten das finanz- und investitionstheoretische Rüstzeug, um finanzielle Anlage- und Investitionsentscheidungen anhand geeigneter Beurteilungskriterien unter Rendite- und Risikogesichtspunkten analysieren zu können.



- o Die Studenten verstehen die wesentlichen finanztheoretischen Modelle (Kapitalstrukturtheorien, Kapitalmarkttheorie) und kennen relevante Anwendungsgebiete.
- o Sie lernen Methoden sowie Instrumente zur Finanzanalyse als Entscheidungsgrundlage für Kapitalgeber kennen und können die Aussagekraft beurteilen.
- o Sie verstehen fortgeschrittene und komplexe Methoden der Unternehmensfinanzierung, können diese anwenden und die spezifischen Chancen und Risiken beurteilen (z.B. Asset Backed Securities, Mergers & Acquisitions, Privat Equity, Going Public, Projektfinanzierungen).
- o Sie kennen die wesentlichen Gestaltungsoptionen zur Kapitalstruktur und zur kurzfristigen Finanzdisposition und können diese in der betrieblichen Praxis gestalten.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge wie bspw. der Master "Strategisches und internationales Management", "Generell Management", "Unternehmensgründung, -führung und -nachfolge" sowie "Risiko- und Compliancemanagement" des dimt.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfehlung erfolgreicher Besuch von:

- Finanzen und Investition
- Controlling und Treasury

Inhalt

A6116 Finanz- und Anlagemanagement

1. Überblick über Methoden zum Treffen von Finanzentscheidungen
2. Methoden und Kennzahlen zur Bewertung von Festzinspapieren: Zinsen und Zinsstrukturen
 - Methoden der Zinsberechnung
 - Barwertmethode
 - Effektivverzinsung



- Zerobond-Abzinsungsfaktoren
- Forward Rates
- Berechnung von Spot Rates aus Kuponanleihen

3. Methoden und Kennzahlen zur Bewertung von Festzinspapieren: Die Duration zur Steuerung von Zinsänderungsrisiken

- Marktwertänderungsrisiko und Wiederanlagerisiko
- Merkmale der Duration
- Immunisierungsstrategien
- Modified Duration

4. Methoden und Kennzahlen zur Bewertung von Aktien

4.1. Fundamentalanalyse

- Globalanalyse und Branchenanalyse
- Unternehmensanalyse
- Present Value, Discounted Cash Flow Verfahren
- einfache Bewertungskennzahlen

4.2. Technische Analyse

- Chartformen
- Analyseverfahren

5. Investitionsentscheidungen unter Unsicherheit

- Investitionsentscheidungen anhand Erwartungswert und Standardabweichung
- Das Bernoulli-Prinzip

6. Grundlagen der Portfolio- und Kapitalmarkttheorie

- 6.1. Grundlagen und Grundannahmen
- 6.2. Portfoliotheorie von Markowitz



- Portfoliorendite und Portfoliorisiko
 - effiziente und optimale Wertpapierportfolien
 - kritische Würdigung der Portfoliotheorie
- 6.3. Capital Asset Pricing Model (CAPM)
- Kapitalmarktklinie
 - Systematisches und unsystematisches Risiko
 - Wertpapierlinie

7. Asset Management und Hedge Fonds

- Rendite / Risiko / Liquidität etc.
- Asset Allocation
- Investmentphilosophie
- Investmentprozess
- Wertsicherungskonzepte
- Hedge Fonds

8. Strategische Finanzplanung: Gestaltung der Finanz- und Vermögensstruktur

- 8.1. Finanzkennzahlen und Finanzierungsregeln zur Finanzplanung
- 8.2. Der Leverage Effekt unter Sicherheit und Unsicherheit
- 8.3. Ansätze für einen optimalen Verschuldungsgrad
- Die Theorie eines optimalen Verschuldungsgrads
 - Das Modigliani - Miller Theorem

A6117 Corporate Finance und Finanzprodukte

1. Ziele und Funktionen von Corporate Finance

- Definitionen und Bausteine von Corporate Finance
- Ziele und Herausforderungen der Unternehmensfinanzierung



- Finanzierungs- und Anlageentscheidungen von Unternehmen
- Finanzierungsformen und Finanzierungsmix
- Gestaltung der Finanztitel und Finanzmärkte

2. Mezzanine Finanzierung

- kapitalmarktfähige und nicht kapitalmarktfähige Mezzanine
- Motive für Zwischenformen zwischen Eigen- und Fremdkapital
- nachrangige Darlehen
- partiarische Darlehen
- stille Gesellschaft
- Genussrechte
- Wandel- und Optionsanleihen
- Gesamtfinanzierungskonzept und Praxisbeispiele

3. Private Equity und Venture Capital

- Rechtsformen und Eigenkapitalbeschaffung
- Merkmale von Private Equity und Venture Capital
- Finanzierung unterschiedlicher Unternehmensphasen
- Arten von Private Equity
- Beteiligungsgesellschaften
- Beratungsleistungen

4. Going Public

- Definition und Phasen eines Going Public
- Chancen und Risiken des Going Public
- Verfahren und Beteiligten im Emissionsgeschäft
- Due Dilligence



- Festlegung des Emissionspreises
- Platzierungsverfahren
- Börsensegmente für mittelständische Unternehmen

5. Asset Backed Securities

- Merkmale und Arten von ABS
- Motive und Aufgaben der Beteiligten
- Chancen und Risiken von ABS

6. Mergers & Akquisition

- Definition und Arten
- Ablauf eines Unternehmensverkaufes
- Rollen und Motive der Prozessbeteiligten
- Erfolgsfaktoren von Unternehmenskäufen und -verkäufen

7. Projektfinanzierung / strukturierte Finanzierungen

- Besonderheiten der Projektfinanzierung
- Struktur und Beteiligte an Projektfinanzierungen
- Einsatzmöglichkeiten

8. Factoring

- Grundstruktur des Factoring
- Factoringverfahren
- Vorteile und Nachteile für den Factoringkunden
- Kosten - Nutzenvergleiche für die Factoringentscheidung
- Eine beispielhafte Factoringgesellschaft



9. Sanierungsfinanzierung

- Unternehmenskrisen - Verläufe, Ursachen, Symptome
- Phasenmodell des Sanierungsprozesses
- Anforderungen an Sanierungskonzepte
- Arten von Sanierungsmaßnahmen

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Besonderes

Kurs gehört zum Studienschwerpunkt „Finanzen“

Empfohlene Literaturliste

Bleis, Christian, 2009, Grundlagen Investition und Finanzierung, 2. Auflage
Oldenbourg, München

Baker, Kent H., Powell, Gary E., Understanding Financial Management, A practical
guide, Blackwell Publishing, 2005

Becker, Hans Paul, Peppmeier, Arno, 2013, Bankbetriebslehre, 9. aktualisierte
Auflage, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen

Ernst, Dietmar / Häcker, Joachim, Applied International Corporate Finance, 2. Auflage,
Verlag Franz Vahlen, München, 2011

Gräfer, Horst / Schiller, Bettina / Rösner, Sabrina, Finanzierung: Grundlagen,
Institutionen, Instrumente und Kapitalmarkttheorie, 8. Auflage, Erich Schmidt Verlag
Berlin 2014

Guserl, Richard, Pernsteiner, Helmut: Finanzmanagement: Grundlagen – Konzepte –
Umsetzung, Gabler Lehrbuch, Wiebaden 2011



Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A., Finanzwirtschaft der Unternehmung, 16. Auflage, Vahlen, München, 2012

Steiner, Manfred, Bruns, Christoph, Stöckl, Stefan, 2012, Wertpapiermanagement, Professionelle Wertpapieranalyse und Portfoliostrukturierung, 10. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

▶ **A6116 FINANZ- UND ANLAGENMANAGEMENT**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A6117 CORPORATE FINANCE UND FINANZPRODUKTE**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-39 BANK- UND RISIKOMANAGEMENT

Modul Nr.	A-39
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Kursnummer und Kursname	A7121 Steuerung von Finanzrisiken A7122 Bankmanagement A7123 Finanzindustrie, Risikomanagement und Versicherungen
Lehrende	NN NN Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Semester	7
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	12
ECTS	18
Workload	Präsenzzeit: 180 Stunden Selbststudium: 360 Stunden Gesamt: 540 Stunden
Prüfungsarten	StA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Die Teilnehmer des Moduls "Bankmanagement" lernen die Grundlagen der Bankbetriebswirtschaftslehre und in Grundzügen Versicherungen kennen und können diese in der betrieblichen Praxis anwenden. Sie verstehen das Produktangebot von Banken und Versicherungen und können dieses auf Basis einer Analyse des Anlage- und Kapitalbedarf als Problemlösungen für Privatkunden und Firmenkunden anbieten. Die Teilnehmer kennen finanzwirtschaftliche Risiken und können unterschiedliche Instrumente zur Ergebnis- und Risikosteuerung von Banken darstellen und in der betrieblichen Praxis umsetzen.

Im Einzelnen geht es im Modul "Bankmanagement" um die Erreichung folgender Lernziele:

- o Die Studierenden kennen die Struktur des Finanzdienstleistungssektors in Deutschland
- o Die Studenten verstehen die Systematik des Bankenaufsichtsrecht, die wesentlichen Regularien zur Eigenkapitalausstattung (Basel II, Basel III) und weitere wesentliche rechtliche Rahmenbedingungen wie z.B. MaRisk



- o Sie verstehen die Auswirkungen der rechtlichen Rahmenbedingungen auf Rating und Kreditwürdigkeitsprüfung und können diese auch in der Kalkulation von Kreditpreisen berücksichtigen.
- o Sie können geeignete qualitative Methoden anwenden, um die Risiken von Kreditinstituten zu identifizieren, zu analysieren und zu bewerten sowie daraus wesentliche Strategien und Maßnahmen zur Risikosteuerung und zum Risikocontrolling abzuleiten.
- o Die Studierenden können die Angebote von Kreditinstituten und deren Produktpartner (insbesondere Versicherungen) für Firmenkunden darlegen, kennen einzelne Kreditprodukte und können diese auf das jeweilige Finanzierungs-, Anlage- und Absicherungsbedürfnis der Unternehmen anwenden.
- o Die Studenten können wesentliche Instrumente zur Steuerung des Firmenkundengeschäfts in der betrieblichen Praxis anwenden.
- o Sie kennen die finanziellen Grundbedürfnisse privater Haushalte und sind in der Lage, Problemlösungen für Privatkunden entwickeln.
- o Sie können die Instrumente des marketingpolitischen Instrumentariums (Kundensegmentierung, Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Vertriebspolitik) auf das Privatkundengeschäft anwenden.
- o Sie sind in der Lage, Prozesse im Kredit- und Einlagengeschäft zu analysieren und im Rahmen einer Prozesskostenrechnung und für die Kreditkalkulation anzuwenden.
- o Die Studierenden kennen Produkte des Zahlungs- und Kartengeschäfts und verstehen neuere Entwicklungen wie SEPA und Electronic Banking.

Verwendbarkeit des Moduls

Das Modul kann für weiterbildende / grundständige / konsekutive Masterstudiengänge wie bspw. der Master "Strategisches und internationales Management", "Generell Management", "Unternehmensgründung, -führung und -nachfolge" sowie "Risiko- und Compliancemanagement" des dimt.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfehlung erfolgreicher Besuche von:

- Finanzen und Investition
- Controlling und Treasury
- Finanzdienstleistungen und Financial Planning

Inhalt



A7121 Firmenkundengeschäft

1. Firmenkundengeschäft im Überblick

- Kundengruppen im Firmenkundengeschäft
- Finanzprodukte im Firmenkundengeschäft
- Anbieter (national, international, Konzerninstitute)

2. Strategien und Vertriebspolitik im Firmenkundengeschäft

- Aktuelle Herausforderungen im Firmenkundengeschäft
- Strategien verschiedener Banken im Firmenkundengeschäft
- Zielgruppenmanagement im Firmenkundengeschäft
- Vertriebspolitik im Firmenkundengeschäft
- ganzheitliche Firmenkundenberatung

3. Das Kreditgeschäft mit Firmenkunden

- Vergabe von Krediten an Firmenkunden / Kreditwürdigkeitsprüfung
- Rating und Scoring in der S-Finanzgruppe

4. Aufbau- und Ablauforganisation des Firmenkundengeschäfts



- Der Firmenkundenberater - Firmenkundenbetreuer
- Aufgabenteilung im Firmenkundengeschäft
- Prozesse / Ablauforganisation (insbesondere Kreditprozess)

5. Produktpolitik im Firmenkundengeschäft

- Ansatzpunkte für die Produktentwicklung im Firmenkundengeschäft
- Produkte zur Abdeckung von Kreditbedarf (Kredite, Anleihen)
- Produkte zur Abdeckung des Anlagebedarfs von Firmenkunden
- Produkte zur Risikosteuerung von Firmenkunden
- Produkte zur Steuerung der Liquidität von Firmenkunden
(Cash Management und Zahlungsverkehr)
- Produkte zur Unterstützung von Auslandsaktivitäten (trade finance)

6. Preispolitik und Preiskalkulation im Firmenkundengeschäft

- Preispolitik im Firmenkundengeschäft
- Aufgaben und Besonderheiten der Bankkalkulation
- Ergebniskomponenten und Kalkulationsobjekte
- Kalkulation des Zinsergebnisses: Zinsspannenrechnung und Marktzinismethode
- Kalkulation der Bearbeitungskosten: Divisionskalkulation, Äquivalenzziffernkalkulation und Prozesskostenrechnung
- Kalkulation von Risikokosten und Eigenkapitalkosten
- Zusammenfassung: Kalkulation von Kreditpreisen



7. Vertriebs- und Ergebnissteuerung im Firmenkundengeschäft

- Der Prozess der Kreditentscheidung
- Vertriebssteuerung und Vertriebscontrolling im Firmenkundengeschäft

A7122 Privatkundengeschäft und Financial Services

1. Privatkundengeschäft / Retail Banking im Überblick

- Finanzdienstleistungen für Privatkunden
- Aktuelle Entwicklungslinien der Nachfrage nach Finanzdienstleistungen im Privatkundengeschäft
- Wettbewerb im Privatkundengeschäft
- Grundlegende Strategien im Privatkundengeschäft (z.B. Direktbank oder Filialbank)
- Kooperationen und Verbundpartner
- Cross Selling

2. Marktbearbeitung im Privatkundengeschäft

- Marketingpolitisches Instrumentarium (Produkt-/Preispolitik, Kommunikationspolitik, Vertriebspolitik, Servicepolitik etc.)
- Marktbearbeitungsstrategien (One-to-one, Zielgruppenbearbeitung etc.)

3. Der Kunde im Privatkundengeschäft

- Kundensegmentierung
- Kundenbindung und Neukundengewinnung



4. Vertriebswege im Privatkundengeschäft

- Persönlicher Vertrieb (Filiale, Mobiler Vertrieb)
- Elektronischer Vertrieb (Internet, SB, CallCenter etc.)
- Multikanalvertrieb (Zusammenspiel und Steuerung der Vertriebswege etc.)

5. Beratung und Verkauf im Privatkundengeschäft

- Beratungs- und Verkaufsprozess
- Beratertypen und Kundentypen

6. Produkt- und Preispolitik im Privatkundengeschäft

- Produkt- und Sortimentspolitik
- Das Angebot von Verbundleistungen
- Preispolitik / Preisdifferenzierung im Privatkundengeschäft

7. Kommunikationspolitik im Privatkundengeschäft

8. Organisation und Steuerung des Privatkundengeschäfts

- Kreditwürdigkeitsprüfung im Privatkundengeschäft
- Prozessmanagement und Outsourcing
- Anreize und Vergütung

A7123 Finanzindustrie und Risikomanagement

1. Finanzindustrie im Überblick

- Anbieter (Banken, Versicherungen, Finanzdienstleistungsinstitute etc.)
- Produkte (Kredit-, Anlage, Versicherungsprodukte etc.)



- Vertriebswege

2. Grundlagen des Bankgeschäfts

- Betriebswirtschaftliche und juristische Definitionen des Bankgeschäfts
- gesamtwirtschaftliche Aufgaben von Banken
- Systematisierung von Bankleistungen
- Struktur des deutschen Bankensystems

3. Grundlagen des Versicherungsgeschäfts

- Versicherungstheoretische Grundlagen
- Der Versicherungsvertrag
- Systematik von Versicherungen
- Rückversicherungen
- Grundzüge des Versicherungsmanagements
- Kalkulation von Versicherungsprämien

4. Organisationsformen von Finanzdienstleistern

- Einflussfaktoren und Gestaltungsvarianten der Aufbauorganisation von Kreditinstituten
- Praxisbeispiele der Aufbauorganisation von Kreditinstituten
- Rechtsformen und Organisation von Versicherungsgesellschaften

5. Jahresabschluss von Banken und Versicherungen

- Der Jahresabschluss von Kreditinstituten
- Der Jahresabschluss von Versicherungen



6. Finanzwirtschaftliche Risiken und Risikomanagement im Überblick

- Anknüpfen an Inhalte der gesetzlichen (regulatorischen) Anforderungen (AktG, MaRisk)
- normative Grundlagen des Risikomanagements (ISO 31000, COSO 2004, ONR 49000)
- Risikomanagement-Prozess und Methoden der Risikobeurteilungen (inkl. Value at Risk).
- Notfall- und Krisenmanagement als Bestandteil des Risikomanagements
- Beispielfälle von Risiken, die sich in der Finanzwirtschaft realisiert haben

7. Aufsichtsrechtliche Rahmenbedingungen für Finanzdienstleister (insbesondere Kreditinstitute)

- Überblick über die Rechtsgrundlagen
- Institutionen der Bank- und Versicherungsaufsicht
- Erlaubnispflicht von Finanzdienstleistungsgeschäften
- Basel II und Basel III: Eigenmittelvorschriften für Kreditinstituten
- Die Solvabilitätsrichtlinie zur Steuerung von Bankrisiken
- Besondere organisatorische Pflichten von Kreditinstituten sowie MaRisk
- Compliance und Geldwäsche

8. Steuerung von Ausfallrisiken

- Quantifizierung von Ausfallrisiken
- Maßnahmen zur Steuerung von Ausfallrisiken
- aufsichtsrechtliche Regelungen zur Steuerung des Kreditgeschäfts
- MaRisk zur Reduzierung von Ausfallrisiken

9. Steuerung von Marktpreisrisiken

- Quantifizierung und Steuerung von Zinsänderungsrisiken
- Quantifizierung und Steuerung von Währungsrisiken



- Reduzierung von Marktpreisrisiken durch die MaRisk

10. Steuerung von Liquiditätsrisiken

- Ansatzpunkte zur Steuerung von Liquiditätsrisiken
- Aufsichtsrechtliche Regelungen für Liquiditätsrisiken
- Steuerung von Liquiditätsrisiken
- Reduzierung von Liquiditätsrisiken durch die MaRisk

11. Steuerung von Operationellen Risiken

- Instrumente zur Quantifizierung und Steuerung von Operationellen Risiken
- Reduzierung von Operationellen Risiken durch die MaRisk

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Besonderes

Kurs gehört zum Studienschwerpunkt „Finanz- und Bankmanagement“

Empfohlene Literaturliste

Bannert, Herrling, Lüpertz, Schmidt, Zahner, Finanzmanagement und Allfinanzangebot, Verlag Europa-Lehrmittel, Haan-Gruiten 2009

Becker, Hans Paul, Peppmeier, Arno, Bankbetriebslehre, 8. aktualisierte Auflage, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen 2011

Bitz, Michael, Stark, Gunnar, Finanzdienstleistungen, 8. Auflage, Oldenbourg Verlag, München 2008

Böckhoff, Michael, Stracke, Guido, Der Finanzplaner - Handbuch der privaten Finanzplanung und individuellen Finanzberatung, 2. Auflage, Verlag Recht und Wirtschaft, Heidelberg 2004

Bacher, Urban, Bankmanagement kompakt, Praxiswissen der Bankbetriebslehre, 4. Auflage, Hartung-Gorre Verlag Konstanz, 2012



- Bannert, Herrling, Lüpertz, Schmidt, Zahner, Finanzmanagement und Allfinanzangebot, Verlag Europa-Lehrmittel, Haan-Gruiten 2009
- Bartmann, Dieter, Nirschl, Marco, Peters, Anja, Retail Banking: Zukunftsorientierte Strategien im Privatkundengeschäft, Kompendium bankbetrieblicher Anwendungsfelder. 2., überarbeitete Auflage, Frankfurt 2011.
- Becker, Hans Paul, Peppmeier, Arno, Bankbetriebslehre, 9. aktualisierte Auflage, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen 2013
- Bitz, Michael, Stark, Gunnar, Finanzdienstleistungen, 8. Auflage, Oldenbourg Verlag, München 2008
- Böckhoff, Michael, Stracke, Guido, Der Finanzplaner - Handbuch der privaten Finanzplanung und individuellen Finanzberatung, 2. Auflage, Verlag Recht und Wirtschaft, Heidelberg 2004
- Brühwiler, Bruno, Risikomanagement als Führungsaufgabe, 3. Aufl. Bern, Stuttgart, Wien 2011
- Büschgen, Hans E., Börner, Christoph J., Bankbetriebslehre, 4. Auflage, UTB, Stuttgart, 2003
- Eilenberger, Guido, Bankbetriebswirtschaftslehre: Grundlagen-Internationale Bankleistungen-Bank-Management, 8. Auflage, Oldenbourg Verlag, 2012
- Ettmann, Bernd, Wolff, Karl, Wurm, Gregor, Kompaktwissen Bankbetriebslehre, 21. Auflage, Bildungsverlag EINS, Köln, 2013
- Geyer, Günther, Das Beratungs- und Verkaufsgespräch in Banken: mehr Erfolg durch aktiven Verkauf, 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden 2009
- Grill, Wolfgang, Perczynski, Hans, Wirtschaftslehre des Kreditwesens, 47. Auflage, Bildungsverlag EINS, Köln, 2013
- Hartmann-Wendels, Thomas, Pfingsten, Andreas, Weber, Martin, Bankbetriebslehre, 5. Auflage, Springer, Berlin Heidelberg New York 2010
- Heiring, Werner, Bankbetriebswirtschaft, 2. Auflage, Bildungsverlag EINS, Troisdorf 2008
- Ludolph, Neub, Renner, Ulbricht, Rechnungswesen und Controlling für Bankberufe, 10. Auflage, Verlag Europa-Lehrmittel, Haan-Gruiten, 2012
- Priewasser, Erich, Die Priewasser-Prognose, Bankstrategien und Bankmanagement 2009, Fritz Knapp Verlag, Frankfurt am Main 1994
- Rosenbaum, Markus, Wagner, Fred, Versicherungsbetriebslehre: Grundlegende Qualifikationen, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe 2002



Sauter, Werner, Grundlagen des Bankgeschäfts, 9 Auflage, Frankfurt School Verlag,
Frankfurt 2010

Schmoll, A. , Die Praxis der Firmenkundenbetreuung, Geschäftsbeziehungen
erfolgreich intensivieren, Wien 2009, 3. Auflage, MANZ, 2009

▶ **A7121 STEUERUNG VON FINANZRISIKEN**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A7122 BANKMANAGEMENT**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A7123 FINANZINDUSTRIE, RISIKOMANAGEMENT UND VERSICHERUNGEN**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-40 NATIONALE WIRTSCHAFTSPOLITIK UND GELDPOLITIK

Modul Nr.	A-40
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hans Paul Bisani
Kursnummer und Kursname	A4108 Einführung nationale Wirtschaftspolitik A4109 VGR-, Geld und Währungspolitik
Lehrende	Prof. Dr. Hans Paul Bisani
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Erwerb eines grundlegenden Verständnisses für wirtschaftliche Zusammenhänge in einer Volkswirtschaft einschließlich der dahinter liegenden Konzepte und Theorien
 - Fähigkeit, wirtschaftliche und wirtschaftspolitische Fragestellungen in das betriebliche Geschehen einzuordnen und zu bewerten. Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz: Die Studierenden kennen die wichtigsten wirtschaftspolitischen Theorien und Konzepte sowie Instrumente und Wirkungsweisen von nationaler Wirtschaftspolitik und europäischer Geldpolitik. Sie können grundsätzliche Möglichkeiten der Wirtschaftssteuerung beurteilen, die Ursachen gesamtwirtschaftlicher Ungleichgewichte hinterfragen und deren Auswirkungen auf die verschiedenen Unternehmensbereiche einschätzen.

Sozialkompetenz: Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Lösung von Problemen durch Team- bzw. Gruppenarbeit.

Methodenkompetenz: Die Studierenden verfügen über grundlegende Methodenkenntnisse, um die Chancen und Risiken wirtschaftspolitischer Maßnahmen erkennen und bewerten zu können.



Persönliche Kompetenz: Das Behandeln aktueller wirtschaftspolitischer Fragestellungen befähigt die Studierenden zu Selbststudium sowie zu studien- und wissenschaftsorientiertem Zeitmanagement.

Verwendbarkeit in anderen Studiengängen

Als Basismodul der Wirtschaftspolitik sind seine Kenntnisse wichtig für das Modul Internationale Wirtschaftspolitik. Ferner ergänzt es die Studienschwerpunkte des Studiengangs, sofern dort volkswirtschaftliche Aspekte von Bedeutung sind.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Modul A-08 Volkswirtschaftstheorie (insbesondere Makroökonomische Theorie) des 2. Semesters.

Inhalt

A4108 Einführung nationale Wirtschaftspolitik

1. Historische Wirtschaftsordnungen (Wirtschaftssysteme)
2. Grundlegende Probleme der Wirtschaftspolitik
3. Wirtschaftspolitische Bereiche (Ordnungs-, Prozess- und Strukturpolitik) und Instrumente
4. Grundgedanken der angebots- und nachfrageorientierten Wirtschaftspolitik (Stärken, Schwächen, Umsetzungsprobleme)
5. Ausgewählte gesamtwirtschaftliche Problembereiche
6. Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik
7. Markt- und Staatsversagen
8. Lastenausgleich zwischen den Generationen
9. Einkommens- und Vermögensverteilung
10. Probleme der Bildungspolitik
11. umweltpolitische Probleme
12. Nationale Wirtschaftspolitik in der Europäischen Währungsunion

A4109 VGR, Geld- und Währungspolitik



1. VGR Informationsbasis für Wirtschaftspolitik (Datenquellen und ihre Genauigkeit, Erfassung der wirtschaftlichen Lage und Entwicklung, Erfassung der Produktionsfaktoren, Zahlungsbilanz und Auslandsvermögensstatus)
2. Problematik der Staatsverschuldung, der Einkommens- und Vermögensverteilung sowie der Schattenwirtschaft
3. Internationale Währungsordnung, Kenntnis außenwirtschaftlicher und währungspolitischer Zusammenhänge, Überblick über internationale Währungsorganisationen (IWF und Weltbank)
4. Teilnehmerstaaten der Europäischen Wirtschaftsunion (europäische Integration)
5. Eurosystem als Institution (Zielvorgaben und Unabhängigkeit, Aufbau und Entscheidungsstruktur)
6. Einblick in die volkswirtschaftliche Bedeutung des Geld- und Kreditwesens einschließlich des Zusammenhangs zwischen dem monetären und dem realen Bereich (einschließlich Gefahr von Finanz- und Schuldenkrisen und ihre realwirtschaftlichen Folgen)
7. Kenntnis des geld-, kredit- und währungspolitischen Instrumentariums
8. Vergleich nationaler geldpolitischen Institutionen (insb. Unterschied US-FED und Eurosystem)

Lehr- und Lernmethoden

- o Grundlagenvermittlung als Vorlesung
- o Seminaristischer Unterricht zum Beantworten von Fragen, zum Lösen von Übungsaufgaben und Besprechen von Fallbeispielen bzw. der Fallstudie
- o Gruppenarbeit
- o Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichtsstoffes

Besonderes

Teilweise Gastvorträge

Empfohlene Literaturliste

Jürgen Pätzold, Gerhard Mussel, Grundfragen der Wirtschaftspolitik, 8. Auflage, Vahlen Verlag, München 2013

Sibylle Brunner, Karl Kehrle, Volkswirtschaftslehre, 3. Aufl., Vahlen Verlag, München 2014



Henrik Enderlein, Nationale Wirtschaftspolitik in der europäischen Währungsunion, Campus Verlag, Frankfurt 2004

Alfred Stobbe, Volkswirtschaftliches Rechnungswesen, 2. Auflage, Springer Verlag, Berlin 2014

Görgens, E., Ruckriegel, K., Seitz, F., Europäische Geldpolitik, 6. Auflage, UVK/Lucius UTB Verlag, München, 2013 (zu Veranstaltungsbeginn zusätzlich vorgegebene Kapitelteile)

Deutsche Bundesbank, Monatsberichte (zu Veranstaltungsbeginn bzw. während des Semesters vorgegebene Beiträge)

Zu Semesterbeginn wird als Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen in jedem Kurs ein umfassendes Skript mit Übungsaufgaben bereitgestellt.

▶ **A4108 EINFÜHRUNG NATIONALE WIRTSCHAFTSPOLITIK**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A4109 VGR-, GELD UND WÄHRUNGSPOLITIK**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



A-41 INTEGRATIVE BETRIEBSWIRTSCHAFT UND RISIKOMANAGEMENT

Modul Nr.	A-41
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Andreas Buske
Kursnummer und Kursname	A6107 Integrative Betriebswirtschaft A6108 Risikomanagement
Lehrende	Prof. Dr. Andreas Buske Sebastian Kohler
Semester	6
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Wahlfach
Niveau	undergraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	StA, LN mündlich
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Integrative Betriebswirtschaft:

Die Integration und prozessuale Vernetzung der zentralen Gegenstandsbereiche des General Management sowie die praktische Anwendung des theoretischen Lehrstoffes sind Oberziele in der Integrativen Betriebswirtschaft. Neben dem vertieften Verständnis des General Management wird eine enge Verknüpfung von Theorie und Praxis angestrebt. Während des gesamten Moduls wird die wertorientierte Unternehmensführung als essentielles Mittel zur Steuerung und Führung eines Unternehmens aufgezeigt.

Die Unterziele sind hierbei:

- o Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in den Bereichen der Unternehmensstrategie, dem Marketing, dem Einkauf, der Lagerhaltung, der Produktion, dem Finanz- und Rechnungswesen, sowie dem Personalmanagement.
- o Sie können ihr vorhandenes Wissen auf eine simulierte, aber realitätsnahe Problemsituation anwenden.
- o Sie verstehen die Zusammenhänge zwischen den oben genannten Bereichen, und sie verstehen die Wechselwirkungen, die zwischen ihnen bestehen.



- o Sie sind in der Lage, Verantwortung in ihrem Team zu übernehmen und gemeinsam wichtige Entscheidungen zu treffen.
- o Sie können die Grundlagen für ihre Entscheidungen formulieren und argumentativ verteidigen.

Risikomanagement

Ziele und Inhalte des Lehrgebietes Risikomanagement sollten sich an den Anforderungen von § 91 (2) und § 107 (3) AktG sowie der ISO 31000 und der ONR 49000 oder auch des COSO Enterprise Risk Management Framework entsprechen.

Die Lehrziele für das Modul Risikomanagement als Führungsaufgabe sind daher folgende:

- o **Kennen:**

Die Studierenden kennen Grundlagen, Normen, Grundbegriffe und Anwendungen des Risikomanagements.

- o **Können:**

Die Studierenden können die wichtige Methode der Szenarioanalyse praktisch anwenden einschließlich der Risikosteuerung und des Risikocontrolling.

Die Studierenden können weitere wichtige Methoden (Prozess-Risikoanalyse, Schadenfallanalyse, Critical Incidents Reporting) der Risikoanalyse praktisch anwenden und einsetzen.

- o **Anwenden:**

Die Studierenden verstehen die Elemente des Risikomanagement-Systems und können ihre konkrete Gestaltung verstehen, einschließlich der Funktionen des Notfall-, Krisen- und Kontinuitätsmanagements.

Als Ergebnis vermögen die Studierenden Unternehmen so zu steuern, dass unerwünschte Risiken vermieden werden.

Darüber hinaus wissen die Studierenden wie Unternehmen, die sich in existenziellen Krisen befinden, erfolgreich eine Sanierung bewältigen. Sie können Krisen analysieren und Sanierungskonzepte erstellen.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

Inhalt

Integrative Betriebswirtschaft



Das Modul Integrative Betriebswirtschaft beschäftigt sich ganzheitlich mit der strategischen sowie operativen Unternehmensführung.

Die konkreten Inhalte sind folgend aufgelistet:

Führung als Prozess

Gegenstände der Unternehmensführung

- o Strategisch
- o operativ

Entwicklung der Unternehmensstrategie

- o Vision
- o Umfeldanalyse
- o SWOT
- o generelle Strategien

Funktionsbereichsstrategien

- o Vertrieb
- o F&E
- o Einkauf
- o Produktion
- o Personal
- o Finanzen

Zum besseren Verständnis der Vernetzung werden die erworbenen Kenntnisse durch die Studierenden bei der Erstellung eines Strategie-Papiers (Vision & Mission, Umfeld- und SWOT-Analyse, Vertriebs- und Marketingkonzept etc.) für "ihr Unternehmen" des Planspiels angewandt.

TOPSIM Unternehmensplanspiel:

Es wird ein Unternehmen mit zwei Produkten (Schwarzweiß- und Farbkopierer) auf zwei Märkten (Inland und Europa) mit insgesamt fünf konkurrierenden Unternehmen abgebildet. Die Spieler müssen sämtliche Entscheidungen des Unternehmensablaufes vom Rohstoffeinkauf über die Produktions- und Personalplanung bis zum Absatz treffen und können sich dabei verschiedener Simulationstechniken bedienen. Für jede Periode erhalten sie die Marktergebnisse, die sie aufgrund ihrer und der Konkurrenzentscheidungen realisieren konnten, um auf dieser Basis für die nächste Periode zu planen.



Risikomanagement

Das Thema Risikomanagement ist seit der Einführung durch das KonTraG (§ 91 Abs. 2 AktG) eine verbindliche Aufgabe des Managements und daher ein notwendiger Bestandteil des Bachelorstudiums der Betriebswirtschaftslehre.

Das Modul Risikomanagement vermittelt den Studierenden zum einen die theoretischen Grundlagen des Risikomanagements und zum anderen lernen die Studierenden die Instrumente des Risikomanagements praktisch einzusetzen.

Theorie:

- o Risiko und Herkunft Risikomanagement
- o Rechtliche Grundlagen
- o Normative Grundlagen (Industrie-Finanzwesen-Wirtschaftsprüfung)
- o Grundbegriffe
- o Risikomanagement-Prozess
- o Methoden der Risikobeurteilung (Anwendung RM Prozess)
- o Risikomanagement-System (Gestaltung RM in Organisationen)
- o Risikomanagement in komplexen Organisationen
- o Notfall-, Krisen- und Kontinuitätsmanagement
- o Humanfaktoren im Risikomanagement.

Praxis:

- o Szenario-Risikoanalyse
- o Prozess-Risikoanalyse (am Beispiel Internes Kontrollsystem)
- o Risikomanagement-System (Praxisbeispiel)
- o Risikomanagement-Politik
- o Critical Incidents Reporting

Risikomanagement-Systeme komplexer Organisationen

Lehr- und Lernmethoden

- o Seminaristischer Unterricht
- o Gruppenarbeiten
- o Planspiel TOPSIM



Empfohlene Literaturliste

Integrative Betriebswirtschaft

Christian Homburg, Marketingmanagement, Gabler Verlag, 5.Auflage 2015

Philip Kotler et al., Grundlagen des Marketing, Pearson Verlag, 6. Aktualisierte Auflage 2016

Heribert Meffert, Marketing, Gabler Verlag, 12.Auflage 2015

Risikomanagement

Brühwiler, Bruno: Risikomanagement als Führungsaufgabe, Bern, Stuttgart, Wien, 3. Aufl. 2011

Dietger Hahn, Harald Hungenberg: PuK - Wertorientierte Controllingkonzepte: Planung und Kontrolle - Planungs- und Kontrollsysteme - Planungs- und Kontrollrechnung, Gabler Verlag, 6.Auflage 2001

▶ **A6107 INTEGRATIVE BETRIEBSWIRTSCHAFT**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

▶ **A6108 RISIKOMANAGEMENT**

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

