



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT



Modulkatalog | Sommersemester 2021 Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.)

Vorläufige Version
Letzte Aktualisierung: 11. Februar 2021

Module Catalogue | Summer Term 2021 Business Administration (B.Sc.)

Preliminary version
Last update: February 11th, 2021

Modulbeschreibungen

Aktuelle Fragen der Organisations- und Personalpsychologie.....	8
Applied Positive Psychology (PP) in Business – An Introduction into the main facets of PP and its use in business.....	12
Arbeitsmarktökonomik.....	16
Arbeitsrecht	20
Automotive Issues in Business Science.....	24
Bachelorarbeit.....	28
Behavioral Finance	30
Bilanzsteuerrecht und DATEV.....	32
Business Analytics.....	36
Corporate Governance	40
Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie.....	44
Einführung in das strategische Management	50
Entrepreneurial Finance & Strategy	52
Entrepreneurship	56
Entscheidungstheorie	60
Fallstudien Unternehmensethik.....	62
Forschungs-Projektstudium	64
Geldpolitik.....	68
Gerechtigkeitspsychologie und Konflikte	72
Globales Marketing Management	76
Grundlagen der internationalen Rechnungslegung	80
Grundlagen des Controlling.....	83
Grundlagen des Insolvenz- und Umwandlungsrechts.....	85
Grundlagen des Marketingmanagements.....	87
Grundlagen der Organisationspsychologie	91
Humanressourcen-Management	93
Innovation through Design for Customer Experience and Sustainable Solution	97
Jahresabschluss und Unternehmensbesteuerung.....	101
Kapitalmarkttheorie.....	103
Konsumentenverhalten und Marktforschung	107
Consumer Behavior and Market Research	109

Makroökonomie	111
Marketing Analysen mit R.....	115
Marketing Analytics with R	115
Mikroökonomie	119
Ökonomische Themen der Migrationsforschung.....	123
Operationsmanagement	125
Operations Management Projektstudium	129
Persönlichkeit und Beruf	133
Preis- und Produktmanagement.....	135
Proseminar: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	139
Proseminar: Finanzwissenschaften	142
Proseminar: Grundfragen des Wirtschaftsrechts.....	146
Proseminar: Informationsmanagement.....	148
Proseminar: Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung	150
Proseminar: Supply Chain Management	152
Proseminar: Statistik & Ökonomik.....	156
Proseminar: Unternehmensethik, insb. Corporate Governance.....	160
Psychologie der Teamarbeit	162
Rechnergestützte Statistik mit R.....	166
Retail Operations	170
Ringvorlesung „Nachhaltigkeit in China“ (AKII)	174
Seminar zur Makroökonomik.....	178
Service and Technology Marketing	180
Software Development: Programming	184
Sozialpolitik	188
Strategischer Einkauf in globalen Märkten	190
Sustainability @ leading companies.....	194
Theorie und Praxis der Unternehmensbewertung	198
The Science of Happiness: A Multi-Disciplinary and Multi-Cultural Approach to Happiness and Well-being	202
Unternehmensethik	208
Unternehmensplanung & -steuerung	212
Wirtschaft und Raum	214

Wirtschaftssprachen

Business Fiction	218
Current Business Topics	220
Kulturen und Gesellschaften Lateinamerikas	222
Thèmes économiques actuels	225
Wirtschaftschinesisch II/1 und II/2	227
Wirtschaftsdeutsch II	229
Wirtschaftsenglisch II	231
Wirtschaftsfranzösisch II	235
Wirtschaftsspanisch II	237

Current issues of Organizational and Personnel Psychology	10
Applied Positive Psychology (PP) in Business – An Introduction into the main facets of PP and its use in business	14
Labour Economics	18
Labour Law.....	22
Automotive Issues in Business Science	26
Bachelor's Thesis.....	29
Behavioral Finance	30
Tax Accounting law and DATEV	34
Business Analytics	38
Corporate Governance.....	42
Descriptive Statistics and Probability Theory.....	46
Econometrics.....	48
Introduction to Strategic Management.....	51
Entrepreneurial Finance & Strategy.....	54
Entrepreneurship.....	58
Decision Theory	60
Case Studies in Business Ethics.....	63
Research Projects Seminar	66
Monetary Policy	70
Justice Psychology and Conflicts	74
Global Marketing Management.....	78
Basic Principles of Financial Accounting according to IFRS	82
Fundamentals of Controlling.....	84
Basics of Insolvency Law and Commutation Law	86
Principles of Marketing Management.....	89
Basics of Organisational Psychology	92
Human Resource Management.....	95
Innovation through Design for Customer Experience and Sustainable Solutions.....	99
Balancing and Business Taxation	102
Capital Market Theory	105
Macroeconomics	113
Marketing Analytics with R	117

Microeconomics	121
Economics of Migration.....	123
Operations Management.....	127
Operations Management Case Studies	131
Personality and Profession	134
Pricing and Product Management	137
Introductory Seminar: Tax Management	141
Introductory Seminar: Public Economics	144
Introductory Seminar: Basic Questions of Commercial Law	147
Introductory Seminar: Information Management	149
Introductory Seminar: Accounting and Auditing	151
Introductory Seminar: Supply Chain Management	154
Introductory Seminar: Statistics and Econometrics	158
Introductory Seminar: Business Ethics and Corporate Governance	161
Psychology of Teamwork	164
Computational Statistics with R.....	168
Retail Operations	172
Lecture Series “Sustainability in China” (AKII).....	176
Seminar on Macroeconomics.....	179
Service and Technology Marketing.....	182
Software Development: Programming	186
Social Policy	189
Strategic Sourcing in Global Markets.....	192
Sustainability @ leading companies	196
Theory and Practise of Business Valuation	200
The Science of Happiness: A Multi-Disciplinary and Multi-Cultural Approach to Happiness and Well-being.....	205
Business Ethics.....	210

Business Languages

Corporate Planning & Management.....	213
Economy and Space.....	216
Business Fiction.....	219

Current Business Topics	221
Latin American Cultures and Societies	224
Current Business Topics in French	226
Business Chinese II/1 & II/2	228
Business German II	230
Business English II	233
Business French II	236
Business Spanish II	238

Aktuelle Fragen der Organisations- und Personalpsychologie

Current issues of Organizational and Personnel Psychology

Modulnummer | 82-021-WP05-H-0817

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 20

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Psychologische Diagnostik und Interventionspsychologie

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Joachim Thomas

Referent/in | PD Dr. Markus Müller, Dipl.-Psych.

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse eines ausgewählten aktuellen Schwerpunktthemas aus der Organisations- und Personalpsychologie
- Sie können die erworbenen Kenntnisse auf den organisationalen Kontext anwenden.
- Sie kennen die Grundlagen der eingesetzten psychologischen Methoden aus eigener Erfahrung.

Modulinhalt

- Ein ausgewähltes Schwerpunktthema aus der Organisations- und Personalpsychologie, z.B.: Achtsamkeit in Organisationen
- Psychologisch fundiertes Coaching und Training von Mitarbeitern und Führungskräften
- Mindful leadership

Lehrmethoden

- Einführung in die Themenfelder und ihre Zusammenhänge
- Interaktive Anwendung dieser Kenntnisse auf den organisationalen Kontext
- Präsentation im Podium
- Einzel- und Gruppenarbeiten
- Aktive Teilnahme an praktischen Übungen

Prüfungsmodalitäten

- Präsentation (20%)
- Kurze Hausarbeit (80%)

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die Prüfungsleistung umfasst eine individuelle Vortragsleistung (20minütige Präsentation) und eine kurze Hausarbeit (8 Seiten).
- Die Kombination aus mündlicher und schriftlicher Prüfungsleistungen ist aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

32 h = Präsenzzeit Seminar

38 h = Vor- und Nachbereitung des Seminars

80 h = Vorbereitung der mündlichen und schriftlichen Prüfungsleistung

150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Voraussetzung: Grundlagen der Organisationspsychologie (oder äquivalente Leistung)

Literatur

- Ie, A., Ngunoumen, C. T., & Langer, E. J. (2014). The Wiley Blackwell handbook of mindfulness. Chichester: Wiley Blackwell.

- Gonzalez, M. (2012). Mindful leadership. Hoboken: Wiley.
- Hullmann, I. (2017). How to coach. Stuttgart: Schattauer.
- Marturano, J. (2015). Mindful leadership. Freiamt: Arbor.
- Schreyögg, A. (2008). Coaching für die neu ernannte Führungskraft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Vertiefende Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Current issues of Organizational and Personnel Psychology

Aktuelle Fragen der Organisations- und Personalpsychologie

Module Number | 82-021-WP05-H-0817

Degree | Bachelor

Semester | Winter

Course Type | Seminar

Participation Limit | 20

Creditable for | Compulsory elective: Business and Psychologie

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Psychology III and IV

Chair Owner | Prof. Dr. Joachim Thomas

Lecturer | PD. Dr. Markus Müller, Dipl.-Psych.

Learning Outcomes

- Students have specific knowledge about a selected current issue of Organizational and Personnel.
- They are able to apply the new knowledge on the organizational context.
- They know the basics of psychological mediation for sustainably solving conflicts in organizations.
- They know the foundations of the psychological methods and gained own experience.

Module Content

- A selected issue of Organizational and Personnel Psychology, e.g.: Mindfulness in organizations
- Psychologically founded coaching und training of employees and executives Mindful leadership

Teaching Methods

- Introduction to the subjects and their connections
- Interactional application of this knowledge on the organizational context
- Panel presentation
- Self-study and teamwork exercises
- Participating in a variety of exercises

Grading

- Oral presentation (20%)
- Short seminar paper (80%)

Assessment criteria in detail

- Work performance will be evaluated by means of an oral presentation (20 minutes), and a short seminar paper (8 pages).
- The oral presentation in combination with a short paper is necessary due to the goals of the class.

Average Workload

32 h = Time of attendance seminar

38 h = Preparation and postprocessing seminar

80 h = Preparation of the oral and written exam

150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Prerequisites: Basics of Organizational Psychology (or equivalent study achievements)

Readings

- Ie, A., Ngunoumen, C. T., & Langer, E. J. (2014). The Wiley Blackwell handbook of mindfulness. Chichester: Wiley Blackwell.
- Gonzalez, M. (2012). Mindful leadership. Hoboken: Wiley.
- Hullmann, I. (2017). How to coach. Stuttgart: Schattauer.
- Marturano, J. (2015). Mindful leadership. Freiamt: Arbor.

- Schreyögg, A. (2008). Coaching für die neu ernannte Führungskraft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Further readings will be provided in the course.

Applied Positive Psychology (PP) in Business – An Introduction into the main facets of PP and its use in business

Applied Positive Psychology (PP) in business – An Introduction into the main facets of PP and its use in business

Modulnummer | 82-021-AP12-H-0507
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | Sommer
Kurstyp | Seminar
Teilnehmerbeschränkung | 16
Anrechenbar für | Wahlpflicht
Unterrichtsstunden | 4 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch
Lehrstuhl | ABWL, Organisation und Person
Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter
Referent/in | Prof. Dr. Utho Creusen

Lernziele/ Kompetenzen

- Die Studenten lernen die innovativen Konzepte und Vorteile der PP anhand verschiedener Aufgaben selbstständig anzuwenden.
- Sie entwickeln die Fähigkeit der praktischen Anwendung des PP im alltäglichen Leben.
- Die Studenten lernen dazu die Grundlagen des positiven Psychologie Ansatzes kennen.
- Die Studenten sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, auf vielfältige Art und Weise die Methoden der positiven Führung sachgerecht anzuwenden.

Modulinhalt

- Die Teilnehmer werden in die Hauptaspekte der PP, einem noch jungen Forschungsgebiet, das erst im Jahr 2000 entstanden ist, eingeführt.
- Die innovativen Ansätze der PP werden insbesondere im Kontext des Humanressourcen-Managements erläutert und anhand verschiedener Aufgaben angewendet.
- Themenbereiche: Strength-based HRM, Flow-experiences, Employee engagement, Positive emotions, Positive Organizational Behavior, Positive Organizational Scholarship

Lehr-/Lernformen

Auf theoretischen Grundlagen aufbauend, spielt die eigene Anwendung eine zentrale Rolle. Dabei kommt es zum Einsatz folgender Methoden:

- Einzelaufgaben
- Gruppenaufgaben
- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|---|-----|
| ▪ Konzeptpapier zur Podiumsdiskussion | 20% |
| ▪ Podiumsdiskussion | 30% |
| ▪ Ergebnisreflexion mit externen Referenten/Coaches | 20% |
| ▪ Abschlussaufsatz | 30% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Untergliederung der Prüfungsleistung in mehrere Teilleistungen dient der zeitlichen Entzerrung der Prüfung.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Seminar
58 h = Vor- und Nachbereitung Seminar
50 h = Aufsatz
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Vorkenntnisse

- Abschluss des Moduls „Personal und Organisation“

Literatur

- t.b.a.

Applied Positive Psychology (PP) in Business – An Introduction into the main facets of PP and its use in business

Applied Positive Psychology (PP) in business – An Introduction into the main facets of PP and its use in business

Module Number | 82-021-AP12-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 16

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Organizational Theory and Human Resource Management

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Prof. Dr. Utho Creusen

Learning outcomes

- Students of the module learn a critical and proper handling with the fundamental approaches and benefits of Positive Psychology.
- They gain the ability to use this scholarship in day-to-day business.
- After attending the course students will have gained a comprehensive overview of the general ideas of the positive psychology approach as well as how and to which extent positive leadership can be applied in a corporate environment.

Module Content

- The class will introduce the main facets of PP, a recent field of research, which was created in 2000.
- The innovative approaches of PP, especially regarding the field of Human Resource Management will be elucidated and trained in diverse exercises.
- Subject areas: Strength-based HRM, Flow-experiences, Employee engagement, Positive emotions, Positive Organizational Behavior, Positive Organizational Scholarship.

Teaching Methods

Based on the exemplification of theoretical principles, the own application plays a crucial role. As for the subsequent execution of the concepts, the following methods are applied:

- Self-study exercises
- Teamwork exercises
- Lecture

Grading

- | | |
|--|-----|
| ▪ Panel Discussion Paper | 20% |
| ▪ Panel Discussion | 30% |
| ▪ Result reflection with external speakers / coaches | 20% |
| ▪ Final Paper | 30% |

Assessment criteria in detail

Splitting the examination into several areas is owed to the necessity of equalizing the examination load.

Average Workload

42 h = Time of attendance seminar
58 h = Preparation and postprocessing seminar
50 h = Essay
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Module „Personal und Organisation“

Readings

- t.b.a.

Arbeitsmarktökonomik

Labour Economics

Modulnummer | 82-021-AP03-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Wirtschafts- und Sozialpolitik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Jörg Althammer

Referent/in | Dr. Maximilian Sommer

Lernziele/ Kompetenzen

- Die Studenten haben einen detaillierten Überblick über die institutionellen Regelungen des Arbeitsmarktes v.a. der Bundesrepublik Deutschland
- Sie entwickeln die Fähigkeit wichtige mikro- und makroökonomischen Ansätze zur Erläuterung der Prozesse des Arbeitsmarktes zu erarbeiten
- Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden umfassend empirisches Material zu den Problemstellungen der Arbeitsmärkte Deutschlands und anderer OECD Länder analysieren.

Modulinhalt

- Arbeitsangebot
- Bildung von Humankapital
- Arbeitsnachfrage
- Empirische Ansätze in der Arbeitsmarktökonomie
- Matching von Arbeitsangebot und -nachfrage
- Ökonomische Analyse der Gewerkschaften
- Lohnbildung
- Arbeitslosigkeit: Fakten und Begründungen
- Diskussion aktueller Arbeitsmarktprobleme und -reformen

Lehr-/ Lernformen

- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)

100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Vorlesung
42 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
66 h = Klausurvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Mikroökonomie I und II
- Makroökonomie I

Literatur

- Franz, Wolfgang (2009): Arbeitsmarktkonomik, 7. Auflage.
- Borjas, George (2005): Labor Economics.
- Wagner, Thomas/ Jahn, Elke (2004) Neue Arbeitsmarkttheorien.
- Sapsford/Tzannatos (1993), The Economics of the Labour Market, Macmillan.

Labour Economics

Arbeitsmarktökonomik

Module Number | 82-021-AP03-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Economic and Social Policy

Chair Owner | Prof. Dr. Jörg Althammer

Lecturer | Dr. Maximilian Sommer

Learning Outcomes

The students will acquire the following skills:

- Profound knowledge in empirical and theoretical aspects of labour market processes.
- Ability to develop important micro and macro approaches to explain the processes of the labor market
- After completing the module, students can comprehensively analyze empirical material to the problems of the labor markets of Germany and other OECD countries

Module Content

- Labour Supply
- Investments in Human Capital
- The Demand for Labour
- Wage Determination
- Matching of labour supply and demand
- Unions and the Labor Market
- Unemployment
- Discussion of current problems and reforms of the German labor market

Teaching Methods

- Lesson

Grading

Final Exam (90 Min)	100%
---------------------	------

Assessment criteria in detail

- Exam

Average Workload

42 h = Time of attendance lecture
42 h = Preparation and postprocessing lecture
66 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Microeconomics I and II
- Macroeconomics I

Readings

- Franz, Wolfgang (2009): Arbeitsmarktökonomik, 7. Auflage.
- Borjas, George (2005): Labor Economics.
- Wagner, Thomas/ Jahn, Elke (2004) Neue Arbeitsmarkttheorien.

- Sapsford/Tzannatos (1993), The Economics of the Labour Market, Macmillan

Arbeitsrecht

Labour Law

Modulnummer | 82-021-AP02-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Bürgerl. Recht, Zivilprozessrecht und Insolvenzrecht

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Referent/in | Rechtsanwältin Dr. Eva Albers LL.M.

Lernziele/ Kompetenzen

- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über umfassende Kenntnisse, die für die Erbringung von Dienstleistungen durch Arbeitnehmer im Verhältnis zum Arbeitgeber relevant sind. Sie entwickeln die Fähigkeiten eines sachgerechten Umgangs mit den Gesetzestexten des Arbeitsrechts. Dabei werden übergeordnete Rechtsprinzipien ebenso verdeutlicht wie Handlungsspielräume angesichts unklarer normativer Vorgaben.
- Sie sind in der Lage, unter Anwendung der entsprechenden Gesetzestexte und Rechtsprechung konkrete Rechtsprobleme des alltäglichen Arbeitslebens zu analysieren, Rechtsfolgen abzuleiten und Lösungen darzustellen. Einen Schwerpunkt bildet dabei das Kündigungsrecht.
- Zudem sind die Studierenden für die Interessenkonflikte im Arbeitsverhältnis sensibilisiert.

Modulinhalt

- Funktion und Grundlagen des Arbeitsrechts
- Der Begriff des Arbeitnehmers (mit Bezügen zum Sozialversicherungs- und Steuerrecht)
- Einordnung von Formen des Fremdpersonaleinsatzes
- Der Arbeitsvertrag (Zustandekommen von Arbeitsverträgen, Rechte und Pflichten der Vertragsparteien, Wirkung von Leistungsstörungen, Haftung und Beendigung von Arbeitsverhältnissen)
- Grundlagen des kollektiven Arbeitsrechts (Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen)

Lehr-/ Lernformen

- Vorlesung
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100 %
---------	-------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- 90-minütige Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit Vorlesung
30 h = Präsenzzeit Übung
30 h = Nachbereitung Übung
30 h = Vorbereitung Übung
30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundkenntnisse im Privatrecht (Privatrecht I und II)

Literatur

- Arbeitsgesetze, Beck-Texte im dtv, 92. Auflage 2018 (obligatorisch)
- Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, 22. Auflage 2017
- Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, 17. Auflage 2018
- Löwisch/Caspers/Klumpp, Arbeitsrecht, 11. Auflage 2017
- Preis, Arbeitsrecht, 5. Auflage 2017

Labour Law

Arbeitsrecht

Module Number | 82-021-AP02-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer Term

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Civil Law, German and European Labour and Social Law

Chair Owner | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Lecturer | Rechtsanwältin Dr. Eva Albers LL.M.

Learning Outcomes

- After completing the module, students have extensive knowledge which is relevant for the provision of services by employees in relation to the employer.
- Students learn a proper handling with the legal texts of labour law. Important principles of the german labour law and remaining options for contracts and parties will be shown.
- They are in a position to analyse and solve specific law cases of the everyday working life based on legal texts and dispensation of justice, especially in the law of dismissal.
- Furthermore, students are made aware of the conflicts of interest in the employment relationship.

Module Content

- Function and basics of labour law
- The concept of worker (with references to social security and tax law)
- Classification of three-party work relations
- The employment contract (conclusion of employment contracts, rights and obligations of the Parties, effect of service disruptions, liability and termination of employment)
- Basics of collective labour law (collective and company agreements)

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial

Grading

Final exam (90 Minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

30 h = Attendance lecture
30 h = Attendance tutorial
30 h = follow-up lecture
30 h = preparation tutorial
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in Private Law

Readings

- Arbeitsgesetze, Beck-Texte im dtv, 92. Auflage 2018 (mandatory)
- Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, 22. Auflage 2017
- Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, 17. Auflage 2018
- Löwisch/Caspers/Klumpp, Arbeitsrecht, 11. Auflage 2017
- Preis, Arbeitsrecht, 5. Auflage 2017

Automotive Issues in Business Science

Automotive Issues in Business Science

Modulnummer | 82-021-IM10-S-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 30

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS (geblockt)

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Lehrstuhl für ABWL, Personal und Organisation

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referenten | Prof. Dr. Benjamin Morisse/ Dr. Sebastian Rauber

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende erlernen die zentralen Theorien des Managements und der Strategie von Automobilfirmen, mit besonderem Fokus auf den Vertrieb
- Darüber hinaus lernen sie die Strukturen und Spezifika der Branche kennen sowie entwickeln ein Verständnis für Zusammenhänge in der Branche
- Ferner sollen die Studierende in der kritischen Reflexion von aktuell relevanten Praxisthemen geschult werden
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Teilnehmer über ein theoretisches und praktisches Fundament zum Umgang mit aktuellen Themen und Strategien in der Automobilindustrie.

Modulinhalt

- Grundlagen zu den Theorien zu Automotive Management
- Geschichte des Automobils
- Produktpolitik der Automobilfirmen vor dem Hintergrund ihrer Marktstellung
- Vertriebsmanagement und Vertriebspolitik des Automobils
- Die Gruppenfreistellungsverordnung (GVO) und ökologische Aspekte

Lehr-/Lernformen

- Theoretisch-konzeptioneller Input (Vorlesung) und externer Referent
- Fallstudien/ Präsentationen
- Diskussion

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|-------------------------|-------|
| ▪ Klausur | 50% |
| ▪ Präsentationen | 37,5% |
| ▪ Mündliche Beteiligung | 12,5% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Partizipation:
Da der interaktive Charakter der Veranstaltung von einer aktiven Beteiligung aller Teilnehmer lebt, wird auch der Grad der Beteiligung an inhaltlichen Diskussionen bei der Notenfindung berücksichtigt. Eine reine Präsenz führt nicht automatisch zu einer ausreichenden Leistung. Insbesondere die aktive Teilnahme an Diskussionen und Kursübungen findet besondere Berücksichtigung in der Gesamtbewertung der mündlichen Mitarbeitungsleistung.
- Präsentation:
In einer weiteren Teilleistung müssen Studierende in Gruppen Präsentationen zu ausgesuchten Themenfeldern erarbeiten und ihre Ergebnisse vor den anderen Teilnehmern präsentieren und diskutieren.
- Klausur:
Es wird eine Abschlussklausur geschrieben. Der zeitliche Umfang der Prüfung beträgt 45 Minuten. Klausurrelevant sind die angegebene Literatur sowie sämtliche während den einzelnen Sitzungen diskutierten Inhalte.
- Prüfungsbelastung:

Zur zeitlichen Entzerrung der Prüfungsmodalitäten ist es notwendig die schriftliche Prüfung mit anderen Leistungen zu kombinieren.

Kompetenz: Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von einer schriftlichen Prüfung mit anderen Leistungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Vorlesung
22 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
43 h = Vorbereitung Präsentation
43 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Aburob A.S./Hersh A.M./Aladwan K. (2011): Relationship between internal marketing and service quality with customer's satisfaction; in: International Journal of Marketing Studies Vol. 3(2), S. 107-118.
- DeHoratius N./Raman A. (2007): Store manager incentive design and retail performance. An exploratory investigation, in: Manufacturing and Service Operations Management Vol. 9 (4), S. 518-534.
- Feldman L.P./Armstrong G.M. (1975): Identifying buyers of a major automotive innovation, in: Journal of Marketing Vol. 39 (1), S. 47-53.
- Lademan L.P./Partner (2001): Customer preferences for existing and potential sales and servicing alternatives in automotive distribution, in: Gesellschaft für Unternehmen und Kommunalberatung, Hamburg.
- Lovelock C./Wirtz J. (2010): Services Marketing. People, technology strategy, 7. Aufl., Englewood Cliffs.
- Morisse B. (2013): The implementation of brand standards in franchised retailing. The Field of a car dealership, in: Journal of Applied Business Research Vol. 29 (4).
- Orgenyi E. O. (1998): Franchising agreements in new car retailing. An empirical investigation, in: Service Industries Journal Vol. 18 (2), S. 144-160.
- Sloan A.P. (1963): my years with general Motors, New York.

Automotive Issues in Business Science

Automotive Issues in Business Science

Module Number | 82-021-IM10-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | 30

Course Category | Compulsory elective

Contact Hours | 2 SWS (blocked)

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German / English

Chair | Chair of Human Resource Management and Organization

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Prof. Dr. Benjamin Morisse/ Dr. Sebastian Rauber

Learning Outcomes

- The module should give students detailed insights into current critical management issues and strategies in automotive industry, especially with focus on retail
- Moreover industry specifics and structures are taught to prepare students for further studies or work in the automotive industry
- Students learn to critically reflect on topical issues and on management behavior and strategies in the automotive industry
- The module will provide the participants with the theoretical and practical basics related to the dealing with current critical automotive issues and strategies in the automotive industry

Module Content

- Basics / theories of automotive management
- The history of car construction and relation to the market
- Product policies based on the market power of the firms
- Automotive distribution and retail strategies and policies
- European Block Exemption Regulation and ecological matters

ComplexityTeaching Methods

- Theoretical input and guest speaker
- Case studies
- Discussion

Grading

- | | |
|----------------|-------|
| ▪ Exam | 50% |
| ▪ Presentation | 37.5% |
| ▪ Oral | 12.5% |

Assessment criteria in detail

- Participation:
The interactive character of the course is highly dependent on student participation. Hence, the degree of oral participation will be considered in the overall performance evaluation. Pure presence does not automatically lead to a good grade. Active participation in discussions will especially be considered in the evaluation process.
- Presentation (Team):
Students will have to work on presentations in groups and present and discuss their findings in class.
- Exam:
The course closes with a 45 minute final exam in which both the relevant readings and class discussions are assessed.

Regarding the time and effort within the exam period it is necessary and reasonable to combine written exam and oral presentation for grading

Average Workload

42 h = Time of attendance lecture
22 h = Preparation and postprocessing lecture
43 h = Preparation presentation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Aburob A.S./Hersh A.M./Aladwan K. (2011): Relationship between internal marketing and service quality with customer's satisfaction; in: International Journal of Marketing Studies Vol. 3(2), S. 107-118.
- DeHoratius N./Raman A. (2007): Store manager incentive design and retail performance. An exploratory investigation, in: Manufacturing and Service Operations Management Vol. 9 (4), S. 518-534.
- Feldman L.P./Armstrong G.M. (1975): Identifying buyers of a major automotive innovation, in: Journal of Marketing Vol. 39 (1), S. 47-53.
- Lademan L.P./Partner (2001): Customer preferences for existing and potential sales and servicing alternatives in automotive distribution, in: Gesellschaft für Unternehmen und Kommunalberatung, Hamburg.
- Lovelock C./Wirtz J. (2010): Services Marketing. People, technology strategy, 7. Aufl., Englewood Cliffs.
- Morisse B. (2013): The implementation of brand standards in franchised retailing. The Field of a car dealership, in: Journal of Applied Business Research Vol. 29 (4).
- Orgenyi E. O. (1998): Franchising agreements in new car retailing. An empirical investigation, in: Service Industries Journal Vol. 18 (2), S. 144-160.
- Sloan A.P. (1963): my years with general Motors, New York.

Bachelorarbeit

Bachelor's thesis

Modulnummer | 82-021-H-BA-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Abschlussarbeit

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Bachelorarbeit

Unterrichtsstunden | Selbststudium

Leistungspunkte | 10 ECTS

Sprache | Deutsch oder Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Betreuender Lehrstuhl der WFI

Referent/in | Betreuer

Lernziele/Kompetenzen

- Ziel der Erstellung der Bachelorarbeit ist, dass sich die Studierenden am Ende ihres Bachelorstudiums in selbstständiger Arbeit einen betriebswirtschaftlichen Forschungsinhalt erschließen.
- Sie sollen in die Lage versetzt werden, eine Forschungsfrage strukturiert zu bearbeiten, unterschiedliche wissenschaftliche Perspektiven miteinander zu verknüpfen und daraus Handlungsimplikationen abzuleiten.

Modulinhalt

Selbstständige Bearbeitung eines Themas mit wirtschaftswissenschaftlichem Bezug

- Formulierung einer Forschungsfrage
- Recherche und Erarbeitung des Forschungsstandes
- Bearbeitung der in der Forschungsfrage formulierten Problemstellung
- Formulierung eines wissenschaftlich begründeten Urteils

Lehr-/Lernformen

- Eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Arbeit

100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Innerhalb von zwei Monaten hat der Studierende selbstständig ein wissenschaftliches Thema zu bearbeiten und auf 40 Seiten (+/- 10 %) zu verschriftlichen. Die Arbeit wird von dem Fachvertreter, der das Thema festgelegt hat, und evtl. einem Zweitgutachter bewertet.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

100 h = Recherche

200 h = Erstellung der Bachelorarbeit

300 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundvoraussetzung ist die erfolgreiche Teilnahme an einem Proseminar

Literatur

- Keine

Bachelor's Thesis

Bachelorarbeit

Module Number | 82-021-H-BA-0507

Degree | Bachelor

Semester | Every term

Course Type | Final thesis

Participation Limit | None

Creditable for | Bachelor's Thesis

Contact Hours | self-study

Number of Credits | 10 ECTS

Language | German or English

Chair | Mentoring chair of the WFI

Lecturer | Mentor

Learning Outcomes

- The aim of the Bachelor's thesis consists in enabling the student to compile an economic research.
- The students shall be able to structure a research question, to link different scientific perspectives and hence develop implications how to act.

Module Content

Self-contained work on an economic topic

- Verbalization of a research question
- Research and formulation of the current state of research
- Work on the Problem, which has been stated in the research question
- Formulation of a scientific founded judgement

Teaching Methods

- Self-contained scientific work

Grading

Paper

100%

Assessment criteria in detail

During two month, the student has to work self-contained on a scientific topic and write a paper about it (40 pages +/- 10 %). This will be graded by the mentor and optionally by a consultant.

Average Workload

100 h = Research
200 h = Work on paper
300 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic requirement is to complete a proseminar

Readings

- None

Behavioral Finance

Behavioral Finance

Module Number |

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Finanzierung, Banken und Kapitalmärkte, Accounting & Controlling, Volkswirtschaftslehre/Economics

The course can be attended by student of the Master FACT

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Economics, esp. Macroeconomics

Chair Owner | Prof. Dr. Simon Wiederhold

Lecturer | Prof. Dr. Simon Wiederhold

Learning Outcomes

- Behavioral finance uses insights from psychology to understand how human behavior influences the decisions of individual and professional investors, markets, and managers. Some decisions are simple, day-to-day choices, such as how hard we are going to study for the next test, or what brand of soda we are going to buy, but others significantly impact our financial wellbeing, such as whether we should buy a particular stock, or how we should allocate our money among various investment funds. The purpose of this lecture is to present what we have learned about financial decision-making from behavioral finance research.
- Students will refresh the foundations of modern finance: expected utility theory, asset pricing (CAPM), the efficient market hypothesis, and agency relationships.
- Students will become aware of the inability of these standard tools to account for various paradoxes and anomalies, leading to the genesis of behavioral finance as reflected in prospect theory. Students will be provided the theoretical foundation of this concept.
- Students will learn the psychological foundations of Behavioral Finance: cognitive limitations and heuristics, overconfidence, and emotion.
- Armed with this psychological background, students will learn how psychology impacts financial-decision making at the level of the individual. For instance, the lecture will investigate the extent to which the faulty use of heuristics leads to suboptimal financial decision-making (e.g., familiarity bias can lead to excessive domestic and local investment; availability bias pushes people into concentrating investments in securities where information is freely available).
- Students will become aware of the behavioral foundations of some central stock-market puzzles. For instance, in 1987 the Dow Jones fell by almost one quarter without any apparent reason. In this context, the recent financial crisis will also be discussed.
- A guest lecture with PwC representatives will familiarize students with the behavior and thinking of various stakeholders (banks, investors, employees) when a firm tumbles into crisis. Based on the insights from this lecture, students will themselves develop strategies to rescue crisis-laden firms in a case study.

Module Content

- Foundations of Neoclassical Finance
 - Expected Utility Theory
 - Asset Pricing, Market Efficiency, and Agency Relationships
- Theoretical Foundations of Behavioral Finance
 - Prospect Theory
 - Framing, and Mental Accounting
- Psychological Foundations of Behavioral Finance
 - Heuristics and Biases
 - Overconfidence
- Investor Behavior
 - Implications of Heuristics and Biases for Financial Decision-Making
 - Implications of Overconfidence for Financial Decision-Making
 - Individual Investors and the Force of Emotion

- Market Outcomes
 - Behavioral Explanations for Anomalies
 - Do Behavioral Factors Explain Stock Market Puzzles?
- Case Study PwC

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial
- Case study
 - The topic of the case study is a firm that enters a severe crisis (e.g., risk of bankruptcy). From the perspective of a consultancy, students will develop strategies to rescue the firm, which at the same time meet the expectations of the stakeholders (e.g., banks and employees).
 - Successfully finishing the case study also requires a number of soft skills, such as the ability to work in a team and presentation skills.

Grading

Written exam	100 %
--------------	-------

Assessment criteria in detail

- Written exam (90 minutes) at the end of the term.

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
 32 h = Preparation and postprocessing lecture
 28 h = Time of attendance tutorial
 30 h = Preparation and postprocessing tutorial (including the case study)
 32 h = Exam preparation
 150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in microeconomics and finance

Literatur

- Ackert, Lucy F. and Richard Deaves (2010). Behavioral Finance Psychology, Decision-Making, and Markets. Cengage Learning.

Bilanzsteuerrecht und DATEV

Tax Accounting la wand DATEV

Modulnummer | 82-021-TA03-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Lehstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Reinald Koch

Referent/in | Mitarbeiter/in des Lehrstuhls

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Moduls erhalten mit dieser Veranstaltung einen vertieften Einblick in die Vorschriften des deutschen Bilanzsteuerrechts. Dabei wird ihnen u.a. die Fähigkeit vermittelt, wirtschaftliche Sachverhalte in steuerbilanzielle Auswirkungen zu übersetzen und entsprechend darzustellen.
- Studierende erwerben Techniken zur Lösung von bilanzrechtlichen Sachverhalten. Dabei erlernen sie den Umgang mit den einschlägigen Rechtsquellen und entwickeln ein Verständnis für die Grundlagen, Grundsätze und Wertbegriffe der Bilanzierung. Studierende erlernen ferner die Funktionsweise der in der steuerlichen Praxis verwendeten Softwareprogramme der DATEV eG.
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über das notwendige Wissen zur Abbildung auch komplexer steuerbilanzieller Sachverhalte und sind in der Lage, die Jahresbuchhaltung, den Jahresabschluss und diverse Steuererklärungen mit der DATEV-Software zu erstellen.

Modulinhalt

Bilanzsteuerrecht

- Grundlagen der Bilanzierung
- Die Bilanzierung des Anlagevermögens
- Die Bilanzierung des Umlaufvermögens
- Steuerfreie Rücklagen
- Die Bilanzierung des Fremdkapitals
- Personengesellschaften

DATEV

- Anfertigung einer kompletten Monatsbuchhaltung für ein fiktives Unternehmen mit den von der DATEV zur Verfügung gestellten Unterlagen.
- Erstellung des Jahresabschlusses auf Basis der Jahresbuchhaltung; Zuhilfenahme weiterer DATEV-Produkte wie z.B. „PC-ANLAG“, das die Berechnung der Abschreibungen unterstützt.
- Erstellung der Körperschaft-, der Gewerbesteuer- und auch der Umsatzsteuerjahreserklärung der GmbH
- Erstellung der Einkommensteuererklärungen der beiden Gesellschafter der GmbH unter Berücksichtigung verschiedener Ausschüttungsszenarien.

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die erworbenen Kenntnisse werden in einer schriftlichen Klausur geprüft.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung

56 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
73 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Jahresabschluss und Unternehmensbesteuerung wird empfohlen

Literatur

- Schulungsunterlagen von DATEV
- Weitere Literatur wird bekannt gegeben

Tax Accounting law and DATEV

Empirical Finance

Module Number | 82-021-TA03-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | BA and Business Taxation

Chair Owner | Prof. Dr. Reinald Koch

Lecturer | Prof. Dr. Reinald Koch

Learning outcomes

- Students will obtain a deeper insight into the German regulations governing the preparation of the tax balance sheet. Amongst others, they will learn to translate business cases into the consequences resulting for the tax balance sheet.
- Students gain abilities to solve tax accounting cases. Within this module they learn how to handle the relevant legal texts and will achieve an understanding of the basic principles of accounting. Moreover they will learn how to operate the software of DATEV eG, which is commonly used in tax practice.
- After having completed this module, students will have gained competences in applying relevant tax accounting provisions regarding numerous balance sheet items and will be able to handle the accounting treatment of complex business transactions as well as to prepare the annual financial statement and annual tax declarations with the software of DATEV.

Module Content

Tax accounting law

- Basics of accounting
- Accounting of asset
- Accounting of current assets
- Tax free reserves
- Accounting of liabilities and accruals
- Partnerships

DATEV

- Preparation of a complete monthly bookkeeping for a fictitious company based on the provided data by DATEV.
- Preparation of the annual financial statement – based on the annual bookkeeping – with the help of other DATEV products, e.g. “PC-Anlag”.
- Preparation of the corporation tax, business tax and sales tax statements of the GmbH
- Preparation of the income tax statements of individual shareholders taking account of different distribution scenarios.

Teaching Methods

- Lecture

Grading

Final exam (90 Minutes)	100 %
-------------------------	-------

Assessment criteria in detail

- Gained competences are tested in a written exam.

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
56 h = Preparation and postprocessing lecture
73 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Balancing and Business Taxation is recommended

Readings

- Training material from DATEV
- Further Literature is provided in the opening session

Business Analytics

Business Analytics

Modulnummer | 82-021-IFM12-H-0316
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | Sommer
Kurstyp | Vorlesung/Übung
Teilnehmerbeschränkung | Keine
Anrechenbar für | Pflicht (Major SC & IM); Wahlpflicht (Minor QM&D)
Unterrichtsstunden | 4 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch
Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Wirtschaftsinformatik
Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Setzer
Referenten | Prof. Dr. Thomas Setzer und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden verstehen die wesentlichen Aspekte, Potenziale und Herausforderungen der Business Analytics und können Problemstellungen im Business Analytics strukturiert angehen.
- Die Studierenden kennen grundlegende statistische/maschinelle Lernverfahren zur Lösung von Fragestellungen der Business Analytics sowie deren theoretische Eigenschaften. Damit sind sie befähigt, problemspezifisch Modelle und Verfahren vergleichend zu bewerten, geeignete Verfahren auszuwählen, zu erproben und deren Konfigurationen gewinnbringend anzupassen.
- Durch das erworbene theoretische Verständnis sowie das praxisorientierte Know-how und die Umsetzung der Techniken in den Übungen können die Studierenden erfolgreich gängige Softwarepakete zur Lösung von Business Analytics-Fragestellungen einsetzen.

Modulinhalt

Die Veranstaltung behandelt Daten-analytische Verfahren zur Adressierung typischer Problemstellungen im Business Analytics. Die Teilnehmer lernen strukturierte Vorgehensmodelle sowie relevante Data Mining-Methoden kennen. Diese umfassen die Vorverarbeitung, Exploration und Reduktion von Daten sowie Clustering, Klassifikation und probabilistische Netzmodellierung. In Übungen wenden die Teilnehmer ihr Wissen in Aufgaben mit realistischen Datensätzen an. Die Vorlesungsstruktur ist wie folgt:

- Einführung in Business Analytics
- Datenvorbereitung, Datenreduktion und explorative Datenanalyse
- Klassifikationsmethoden
- Clusteranalyse, Assoziationsregeln und Probabilistische Netzwerke

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)	100%
----------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Klausur am Ende des Semesters in englischer Sprache. Die Beantwortung der Klausurfragen darf auch in deutscher Sprache erfolgen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung
75 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung
30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Wird in der ersten Veranstaltung bekannt gegeben

Business Analytics

Business Analytics

Module Number | 82-021-IFM12-H-0316

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective (Minor QM&D), Mandatory (Major SC&IM)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | BA and Business Informatics

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Setzer

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Setzer and Assistants

Learning Outcomes

- Students understand the fundamental aspects, potentials and challenges in business analytics and know how to address problems in business analytics in a structured and reflected fashion
- Students know basic methodology from statistical/machine learning to solve widespread business problems and understand their theoretical foundations and properties. The students are enabled to select candidate models and methods depending on a given tasks, and can compare, assess and beneficially refine the configuration of the models and methods
- Based on the theory- and practice-based know-how as well as the exercises in the tutorial the, students can systematically apply state-of-the-art software to solve problems in business analytics

Module Content

This is an introductory course in data analysis for widespread business problems regularly found in practice. The participants will familiarize themselves with procedural models and relevant data mining methodology. They will learn how to preprocess, explore and reduce data, methods for clustering, classification and probabilistic network modeling. During tutorials, the participants will apply their knowledge by solving problems with realistic data sets. The course is structured as follows:

- Introduction to Business Analytics
- Data Preprocessing & Exploratory Analytics
- Dimensionality Reduction and Data Transformation
- Methods of Classification
- Clustering, Association Rules and Probabilistic Networks

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial (Exercise)

Grading

Written examination (90 minutes)	100%
----------------------------------	------

Assessment criteria in detail

Grading of written examination at the end of the semester. Exam language is English. Students may answer the exam questions in English as well as in German.

Average Workload

45 h = Time of attendance lecture and tutorial
75 h = Preparation and postprocessing lecture and tutorial
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- To be announced in class

Corporate Governance

Corporate Governance

Modulnummer | 82-021-BE03-H-0318

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflichtmodul (Major Business and Economics)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Unternehmensethik, insb. Corporate Governance

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Kai Sandner

Referent/in | Prof. Dr. Kai Sandner

Lernziele/Kompetenzen

- Verständnis von Corporate Governance und Kenntnis relevanter Theorien zur Untersuchung des Themengebiets
- Bewusstsein über Bedeutung der unterschiedlichen Sichtweisen des Stakeholder- und des Shareholderansatzes in der Unternehmensführung für die Corporate Governance
- Überblick über Normen und Regeln der Corporate Governance
- Abgrenzung und Zusammenwirken von Corporate Governance und interner Unternehmenssteuerung
- Kenntnis von Möglichkeiten der Einflussnahme unterschiedlicher Akteure
- Fähigkeit zur Verknüpfung von Inhalten mit Inhalten angrenzender Bereiche wie Unternehmensführung, Controlling und Unternehmensethik
- Wissensvermittlung über alternative Systeme der Corporate Governance mit ihren Wirkungen
- Ziel: Überblick über das Themengebiet und Fähigkeit, Bezüge zu den angrenzenden Bereichen Unternehmenssteuerung und Unternehmensethik herzustellen.

Modulinhalt

- Grundlagen
 - Einleitung und Theorien
 - Regeln und Vorschriften
 - Stakeholder- und Shareholderorientierung in der Unternehmensführung
- Boards of Directors: Führung und Überwachung von Unternehmen
 - Boardstrukturen
 - Vergütung von Boardmitgliedern und Fairness
 - Performancemaße
- Einflussnahme durch Aktionäre
 - Aktionärsmacht und institutionelle Investoren
 - CSR und „Socially Responsible Investment“
 - Familienunternehmen
- Corporate Governance in ausgewählten Ländern

Lehrmethoden

- Vorlesung
- Beispiele
- Kontrollfragen und Diskussionen.
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100%
---------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Bewertung einer Klausur (90 Minuten)

Arbeitsaufwand (in Stunden)

44 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung

66 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung
40 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine oder geringe Vorkenntnisse aus dem BA Studium

Literatur

Literatur wird ggf. in der Vorlesung bekannt gegeben.

Basisliteratur:

- Mallin, Christine A.: Corporate governance, 2016. Oxford University Press, 5. Auflage.
- Tricker, Robert I.: Corporate governance: principles, policies, and practices, 2015. Oxford University Press, 3. Auflage.

Corporate Governance

Corporate Governance

Module Number | 82-021-BE03-H-0318

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory Elective Module (major Business and Economics)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Business Ethics and Corporate Governance

Chair Owner | Prof. Dr. Kai Sandner

Lecturer | Prof. Dr. Kai Sandner

Learning Outcomes

- Understanding of corporate governance and knowledge of relevant theories
- Awareness of the significance of the different paradigms in stakeholder and shareholder theories for corporate governance
- Overview of rules and regulations in corporate governance
- Relation of corporate governance and management control
- Knowledge on different actors' opportunities to get involved and exert influence
- Ability to relate issues/topics in corporate governance to contents of adjacent areas such as management, management accounting, and business ethics
- Be aware of system alternatives in corporate governance with their effects
- Goal: Overview of the subject and the skill to relate knowledge on corporate governance to the adjacent disciplines of management control and business ethics.

Module Content

- Fundamentals
 - Introduction and theories
 - Rules and regulations
 - Introducing stakeholders and shareholders
- Boards of directors: Leading and supervising companies
 - Board structures
 - Directors' pay and fairness
 - Performance measures
- Shareholders and their activism
 - Shareholder power and institutional investors
 - CSR and socially responsible investment
 - Family firms
- Corporate governance in selected countries

Teaching Methods

- Lecture
- Examples
- Control questions and discussions
- Exercise

Grading

Exam	100%
------	------

Assessment criteria in detail

- Assessment of exam papers (90 minutes)

Average Workload

44 h = Time of attendance lecture and tutorial

66 h = Preparation and post-processing lecture and tutorial

40 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- No prerequisites required. Basics from earlier modules can help

Readings

Literature will be announced during the lecture if necessary.

Basic reading:

- Mallin, Christine A.: Corporate governance, 2016. Oxford University Press, 5th edition.
- Tricker, Robert I.: Corporate governance: principles, policies, and practices, 2015. Oxford University Press, 3rd edition.

Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie

Descriptive Statistics and Probability Theory

Modulnummer | 82-021-QM03-H-507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Statistik und Quantitative Methoden

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Referenten | Prof. Dr. Ulrich Küsters und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden der Betriebswirtschaftslehre erlernen im Rahmen des Moduls die grundlegenden Begriffe und Methoden der Statistik.
- Die methodischen Kompetenzen erwerben die Studierenden im Rahmen der Vorlesung. Dabei wird zunächst die Theorie behandelt, welche eine methodische Grundlage bildet.
- Im Rahmen der Übung wenden die Studierenden die Verfahren der Wahrscheinlichkeitstheorie und der deskriptiven Statistik auf praktische Fragestellungen an.
- Durch eine selbständige Arbeitsweise entwickeln die Studierenden eine Selbstkompetenz und den eigenverantwortlichen Umgang mit statistischen Methoden sowie deren effiziente Anwendung in der Praxis.

Modulinhalt

- Einführung
- Deskriptive Statistik (einschließlich Indexrechnung und Konzentrationsmessung)
- Wahrscheinlichkeitstheorie
 - Grundlagen (einschließlich Axiomatik, bedingte Wahrscheinlichkeit und Satz von Bayes)
 - Diskrete univariate Verteilungen
 - Stetige univariate Verteilungen
 - Diskrete multivariate Verteilungen
 - Stetige multivariate Verteilungen
 - Grenzwertsätze (einschließlich Tschebyscheff-Ungleichung und Gesetze der großen Zahlen)

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung und Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100%
---------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Vorlesung
28 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
28 h = Präsenzzeit Übung
28 h = Vor- und Nachbereitung Übung
38 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand insgesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler

Literatur

- Küsters, Ulrich (2015): Statistik, Foliensatz, KUE/WFI, Ingolstadt.
- Schira, Josef (2012): Statistische Methoden der VWL und BWL. 4. Auflage, Pearson Studium, München.
- Fahrmeir, L., Künstler, R., Pigeot, I. und Tutz, G. (2010): Statistik - Der Weg zur Datenanalyse. 7. Auflage, Springer-Verlag, Berlin.
- Mosler, K. und Schmid, F. (2009): Beschreibende Statistik und Wirtschaftsstatistik. 4. Auflage, Springer-Verlag, Heidelberg.

Descriptive Statistics and Probability Theory

Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie

Module Number | 82-021-QM03-H-507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation limit | None

Creditable for | Mandatory

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Statistics and Quantitative Methods

Chair Owner | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Lecturer | Prof. Dr. Ulrich Küsters and Assistants

Learning Outcomes

- Students in the field of business administration acquire the basic statistical methods and notions.
- The methodical skills are acquired within the scope of the lecture. Firstly, the statistical theory is taught in order to provide a solid methodical basis.
- Students apply techniques in probability theory and descriptive statistics on practical issues within the scope of the exercises.
- The self-contained working technique enables students to obtain a personal competence, self-dependent handling of statistical methods as well as efficient practical application of those methods.

Module Content

- Introduction
- Descriptive statistics (incl. indices und measures of concentration and inequality)
- Probability theory
 - Introduction (incl. axiom system, conditional probability and Bayes's theorem)
 - Discrete univariate distributions
 - Continuous univariate distributions
 - Discrete multivariate distributions
 - Continuous multivariate distributions
 - Limit theorems (incl. Chebyshev's Inequality and Laws of Large Numbers)

Teaching Methods

- Lecture and exercise

Grading

Final exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
28 h = Preparation and postprocessing lecture
28 h = Time of attendance tutorial
28 h = Preparation and postprocessing tutorial
38 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Prerequisites

- Mathematics for Business

Readings

- Küsters, Ulrich (2015): Statistik, Foliensatz, KUE/WFI, Ingolstadt.
- Schira, Josef (2012): Statistische Methoden der VWL und BWL. 4. Edition, Pearson Studium, München.
- Fahrmeir, L., Künstler, R., Pigeot, I. und Tutz, G. (2010): Statistik - Der Weg zur Datenanalyse. 7. Edition, Springer-Verlag, Berlin.
- Mosler, K., Schmid, F. (2009): Beschreibende Statistik und Wirtschaftsstatistik. 4. Edition, Springer-Verlag, Heidelberg.

Econometrics

Ökonometrie

Module Number | 82-021-BE02-H-0218

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture and Tutorial

Participation Limit | none

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Economics, esp. Microeconomics

Chair Owner | Prof. Dr. Alexander M. Danzer

Lecturer | Prof. Dr. Alexander M. Danzer

Learning Outcomes

- Students of the course acquire detailed knowledge about standard (micro-)econometric techniques.
- They are able to understand the theoretical concept and derivation behind econometric estimators and have developed an intuitive understanding of their mechanics. They are able to assess and test the most important econometric pitfalls related to these estimators.
- Students have developed reflected views on the distinction between correlation and causation.
- Students learn data handling with real world examples, especially in the field of public policy. They acquire skills to implement simple econometric techniques with real world data in the computer lab.

Module Content

- Introduction
- The linear regression model with one regressor
 - Estimation using OLS
 - Goodness-of-fit
 - Formal derivation of the OLS estimator
 - Hypothesis testing and confidence intervals
 - Binary explanatory variables
 - Heteroskedasticity and homoscedasticity
 - The Gauss-Markov-Theorem
- Multivariate linear regression models
 - The regression model and the OLS estimator
 - Properties of the OLS estimator
 - Multicollinearity
 - Model specification
- Randomised experiment and “natural” experiments
 - Randomised experiments and their practical implementation
 - Estimation methods
 - Example: The Tennessee “STAR-Project”
 - Natural experiments
 - Example: Impact of minimum wages
- Binary dependent variables
 - Non-continuous dependent variables; binary dependent variables
 - The linear probability model
 - Non-linear models: Probit and Logit
- Panel data models
 - Panel types and organization of data
 - Fixed effects
 - Consistency and efficiency
 - Random effects
- Instrumental variable models
 - The IV estimator
 - Two-stage least squares
 - Testing the IV assumptions; how can (good) instruments be found?
 - The simultaneity problem
 - Measurement error

- Heterogeneous populations

Teaching Methods

- Lectures
 - Practical implementation in the CIP Pool
-

Grading

Exam	100%
------	------

Assessment criteria in detail

- The assessment is based on a final 60-mins exam.
-

Average Workload

25 h = Time of attendance lecture
 30 h = Preparation and postprocessing lecture
 25 h = Time of attendance tutorial
 40 h = Preparation and postprocessing tutorial
 40 h = Exam preparation
 150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Mathematics, Statistics
-

Readings

- James Stock & Mark Watson, Introduction to Econometrics, second edition, Boston: Addison-Wesley (2007)

Einführung in das strategische Management

Introduction to Strategic Management

Modulnummer | 82-021-IM01-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht, Pflichtkurs Major „Marketing & Management“

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Organisation, Personal

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referent/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lernziele/Kompetenzen

- Erreichen eines Überblicks über das Feld der Unternehmensführung sowie die grundlegenden Konzepte und Instrumente des strategischen Managements
- Verständnis der Perspektiven der Geschäftsstrategien und Unternehmensstrategien
- Entwicklung eines Bewusstseins für spezielle Branchenlogiken
- Fähigkeit zum richtigen, situationsbezogenen Einsatz der vermittelten Tools, sowie Verständnis derer Limitationen
- Fähigkeit zur kritischen Reflexion der Konzepte der Unternehmensführung sowie –strategie, auch vor dem Hintergrund von ethischen Gesichtspunkten
- Die Studenten werden in die Lage versetzt, Ethik als strategische Dimension zu identifizieren. Dies gilt sowohl für eine „Restriktion“ die aus der Ethik einer Unternehmensführung erwächst, vor allem aber für die Potentiale, die sich aus einer konsequenten ethischen Unternehmensführung bilden.

Modulinhalt

- Einführung in die theoretischen Grundlagen und Methoden der strategischen Unternehmensführung
- Überblick über Konzepte und Instrumente zur internen und externen Unternehmensanalyse
- Vorstellung der typischen Strategien auf Unternehmens- und Geschäftsfeldebene

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Fallstudie

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)	100%
----------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Abschlussklausur am Ende des Semesters (90 Minuten)

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45 h = Präsenzzeit Vorlesung
45 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
60 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Introduction to Strategic Management

Einführung in das strategische Management

Module Number | 82-021-IM01-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer term

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective, mandatory in Major "Management & Marketing"

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ETCS

Language | English

Chair | Organisational Theory and Human Resource Management

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Learning Outcomes

- Understanding of basic principles of corporate management as well as with concepts and instruments of strategic management.
- Insights into the perspectives of business unit strategies as well as corporate strategies
- Awareness regarding the characteristics of management in different industries
- Ability to apply introduced tools in a practical context, as well as profound knowledge of the tools' limitations
- Enablement of students to apply the theoretical insights in a self-reflexive manner.
- Students are enabled to identify ethic as a strategic dimension. This applies both to a "restriction" arising from the ethics of corporate governance, as well as to the potentials that arise from consistent ethical corporate governance

Module Content

- Introduction on the theoretical basis and methods of strategic management
- Overview of concepts and tools for the internal and external corporate analysis
- Introduction on the typical strategies at company and business unit level

Teaching Methods

- Lecture
- Case studies

Grading

Final exam (90 Minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- 90 minutes written exam at the end of term

Average Workload

45 h = Time of attendance lecture
45 h = Preparation and postprocessing lecture
60 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge / Prerequisites

- None

Readings

- t.b.a.

Entrepreneurial Finance & Strategy

Entrepreneurial Finance and Strategy

Modulnummer | 82-021-IM15-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 20

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch/Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Organisation und Personal

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referenten | Dr. Felix-Michael Weber/ N.N.

Kompetenzen

- Studierende lernen Basis-Konzepte der Wachstumsfinanzierung und -strategie in Zusammenhang mit der Unternehmensgründung und Unternehmensentwicklung sowie des Unternehmensverkaufs kennen.
- Ein Schwerpunkt liegt in der Vermittlung von speziellem Grundwissen in Bezug auf Unternehmensgründer bzw. weitere Gesellschafter wie Finanzierungsgesellschaften (Private Equity) oder Familie (2./3. Generation)
- Die TeilnehmerInnen sollen anhand von ausgewählten, kleineren Fallstudien Konzepte und Instrumente im jeweiligen Gesamtzusammenhang einzuordnen und anzuwenden lernen, Wechselwirkungen erkennen und zentrale Aspekte einer kritischen Analyse unterziehen
- Am Ende bietet die praktische Anwendung (Business Plan) des theoretischen Rahmens den Studierenden die Möglichkeit eine Geschäftsidee umzusetzen

Modulinhalt

- Kritische Reflexion von strategischen und technischen Grundlagen bei der Gründung eines Start-ups (Innovationsmanagement, Rechtsformen und Gesellschafterverträge)
- Kritische Diskussion von Aspekten der strategischen Unternehmensfinanzierung:
- Risikomanagement (Turnaround und Change Management)
- Financial Modeling (Business Plan, Cash-flow Management und Finanzierungsplanung)
- Unternehmensbewertung und Entscheidungsparameter für Investoren
- Corporate Development (Internationalisierung, Currency Hedging)
- Strategische Events (IPO, Unternehmensexit, M&A, Unternehmensübergabe an die 2. Generation)
- Berücksichtigung von Unternehmensbeispielen und Fallstudien zur praktischen Einordnung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung/ interaktiver Kurs

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|--------------------|-----|
| ▪ Klausur | 60% |
| ▪ Case-Bearbeitung | 40% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur (60 Min.) am Ende des Semesters
- Case-Bearbeitung während des Semesters zur praktischen Vertiefung der Lehrinhalte

Arbeitsaufwand (in Stunden)

- 40 h = Präsenzzeit Vorlesung
- 32 h = Vor- und Nachbearbeitung Vorlesung
- 78 h = Prüfungsvorbereitung (Case/Klausur)
- 150 h = Arbeitsaufwand insgesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Investition, Finanzierung, Kapitalmärkte

Literatur

- Eine umfangreiche Literaturliste liegt den Veranstaltungsunterlagen bei

Entrepreneurial Finance & Strategy

Insolvenzrecht

Module Number | 82-021-IM15-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation limit | 20

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German/English

Chair | Chair of Organizational Theory & HRM

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Dr. Felix-Michael Weber/ N.N.

Learning Outcomes

- In this module, students will learn the basic concepts of expansion financing and growth strategy concerning the business formation, enterprise development and business disinvestment
- A particular focus will be put on the role of the company founders or other shareholders such as venture capitalist (private equity) as well as the family (2nd / 3rd) generation and will be discussed
- On the basis of several basic case studies, the participants will learn to use the suitable concepts and tools in the respective context
- Students will recognize interdependencies and analyse basic aspects critically.
- Finally, the practical application of the theoretical framework (business plan) will offer the chance to develop a business idea

Module Content

- The lecture aims to be linked to the typical stages of business evolution, illustrating typical strategies and funding models
- Critical reflection of strategic and technical basics needed for business formation (innovation management, legal forms and shareholder agreements)
- Critical discussion of basic aspects of strategic corporate finance:
 - Risk management (turnaround and change management)
 - Financial modeling (business plan, cash-flow management and financial planning)
 - Business valuation and decision parameters for investors
 - Corporate development (internationalization, currency hedging)
 - Strategic events (IPO, company exit, M&A, corporate transfer to the 2nd generation)
- Providing numerous real-life examples and case studies for practical application

Teaching Methods

- Lecture/ interactive course

Grading

- | | |
|--------------|-----|
| ▪ Final exam | 60% |
| ▪ Case study | 40% |

Assessment criteria in detail

- Written exam (60 Min.) at the end of semester
- Case studies during the semester for practical application of the theoretical framework

Average Workload

40 h = Time of attendance lecture
32 h = Preparation and postprocessing lecture
78 h = Exam preparation (Case study/final exam)
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Introduction to Corporate Finance

Readings

- Bibliography is included in the course material

Entrepreneurship

Entrepreneurship

Modulnummer | 82-021-MD10-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung und Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 35

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Tourismus/ Zentrum für Entrepreneurship

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Referenten | Prof. Dr. Harald Pechlaner/ Benedikt Bauer, M.Sc.

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studenten sollen an die Idee des Unternehmertums herangeführt werden und sich mit den grundlegenden Fragestellungen des Entrepreneurships praktisch auseinandersetzen können.
- Wissensvermittlung zu Theorien und Konzepten des Unternehmertums
- Charakterisierung der Unternehmerpersönlichkeit
- Erlernen von Methoden der Empirischen Sozialforschung
- Anwendung der Methoden der Empirischen Sozialforschung im Praxisbezug
- Organisation im Team zur gemeinsamen Bearbeitung der Fragestellung
- Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden einen Überblick über die Charakteristiken des Unternehmertums und haben anhand einer praktischen Problemstellung wesentliche Herausforderungen des Entrepreneurship im Dialog mit der Praxis kennengelernt.

Modulinhalte

- Teilnehmer erhalten eine Einführung in die grundlegende theoretische Auseinandersetzung mit dem Konzept des Entrepreneurships.
- Im Verlauf der Veranstaltung werden die Teilnehmer an verschiedene Aspekte des Entrepreneurships herangeführt.
- Im Seminar wird den Studierenden ein praxisrelevantes Thema zur Diskussion gestellt und eine gemeinsame Fragestellung entwickelt, vor deren Hintergrund geeignete Untersuchungsmethoden vermittelt und angewendet werden.
- Das Modul mündet in einer gemeinsamen Abschlusspräsentation, welche die zentralen Punkte der Fragestellung beantworten soll.

Lehr-/Lernformen

- Übermittlung der Inhalte durch den Referenten (Vorlesung)
- Entwicklung und Diskussion relevanter Fragestellungen der Praxis durch theoretische Analysen und praktische empirische Arbeit
- Teampräsentationen der Studierenden im Seminar

Prüfungsmodalitäten

Innovative Prüfungsleistung bestehend aus:

- | | |
|---|-----|
| ▪ Mündliches Referat in Gruppenarbeit | 25% |
| ▪ Schriftliche Arbeit in Individualleistung | 25% |
| ▪ Klausur | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Aus den folgenden Gründen wird eine aus insgesamt 3 Leistungen bestehende Gesamtleistung einem einzelnen Leistungsnachweis vorgezogen:

- Prüfungsbelastung: 50% der Leistung kann bereits im Laufe des Semesters erbracht werden und entlastet Studierenden am Ende des Semesters, wo sich erfahrungsgemäß das Arbeitspensum erhöht.
- Kompetenz: Die Studierenden werden durch die unterschiedlichen Prüfungsleistungen dazu bewogen, sowohl eine engagierte Teamleistung zu erbringen, als auch ihr individuelles Können zu zeigen. Der Aufbau des Moduls erfordert Gruppenarbeit und Individualarbeit. Eine Benotung, die sich an diesem Umstand orientiert, ist daher geboten.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

24 h = Präsenzzeit Vorlesung
 22 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
 24 h = Präsenzzeit Seminar
 50 h = Vor- und Nachbereitung Seminar
 30 h = Prüfungsvorbereitung
 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundlegendes Interesse am Unternehmertum
- Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
- Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens

Literatur

Auswahl:

- Osterwalder/Pigneur (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, Wiley.
- Fueglistaller/Müller/Volery/Müller (2008): Entrepreneurship, Modelle, Umsetzung, Perspektiven, Gabler.
- Timmons/Spinelli (2007): New Venture Creation. Mc Graw Hill
- Sascha Kraus/Katherine Gundolf (2008) : Stand und Perspektiven der deutschsprachigen Entrepreneurship- und KMU-Forschung

Entrepreneurship

Entrepreneurship

Modul Number | 82-021-MD10-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture and Seminar

Participation Limit | 35

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Tourism/ Center for Entrepreneurship

Chair Owner | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Lecturer | Prof. Dr. Harald Pechlaner/ Benedikt Bauer, M.Sc.

Learning Outcomes

- Students will be introduced to the idea of entrepreneurship and can practically deal with the fundamental issues of entrepreneurship.
- Knowledge about theories and concepts of entrepreneurship
- Characterization of the entrepreneur
- Learning Methods of Empirical Research
- Application of the methods introduced
- Organization in a team for joint outcomes
- After completion of the module students will have an overview of the characteristics of entrepreneurship and got to know the basis of a practical problem which address key challenges of entrepreneurship in dialogue with the practice.

Modul Content

- Participants will receive an introduction to the basic theoretical analysis of the concept of entrepreneurship.
- During the module, participants will be introduced to various aspects of entrepreneurship.
- In the seminar, students will be provided a practice-relevant topic for discussion. Joint developed of a common question is a central task.
- Students are taught and will have to use appropriate methods of investigation.
- The seminar leads to a common final presentation, which should answer the key points of the question.

Teaching Methods

- Content delivered by the lecturer
- Development and discussion of relevant issues in practice by theoretical analysis and practical empirical work
- Team presentations by students in the seminar

Grading

Innovative Module consisting of:

- | | |
|------------------------------|-----|
| ▪ Presentation as group work | 25% |
| ▪ Individual paper | 25% |
| ▪ Final exam | 50% |

Assessment criteria in detail

For the following reasons, a total of 3 evaluations is preferred over a single grading:

- Working load: 50% of the grading can already be achieved during the semester and relieves students at the end of the semester, where experience has shown an increase in the workload

- Competence: The students are motivated by the different audit services to both to provide a dedicated team performance, as well as to show their individual skills. The structure of the module requires group work and individual work. A grading that is based on this fact is therefore necessary.

Average workload

24 h = Time of attendance lecture
22 h = Preparation and postprocessing lecture
24 h = Time of attendance seminar
50 h = Preparation and postprocessing seminar
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic interest in entrepreneurship
- Basics of Business Administration
- Basic Principles of Scientific Research

Readings

Choice:

- Fueglistaller/Müller/Volery/Müller (2008): Entrepreneurship, Modelle, Umsetzung, Perspektiven, Gabler.
- Timmons/Spinelli (2007): New Venture Creation. Mc Graw Hill.
- Sascha Kraus/Katherine Gundolf (2008): Stand und Perspektiven der deutschsprachigen Entrepreneurship- und KMU-Forschung

Decision Theory

Entscheidungstheorie

Module Number | 82-021-BE01-H-0218

Degree | Bachelor

Semester | Summer term

Course Type | Lecture and Tutorial

Participation Limit | none

Creditable for | Mandatory in Major Supply Chain & Information Management, Mandatory in Major Business & Economics, Compulsory Elective

Contact Hours | 4 hours/week

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Economics, esp. Public Finance and Economics/ esp. Macroeconomics

Chair Owner | Prof. Dr. Dominika Langenmayr/ Prof. Dr. Simon Wiederhold

Lecturer | Prof. Dr. Dominika Langenmayr and Prof. Dr. Simon Wiederhold

Learning Outcomes

- Students understand how decisions are actually made and how they should be made to achieve better outcomes with respect to the decision maker's goals.
- Students understand common (and their own) flaws in decision-making. This helps them to develop a responsible attitude towards their decisions.
- Students are familiar with the formal-mathematical methods to analyze decision-making.
- Students understand strategic interactions in decision-making.
- Students can apply the acquired knowledge to typical decision problems in the commercial sphere and in general socioeconomic interactions.

Module Content

- Decision Theory under Certainty
 - Rational Choice under Certainty
 - Decision-Making under Certainty
- Probability Assessment
 - Rational Probability Assessment under Risk and Uncertainty
 - Judgement under Risk and Uncertainty
- Decision Theory under Risk and Uncertainty
 - Rational Choice under Risk and Uncertainty
 - Decision-Making under Risk and Uncertainty
- Game Theory
 - Static Games
 - Dynamic Games
 - Repeated Games

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial

Grading

Final exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam (90 minutes) at the end of the semester

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
28 h = Preparation and postprocessing lecture
28 h = Time of attendance tutorial
28 h = Preparation and postprocessing tutorial
38 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Recommendation: Mathematics, Statistics I, Microeconomics

Readings

- Erik Angner: A course in behavioural economics, Palgrave MacMillan, 2nd edition, 2016.
- Hal R. Varian: Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 8th edition, 2010.
- Drew Fudenberg and Jean Tirole: Game Theory, 7th edition, 2005.
- Daniel Kahneman: Thinking, Fast and Slow, 2011

Fallstudien Unternehmensethik

Case Studies in Business Ethics

Modulnummer | 82-021-WE02-H-0319

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer/Winter

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Wirtschaftsethik und Sozialpolitik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Jörg Althammer

Referenten | Jakob Schäuble

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ihre Kenntnisse in der Unternehmensethik weitgehend eigenständig zu vertiefen.
- Die Studierenden lernen wesentliche Gebiete der Unternehmensethik fallstudienbasiert kennen.
- Sie erlangen die Kompetenz, über ein vorgegebenes Thema auf dem Gebiet der Unternehmensethik selbstständig eine Arbeit anzufertigen, welche grundlegenden wissenschaftlichen Standards genügt.
- Sie werden befähigt, unternehmensethische Themen selbstständig zu erörtern und aus ethischer sowie betriebswirtschaftlicher Perspektive kritisch zu reflektieren.
- Die Studierenden erlangen Methodenkompetenz für onlinebasierte Kurse.

Modulinhalt

- Technik wissenschaftlichen Arbeitens
- Literaturrecherche
- Fallstudien zu ausgewählten Problemen der Unternehmensethik

Lehr-/Lernformen

- Onlinebasierte Theorieneinheiten und Fallstudien mit lehrbegleitenden Videos
- Erarbeitung der Fallstudien durch die Studierenden (online)

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Klausur (MC) | 40% |
| ▪ Fallstudien | 60% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Bewertung der Leistung bemisst sich anhand der bearbeiteten Fallstudien und der Klausur. Zudem müssen die Lernzielfragen richtig beantwortet werden. Verpflichtend ist dabei die Teilnahme über die Virtuelle Hochschule Bayern (vhb). Bitte melden Sie sich dafür unter vhb.org für den Kurs „Fallstudien zur Unternehmensethik“ an.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

90 h = Fallstudien
60 h = Klausur
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundverständnis der ökonomischen Theorie sowie Wirtschafts- und Unternehmensethik

Literatur

- Dieter Birnbacher: Analytische Einführung in die Ethik, Berlin: de Gruyter, 2003; Tom L. Beauchamp, Norman E. Bowie, Denis G. Arnold: Ethical Theory and Business, Upper Saddle River NJ: Pearson, 2009

Case Studies in Business Ethics

Fallstudien zur Unternehmenethik

Module Number | 82-021-WE02-H-0319

Degree | Bachelor

Semester | Summer/Winter

Course Type | Seminar

Participation Limit | none

Creditable for | Compulsory Elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Economic Ethics and Social Policy

Chair Owner | Prof. Dr. Jörg Althammer

Lecturer | Jakob Schäuble

Learning Outcomes

- The students get enabled to deepen their knowledge in business ethics largely independently.
- Students learn essential areas of business ethics based on case studies.
- They acquire the competence to independently write a paper on a given topic in the field of ethics which meets basic scientific standards.
- They get enabled to discuss ethical topics independently and to reflect critically on them from an ethical and business perspective.

Module Content

- Students acquire methodological competence for online courses.
- Techniques of scientific research
- Scientific writing
- Business ethics case studies

Teaching Methods

- Introduction to the scientific research
- Online-based self-study

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Exam (MC) | 40% |
| ▪ Case Studies | 60% |

Assessment criteria in detail

Work performance will be evaluated by the case studies and the exam. It is obligatory to attend the vhb course „Fallstudien zur Unternehmensethik“. Therefore please register at vhb.org.

Average Workload

90 h = Case Studies
60 h = Term paper
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge of economic theory as well as economic and business ethics

Readings

- Dieter Birnbacher: Analytische Einführung in die Ethik, Berlin: de Gruyter, 2003; Tom L. Beauchamp, Norman E. Bowie, Denis G. Arnold: Ethical Theory and Business, Upper Saddle River NJ: Pearson, 2009

Forschungs-Projektstudium

Research Projects Seminar

Modulnummer | 82-021-SCM18-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Supply Chain Management und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden unterstützen die Arbeit an einem aktuellen Forschungsvorhaben des Lehrstuhls, in der Regel in Kooperation mit einem Praxispartner. Sie erlernen hierbei
 - den Transfer von Forschungsansätzen und die Anwendung theoretischer Inhalte zur Bearbeitung und Lösung praktischer Fragestellungen
 - den kritischen Umgang mit bestehenden Forschungsansätzen und der entsprechenden Literatur
 - die Grundlagen des Projektmanagements durch die Bearbeitung und Organisation eines Praxisprojektes
 - die methodisch-systematische Untersuchung der gesetzten Fragestellungen in Kooperation mit den Forschungspartnern
 - die strukturierte Aufbereitung und ggf. Veröffentlichung der gewonnenen Erkenntnisse
- Zur Erarbeitung dieser Kompetenzen wird von den Studierenden sowohl ein überdurchschnittliches Eigenengagement als auch eine enge Abstimmung mit dem betreuenden Lehrstuhlmitarbeiter gefordert.

Modulinhalt

- Die Inhalte des Moduls wechseln und richten sich nach den aktuellen Forschungsfragestellungen, die am Lehrstuhl bearbeitet werden.
- Hierin umfasst das Modul das Studium der relevanten Literatur und die Einarbeitung in das zu bearbeitende Forschungsproblem und die Bearbeitung eines Problemaspektes unter Anleitung eines Lehrstuhlmitarbeiters

Lehr-/Lernformen

- Literaturstudium und Rechenexperimente
- Verfassen einer schriftlichen Ausarbeitung
- Präsentation

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|--|-----|
| ▪ Schriftliche Arbeit | 60% |
| ▪ Präsentation | 30% |
| ▪ Aktive Mitarbeit am Forschungsvorhaben | 10% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Im Vordergrund steht die schriftliche Ausarbeitung, mit welcher das Forschungsprojekt sowie die Ergebnisse dokumentiert werden sollen.
- Die Präsentation geht in die Bewertung ein und dient insbesondere dazu, den Gang der Untersuchung von Lehrstuhlseite zu unterstützen und die Ergebnisse beteiligten Projektpartnern anschaulich aufbereitet darzulegen.
- Die aktive Mitarbeit am Forschungsvorhaben ist Voraussetzung für die Erlangung der Kompetenzen und geht daher ebenfalls in die Bewertung mit ein

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Literaturstudium und Einarbeitung

100 h = Schriftliche Ausarbeitung

20 h = Erstellung der Präsentation
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Fortgeschrittenes Studium im Schwerpunkt Supply Chain Management
- Um die Eignung festzustellen, wird entweder eine Eingangsprüfung festgesetzt oder ein Auswahlgespräch durchgeführt

Literatur

- Feyerabend, P. (1999): Wider den Methodenzwang, 7. Aufl. Suhrkamp (Frankfurt am Main).
- Popper, Karl R. (2005): Logik der Forschung. 11. Aufl., durchges. und erg. /. Tübingen: Mohr Siebeck.

Research Projects Seminar

Forschungs-Projektstudium

Module Number | 82-021-SCM18-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Every term

Course Type | Seminar

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | ABWL, Supply Chain Management and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Learning Outcomes

- The students support the current research work of the chair. They will learn how to
 - Transfer of research approaches and application of theoretical knowledge to practical problems
 - critically work on the corresponding literature and research approaches
 - phrase research issues
 - basics of project management by working on an practical project
 - methodically and systematically examine the research issues
 - the (formal) presentation and publishing the of the key results
- Therefore we demand a high degree of involvement as well as a close cooperation with the assistant in charge as well as with project partners.

Module Content

- Contents are changing according to the current research needs of the chair.
- In that context, the module requires
 - the study of the relevant literature as well as getting acquainted with the research issue
 - the elaboration of an aspect of the problem under supervision of the assistant in charge

Teaching Methods

- Study of literature and numerical experiments
- Writing a scientific paper
- Presentation I

Grading

- | | |
|---------------------------------------|-----|
| ▪ Paper | 60% |
| ▪ Presentation | 30% |
| ▪ Active participation / contribution | 10% |

Assessment criteria in detail

- Emphasize is put on the written elaboration that documents the research issue as well as the results.
- The presentation will be considered for the grading and supports the process of mutual understanding. In particular, the presentation serves as instrument to communicate the research to external project partners.
- Active participation and contribution is evaluated to guarantee the achievement of the competences.

Average Workload

30 h = Study of literature and acquaintance of the research issue
100 h = Elaboration of the paper
20 h = Preparation of the presentation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/ Prerequisites

- Advanced process in the major Supply Chain Management

- In order to assess personal suitability, there will be an entrance examination or a personal interviews

Readings

- Feyerabend, P. (1999): Wider den Methodenzwang, 7. Aufl. Suhrkamp (Frankfurt am Main)
- Popper, Karl R. (2005): Logik der Forschung. 11. Aufl., durchges. und erg. /. Tübingen: Mohr Siebeck.

Modulnummer | 82-021-FBK08-H-0507
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | Sommer
Kurstyp | Vorlesung
Teilnehmerbeschränkung | Keine
Anrechenbar für | Wahlpflicht
Unterrichtsstunden | 4 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Deutsch
Verantwortlicher Lehrstuhl | Professur für VWL
Verantwortliche/r | Prof. Dr. Reinhard Weber
Referent/in | Prof. Dr. Reinhard Weber

Lernziele/Kompetenzen

Die Studenten erwerben Kompetenzen unter anderem in folgenden Bereichen:

- Die Studierenden erfassen die fundamentale Bedeutung der Geldpolitik für die Entwicklung einer Volkswirtschaft aus theoretischer und empirischer Sicht.
- Sie erkennen die mittel- und langfristigen Folgen einer geldpolitischen Strategie.
- Sie können die Folgen der geldpolitischen Entscheidungen auf aktuelle Fragestellungen anwenden.
- Sie verstehen die institutionelle Ausgestaltung der Europäischen Zentralbank und ihrer Instrumente.
- Sie sind in der Lage, die Folgen des Einsatzes geldpolitischer Instrumente zu beurteilen und sind somit befähigt, eine kritische Begutachtung der Geldpolitik von Zentralbanken vorzunehmen
- Sie können die Wirkungen einer Geldpolitik auf internationale Finanzmärkte beurteilen und sind in der Lage theoretisch fundierte Aussagen zur Geldpolitik zu tätigen.
- Sie hinterfragen kritisch die durch die Modelle vorgegebenen Wirkungsmechanismen.

Modulinhalt

- Geldangebot und –nachfrage
- Transmission geldpolitischer Impulse
- Strategien der Geldpolitik
- Erwartungen und Geldpolitik
- Geldpolitik in der Wirtschafts- und Finanzkrise
- Geldpolitik und Koordination unter alternativen Wechselkursregimes
- Grundlagen des Europäischen Systems der Zentralbanken

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)	100%
----------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Schriftliche Klausur über 90 Minuten

Arbeitsaufwand (in Stunden)

50 h = Präsenzzeit Vorlesung
50 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
50 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Makroökonomie I
- Makroökonomie II

Literatur

- Belke, A./Polleit, T. (2009): Monetary Economics in Globalised Financial Markets
- Blanchard, O./Illing, G. (2014): Makroökonomie, 6. A
- Gerdesmaier, D. (2006): Geldtheorie und Geldpolitik: Eine praxisorientierte Einführung
- Gischer, H./Herz, B./Menkhoff, L. (2012): Geld, Kredit und Banken
- Görgens, E./Rückriegel, K.H./Seitz, F. (2014) Europäische Geldpolitik, 6.A.
- Issing, O. (2007): Einführung in die Geldtheorie
- Jarchow, H.-J. (2010): Grundriss der Geldtheorie
- Krugman, P./Obstfeld, M. (2011): Internationale Wirtschaft, 9.A
- Mishkin, F.S. (2009): The Economics of Money, Banking and Financial Markets

Monetary Policy

Geldpolitik

Module Number | 82-021-FBK08-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Professor in Economics

Responsible Person | Prof. Dr. Reinhard Weber

Lecturer | Prof. Dr. Reinhard Weber

Learning Outcomes

- Students perceive the fundamental impact of monetary policy for the economy as a whole from a theoretical and an empirical view.
- They detect the short run and the long run consequences of monetary strategies.
- Students apply the theoretical insights of monetary policy effects on current issues.
- They understand the institutional organization of the European Central Bank and its instruments.
- Students are able to judge the consequences of monetary policy instruments and are capable of a critical assessment of central banks monetary policy.
- They understand the effects of a national monetary strategy on international financial markets
- They will critically scrutinize the interaction mechanism specified by the underlying theoretical approaches.

Module Content

- Money Supply and Demand
- The Transmission Mechanism of Money Policy
- Monetary Policy Strategies
- The financial crisis: Monetary Policy Options
- Money Policy: Fixed and Flexible Exchange Rates
- The European Central Bank

Teaching Methods

- Lecture

Grading

Final exam (written test) of 90 minutes	100%
---	------

Assessment criteria in detail

- Written exam of 90 minutes.

Average Workload

50 h = Time of attendance lecture
50 h = Preparation and postprocessing lecture
50 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Macroeconomics I and II

Readings

- Belke, A./Polleit, T. (2009): Monetary Economics in Globalised Financial Markets
- Blanchard, O./Illing, G. (2014): Makroökonomie, 6. A

- Gerdesmaier, D. (2006): Geldtheorie und Geldpolitik: Eine praxisorientierte Einführung
- Gischer, H./Herz, B./Menkhoff, L. (2012): Geld, Kredit und Banken
- Görgens, E./Rückriegel, K.H./Seitz, F. (2014) Europäische Geldpolitik, 6.A.
- Issing, O. (2007): Einführung in die Geldtheorie
- Jarchow, H.-J. (2010): Grundriss der Geldtheorie
- Krugman, P./Obstfeld, M. (2011): Internationale Wirtschaft, 9.A
- Mishkin, F.S. (2009): The Economics of Money, Banking and Financial Markets

Gerechtigkeitspsychologie und Konflikte

Justice Psychology and Conflicts

Modulnummer | 82-021-WP04-H-0817

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 20

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Sozial- und Organisationspsychologie

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Referent/en | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden verfügen über einen systematischen Überblick über psychologische Theorien und empirischer Forschung der Gerechtigkeits- und Konfliktpsychologie.
- Die Studierenden können die Kenntnisse der Gerechtigkeits- und Konfliktforschung auf den organisationalen Kontext anwenden.
- Die Studierende kennen die Grundlagen psychologischer Mediation, um Konflikte in Organisationen nachhaltig zu lösen
- Die Studierenden nehmen Stärken und Schwächen ihres eigenen Konfliktverhaltens achtsamer und bewusster wahr.

Kursinhalt

- Psychologie der Gerechtigkeit und der Konflikte
- Gerechtigkeit und Konflikte in Organisationen
- Ausgewählte Konfliktsituationen in Organisationen und ihre Lösung durch psychologische Mediation

Lehr-/Lernformen

- Einführung in die Themenfelder und ihre Zusammenhänge
- Interaktive Anwendung dieser Kenntnisse auf den organisationalen Kontext und eigenen Konfliktverhaltens
- Präsentation im Podium
- Einzel- und Gruppenarbeiten
- Aktive Teilnahme an praktischen Übungen

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|-----------------------|-----|
| ▪ Präsentation | 20% |
| ▪ 45 minütige Klausur | 80% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die Prüfungsleistung umfasst eine individuelle Vortragsleistung (20minütige Präsentation) und eine 45minütige Klausur.
- Die Kombination aus mündlicher und schriftlicher Prüfungsleistungen ist aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

32 h = Präsenzzeit Seminar
38 h = Vor- und Nachbereitung des Seminars
80 h = Vorbereitung der mündlichen und schriftlichen Prüfungsleistung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Voraussetzung: Grundlagen der Organisationspsychologie (oder äquivalente Leistung)

Literatur

- Furnham, A. & Siegel, E.M. (2012). Reactions to organizational injustice: Counter work behaviors and the insider threat. In E. Kals & J. Maes, J. (Eds.). Justice and conflicts. Theoretical and empirical contributions (pp. 199-217). Berlin: Springer.
- Kals, E. & Gallenmüller-Roschmann, J. (2017). Arbeits- und Organisationspsychologie kompakt (Kap. 8 „Konflikte und Mediation“, S. 121-131). Weinheim: Beltz Verlag.
- Kals, E. & Ittner, H. (2008). Wirtschaftsmediation. Göttingen: Hogrefe.
- Vertiefende Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Justice Psychology and Conflicts

Gerechtigkeitspsychologie und Konflikte

Course Number | 82-021-WP04-H-0817

Degree | Bachelor

Semester | summer term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 20

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Social and Organizational Psychology

Chair Owner | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Lecturer | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Learning Outcomes

- Students overview theoretical concepts and empirical findings of Justice and Conflict Psychology.
- Students are able to apply basic knowledge of Justice and Conflict Psychology on the organizational context.
- Students know the basics of psychological mediation for sustainably solving conflicts in organizations.
- Students become aware of strengths and weaknesses in one's conflict behavior.

Module Content

- Justice and Conflict Psychology
- Justice and conflicts in organizations
- Selected conflict situations in organizations and their psychological mediation

Teaching Methods

- Introduction to the subjects and their connections
- Interactional application of this knowledge on the organizational context and one's conflict behavior
- Panel presentation
- Self-study and teamwork exercises
- Participating in a variety of exercises

Grading

- | | |
|---------------------|------|
| ▪ Oral presentation | 20 % |
| ▪ Written exam | 80 % |

Assessment criteria in detail

- Work performance will be evaluated by means of an oral presentation (20 minutes), and a written exam.
- The oral presentation in combination with a short seminar paper is necessary due to the goals of this class.

Average Workload

32 h = Time of attendance seminar
38 h = Preparation and postprocessing seminar
80 h = Preparation of the oral and written exam
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Prerequisites: Basics of Organizational Psychology (or equivalent study achievements)

Readings

- Furnham, A. & Siegel, E.M. (2012). Reactions to organizational injustice: Counter work behaviors and the insider threat. In E. Kals & J. Maes, J. (Eds.). Justice and conflicts. Theoretical and empirical contributions (pp. 199-217). Berlin: Springer.

- Kals, E. & Gallenmüller-Roschmann, J. (2017). Arbeits- und Organisationspsychologie kompakt (Kap. 8 „Konflikte und Mediation“, S. 121-131). Weinheim: Beltz Verlag.
- Kals, E. & Ittner, H. (2008). Wirtschaftsmediation. Göttingen: Hogrefe.
- Further readings will be provided in the course.

Globales Marketing Management

Global Marketing Management

Modulnummer | 82-021-MD06-S-VL/UE

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Internationales Management

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Katja Gelbrich

Referent/in | Prof. Dr. Katja Gelbrich

Lernziele/Kompetenzen

Studierende des Kurses lernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit Marketingproblemen, denen Unternehmen auf globalen Absatzmärkten begegnen müssen. Sie verstehen, wie sich das wirtschaftspolitische und soziokulturelle Umfeld im Gastland auf den Handlungsrahmen des international agierenden Unternehmens auswirkt. Die Studierenden sind in der Lage, für global tätige Unternehmen eine Marketingstrategie in Hinblick auf die Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik zu formulieren. Zum Beispiel verstehen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen, welche Faktoren die internationale Preiskalkulation beeinflussen (z.B. Zölle, unterschiedliche Preisbereitschaften) und sind daraufhin in der Lage, den Preis für ein Produkt auf ausländischen Absatzmärkten zu kalkulieren. Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über einen umfassenden Überblick über die Betrachtungsobjekte des internationalen Marketings und deren Zusammenhänge.

Die begleitende Übung trägt zur Erarbeitung dieser Lernziele/Kompetenzen bei. Die Studierenden wissen, sich kritisch mit ausgewählten Aspekten der Vorlesung sowie mit neuen Themengebieten vertieft auseinander zu setzen. Die Studierenden entwickeln weiterhin die Fähigkeit, mit einschlägiger wissenschaftlicher Fachliteratur (z.B. Journal of International Marketing) umzugehen. Dadurch sind sie in der Lage, sich eigenes Fachwissen anzueignen. Durch die Anwendung an Praxisbeispielen erwerben sie ebenso die Fähigkeit, das gewonnene theoretische Wissen auf Praxisprobleme zu übertragen.

Modulinhalt

Teil A: Grundlagen des globalen Marketingmanagements

- Worum geht es beim globalen Marketing-Management?
- Strategische Marketing Entscheidung

Teil B: Internationale Produktpolitik

- Produktmanagement
- Markenmanagement

Teil C: Internationale Preispolitik

- Marktgetriebene Preismechanismen
- Verhaltensgetriebene Preismechanismen

Teil D: Internationale Kommunikationspolitik

- Werbung
- Andere Kommunikationsinstrumente

Teil E: Internationale Distributionspolitik

- Beschaffung, Logistik, & Distribution
- E-Commerce

Lehrmethoden

- Vorlesung und Übung

Prüfungsmodalitäten

Abschlussklausur

100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- In der Abschlussklausur werden mehrere Aufgaben sowohl zu den Vorlesungsinhalten als auch zu den Übungsinhalten gestellt, die schriftlich zu beantworten sind.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
36 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
21 h = Präsenzzeit Übung
18 h = Vor- und Nachbereitung Übung
54 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Empfohlen: Vorlesung „Grundprinzipien des Marketing“
- Empfohlen: Vorlesung „International Business“

Literatur

- Hollensen, S. (2017): Global Marketing: A decision oriented approach, 7th Ed., Prentice Hall.
- Kotabe, M. & Helsen, K. (2014): Global Marketing Management, 6th Ed., Wiley.
- Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Global Marketing Management

Globales Marketing Management

Module Number | 82-021-MD06-S-VL/UE

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL und Internationales Management

Chair Owner | Prof. Dr. Katja Gelbrich

Lecturer | Prof. Dr. Katja Gelbrich

Learning Outcomes

Students learn to deal with marketing problems, which occur due to the internationalization and globalization of markets, in a proper and critical manner. They understand how the host country's legal, political, economic, and financial environment impacts the marketing activities. Students are able to develop a marketing strategy for companies in terms of how they should adapt products, prices, distribution channels, and communication to different target markets across the world. For instance, students understand, which factors drive international price setting practices (e.g., varied tariffs and price acceptance). As a result, they are able to calculate product prices for different international target markets. Upon completion of the course, students will have gained a comprehensive overview of global marketing management and the interplay of specific factors in this field.

The adjunct tutorial contributes to gaining these learning outcomes. Students are able to critically reflect on specific topics presented during the lecture and related issues in a thorough manner. They obtain the ability to deal with pertinent scientific literature (e.g., Journal of International Marketing). Hereby, they are able to acquire new knowledge on their own. Further, students obtain the capability to transfer theoretical concepts from the lecture to managerial problems by discussing business cases.

Module Content

Part A: Basic principles of global marketing management

- What global marketing is about
- Strategic marketing decisions

Part B: International product policy

- Product management
- Brand management

Part C: International price policy

- Market-based price mechanisms
- Behavioral price mechanisms

Part D: International communication policy

- Advertising
- Other communication instruments

Part E: International distribution policy

- Sourcing, logistics, & distribution
- E-Commerce

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial

Grading

Final Exam

100%

Assessment criteria in detail

- The final exam consists of a number of questions that need to be answered in a written form. It is based on the content presented during the lecture and the tutorial.

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
36 h = Self-study lecture
21 h = Time of attendance tutorial
18 h = Self-study tutorial
54 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Prerequisites

- Recommended: Lecture "Principles of Marketing"
- Recommended: Lecture "International Business"

Readings

- Hollensen, S. (2017): Global Marketing: A decision-oriented approach, 7th Ed., Prentice Hall.
- Kotabe, M. & Helsen, K. (2014): Global Marketing Management, 6th Ed., Wiley.
- Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Grundlagen der internationalen Rechnungslegung

Basic Principles of Financial Accounting according to IFRS

Modulnummer | 82-021-AC01-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung

Lehstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Götsche

Referent/in | Prof. Dr. Max Götsche

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden sind mit den Grundzügen der Rechnungslegung nach IAS/IFRS für den Jahresabschluss vertraut.
- Sie entwickeln ein Verständnis der verschiedenen Rechnungslegungskonzepte und sind in der Lage diese kritisch zu hinterfragen.
- Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, grundlegende betriebswirtschaftliche Sachverhalte in zu erfassen und entsprechend der vorgesehenen Regelungen der IAS/IFRS zu bilanzieren.
- Dabei erlernen sie den Umgang mit den einschlägigen IAS/IFRS-Normen sowie -Interpretationen.
- Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden mit den Ziele und Grundsätzen der internationalen Rechnungslegung vertraut und können die wichtigsten IAS/IFRS-Einzelstandards auf reale Bilanzierungsprobleme anwenden.

Modulinhalt

- Theorie der Rechnungslegung
- Institutioneller Rahmen der internationalen Rechnungslegung
- Rahmenkonzept
- Grundlegende Standards

Lehr-/Lernformen

- Interaktive Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten) 100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
35 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
21 h = Präsenzzeit Übung
35 h = Vor- und Nachbereitung Übung
38 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Betriebliches Rechnungswesen
- Jahresabschluss und Unternehmensbesteuerung

Literatur

- Pellens, B./Fülbier, R.U./Gassen, J./Sellhorn, T., Internationale Rechnungslegung, aktuelle Auflage.

Basic Principles of Financial Accounting according to IFRS

Grundlagen der internationalen Rechnungslegung

Module Number | 82-021-AC01-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Business Administration, Auditing and Management Accounting

Chair Owner | Prof. Dr. Max Götsche

Lecturer | Prof. Dr. Max Götsche

Learning Outcomes

- This module provides students with an introduction to IAS/IFRS accounting.
- They will gain an understanding of the different accounting concepts and will be able to assess and evaluate them.
- Students gain the ability to comprehend complex accounting cases in their entirety and solve them in accordance with the relevant IAS/IFRS standards.
- They learn how to handle relevant IAS/IFRS standards and their interpretations.
- After completing the module students are acquainted with the objects and general IFRS accounting principles as well as important IAS/IFRS standards and will be able to transfer this knowledge to real accounting cases.

Module Content

- Theory of IAS/IFRS
- Institutional frame of IFRS
- Outline concept
- Essential standards

Teaching Methods

- Interactive Lecture

Grading

Final Exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
35 h = Preparation and postprocessing lecture
21 h = Time of attendance tutorial
35 h = Preparation and postprocessing tutorial
38 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Accountancy and Cost Accounting
- Balancing and Business Taxation

Readings

- Pellens, B./Fülbier, R.U./Gassen, J./Sellhorn, T., Internationale Rechnungslegung, latest edition

Grundlagen des Controlling

Fundamentals of Controlling

Modulnummer | 82-021-AC02-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Unternehmensrechnung

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. mult. Anton Burger

Referent/in / Prof. mult. Anton Burger

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden erhalten einen umfassenden Einblick in grundlegende Konzepte des Controllings.
- Sie verknüpfen unterschiedliche Konzepte, um ein tieferes Verständnis zu erlangen und lernen die Instrumente in der Praxis zu implementieren.
- Durch das kritische Verstehen der Instrumente werden die Reflexionsfähigkeit und die analytische Kompetenz zur Verdichtung von komplexen Sachverhalten geschult.

Modulinhalt

- Grundlagen des Controlling
- Grundlagen der Informationsversorgung
- Externes Rechnungswesen
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Kosten- und Erlösrechnung
- Planung und Kontrolle
- Organisation und Entwicklungstendenzen

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Klausur 100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

60 h = Präsenzzeit Vorlesung
70 h = Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltung
20 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- BWL II (ReWe), BWL III (KoRe) und VI (IFK I)

Literatur

- Burger, A.: Jahresabschlussanalyse, Oldenbourg-Verlag, München.
- Burger, A., Ulbrich, P.R.: Beteiligungscontrolling, Oldenbourg-Verlag, München.
- Ahlemeyer, N., Burger, A., Ulbrich, P.R.: Fallstudienbuch Beteiligungscontrolling, Oldenbourg-Verlag, München.
- Weber, Jürgen: Controlling, Schäffer-Poeschel-Verlag Stuttgart..

Fundamentals of Controlling

Grundlagen des Controlling

Course Number | 82-021-AC02-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Sommer

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Accounting

Chair Owner | Prof. mult. Anton Burger

Lecturer | Prof. mult. Anton Burger

Learning Outcomes

- The students get a comprehensive overview over basic concepts of controlling.
- They connect different types of concepts to get a deeper understanding.
- Furthermore, they develop a deeper understanding and learn how to implement the instruments.
- The critical discussion of the instruments will develop the analytical competence to understand complex issues and increase the reflection capability of the students.

Module Content

- Fundamentals of Controlling
- Information supply
- Accounting system
- Management ratios and ratio systems
- Management accounting
- Management planning and control system
- Organizational aspects and new developments

Teaching Methods

- Lecture

Grading

Final exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

60 h = Time of attendance lecture
70 h = Preparing, post processing of lecture
20 h = Exam and exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- BWL II (ReWe), BWL III (KoRe) und VI (IFK I)

Readings

- Burger, A.: Jahresabschlussanalyse, Oldenbourg-Verlag, München.
- Burger, A., Ulbrich, P.R.: Beteiligungscontrolling, Oldenbourg-Verlag, München.
- Ahlemeyer, N., Burger, A., Ulbrich, P.R.: Fallstudienbuch Beteiligungscontrolling, Oldenbourg-Verlag, München
- Weber, Jürgen: Controlling, Schäffer-Poeschel-Verlag Stuttgart.

Grundlagen des Insolvenz- und Umwandlungsrechts

Basics of Insolvency- and Commutation Law

Modulnummer | 82-021-AC07-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Bürgerliches Recht, Zivilprozessrecht und Insolvenzrecht

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Referent/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden erwerben ein integratives Wissen sowie ein kritisches Verständnis und verstehen die Komplexität der Restrukturierung, Sanierung und Insolvenz von Unternehmen.
- Studierende des Moduls entwickeln die Fähigkeiten, sich mit grundlegenden Begriffen des Insolvenz- und Umwandlungsrechts sachgerecht und kritisch auseinanderzusetzen.
- Ziel ist es, ein Verständnis für übergreifende Zusammenhänge im Insolvenz- und Umwandlungsrechts zu generieren, insbesondere anhand von Fallaufgaben praxisorientierte Lösungen zu entwerfen und darzustellen.
- Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse des Insolvenz- und Umwandlungsrechts und können diesen immanente Problemstellungen erkennen und zuordnen.

Modulinhalt

Das Modul vertieft die Grundlagen und Besonderheiten des Insolvenz- und Umwandlungsrechts. Die praxisorientierte Anwendung der Rechtsvorschriften wird anhand wissenschaftlicher Methoden erklärt.

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100%
---------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- In der Klausur wird anhand von Theoriefragen und Fallaufgaben der erlernte Stoff geprüft.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit Vorlesung
100 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
20 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- Privatrecht I und II

Literatur

- Literaturhinweise werden zu Beginn des Semesters erteilt.

Basics of Insolvency Law and Commutation Law

Grundlagen des Insolvenz- und Umwandlungsrechts

Module Number | 82-021-AC07-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Lecture

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Civil Law, Litigation Law and Insolvency Law

Chair Owner | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Lecturer | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Learning Outcomes

- Students acquire an integrative knowledge and critical understanding as well as they will comprehend the complexity of restructuring, reorganization and insolvency of enterprises.
- Students of the module develop the skills to deal appropriately and critically with basic concepts of insolvency and conversion law.
- The main target is to establish an understanding of the overall context, in particular to design and present practice-oriented solutions based on case tasks.
- After successful finish of the module, the students will acquire a comprehensive knowledge of Insolvency Law and Commutation Law and can identify and allocate the immanent problems.

Module Content

- In this module the students will learn the basic rules of Insolvency Law und Commutation Law.
- The practical use of legal provisions will be explained by utilizing scientific methods.

Teaching Methods

- Lecture

Grading

Final Exam (90 Minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- The exam at the end of the semester includes theoretical questions and cases.

Average Workload

30 h = Time of attendance lecture
100 h = Preparation and postprocessing lecture
20 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge

- Private Law I and II

Readings

- Recommendations will be given at the beginning of the semester.

Grundlagen des Marketingmanagements

Principles of Marketing Management

Modulnummer | 82-021-BWL10-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL Absatzwirtschaft und Marketing/
ABWL Dienstleistungsmanagement

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Joachim Büschken/
Prof. Dr. Jens Hogreve

Referenten | Prof. Dr. Joachim Büschken und Johanna Fischer/
Prof. Dr. Jens Hogreve und Pirmin Bischoff

Lernziele/Kompetenzen

Dieses Modul bietet einen Überblick über die Grundlagen des Marketingmanagements:

- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über grundlegendes Marketingwissen. Neuere Entwicklungen des Marketingmanagements wie der Einsatz des Internets, das umfassendere Controlling von Marketingprozessen oder das systematische Erschließen von Innovationspotenzialen ergänzen die Lerninhalte sinnvoll.
- Studierende entwickeln neben Fakten- und Methodenwissen in erster Linie ein breites Verständnis für die grundlegenden Prinzipien des Marketingmanagements.
- Die Studierenden erwerben Kenntnisse, um die volkswirtschaftliche Bedeutung des Dienstleistungssektors richtig einzuschätzen zu können und die Besonderheiten von Dienstleistungen zu erkennen.
- Außerdem erhalten die Studenten einen Überblick über die aus den Besonderheiten resultierenden Herausforderungen für das Marketingmanagement und erlernen ausgewählte Methoden zur Problemlösung.
- Zusätzlich erhalten die Studierenden in dieser Lehrveranstaltung die Kompetenz, das in der Vorlesung erhaltene Wissen praktisch in der Übung anzuwenden. Durch die zielgerichtete Übertragung von theoretischem Wissen auf praktische Anwendungsfälle findet ein Wissenstransfer statt.

Modulinhalt

1. Das Verhalten des Konsumenten
2. Grundlagen der Prozess- und Marktforschung
3. Datenanalyse und -interpretation
4. Strategisches Marketingmanagement
5. Produktpolitik
6. Preispolitik
7. Kommunikationspolitik
8. Distributionspolitik
9. Branding
10. Integrative analytische Betrachtung des Marketingmix
11. Einsatz des Marketingmix im Kundenbeziehungsmanagement
12. Handelsmarketing
13. Business-to-Business Marketing
14. Dienstleistungsmarketing

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung: Vermittlung der theoretischen Grundlagen des Marketingmanagements
- Übung: Vertiefung der Vorlesungsinhalte anhand von Fallstudien und Praxisbeispielen

Prüfungsmodalitäten

Abschlussklausur

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die 90-minütige Klausur besteht aus zwei Teilen: Zunächst werden die theoretischen Grundlagen abgefragt, im zweiten Teil sind Transferaufgaben zu lösen und spezifische Inhalte zu diskutieren.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

25 h = Präsenzzeit Vorlesung
25 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
25 h = Präsenzzeit Übung
25 h = Vor- und Nachbereitung Übung
50 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine
-

Literatur

- Homburg, C.(2017): Marketingmanagement, Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 6. Auf., Gabler Verlag, Wiesbaden 2017.

Principles of Marketing Management

Grundlagen des Marketingmanagements

Module Number | 82-021-BWL10-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation limit | None

Creditable for | Mandatory

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Sales and Marketing, Service Management

Chair Owner | Prof. Dr. Joachim Büschken/ Prof. Dr. Jens Hogreve

Lecturer | Prof. Dr. Joachim Büschken and Johanna Fischer/

Prof. Dr. Jens Hogreve and Pirmin Bischoff

Learning Outcomes

This course offers an overview of the principles of marketing management

- After the successful participation in the course students have a basic knowledge in the field of marketing management. Furthermore, new developments in the field of marketing were integrated into the presentation of the basic marketing knowledge, such as the use of the internet and its implications for marketers, the controlling of marketing processes and the systematic management of untapped innovation potential.
- Besides pure factual knowledge or methodological skills, students develop a broad understanding of the basic principles of marketing management.
- Students are enabled to properly assess the economic importance of the service sector and get to know the specific characteristics of services.
- Additionally, students get an overview of the marketing management challenges resulting from these specific characteristics and are provided with selected methods of problem solving.
- Furthermore, students get the ability to practically apply their theoretical knowledge from the lecture within the provided tutorial. Through the target-oriented combination of theoretically provided knowledge and practical applications students experience a direct knowledge transfer.

Module Content

1. Consumer behavior
2. Principles of process and market research
3. Data analysis and data interpretation
4. Strategic marketing
5. Product policy
6. Price policy
7. Communication policy
8. Distribution policy
9. Branding
10. Integrative and analytical assessment of the marketing mix
11. Effective use of the marketing mix within customer relationship management
12. Trade marketing
13. Business-to-Business marketing
14. Service marketing

Teaching Methods

- Lecture: Fundamentals and Principles of Marketing Management
- Tutorial: Discussion of Case Studies and Practical Examples

Grading

90-minute final exam	100%
----------------------	------

Assessment criteria in detail

The 90-minute final exam consists of two parts:

- Theoretical fundamentals
- Discussion of case studies, calculation exercises, transfer activities

Average Workload

25 h = Time of attendance lecture
25 h = Preparation and postprocessing lecture
25 h = Time of attendance tutorial
25 h = Preparation and postprocessing tutorial
25 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Homburg, C. (2017): Marketingmanagement, Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 6. Auf., Gabler Verlag, Wiesbaden 2017.

Grundlagen der Organisationspsychologie

Basics of Organisational Psychology

Modulnummer | 82-021-AP06-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflichtmodul

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Sozial- und Organisationspsychologie

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Referent/in | Dr. Jutta Gallenmüller-Roschmann

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden sind vertraut mit Grundlagen der Organisationspsychologie
- Die Studierenden verfügen über einen Überblick über die wesentlichen Theorien und Konzepte der Organisationspsychologie
- Die Studierenden können wissenschaftliche Literatur für die eigene Argumentation erschließen.
- Sie sind in der Lage Gemeinsamkeiten und Unterschiede des psychologischen und des ökonomischen Menschenbildes kritisch reflektieren.

Modulinhalt

- Grundlagen, Theorien und Konzepte der Organisationspsychologie
- Motivation, Arbeitszufriedenheit, Stress
- Gruppe, Teamarbeit
- Gesunde Arbeit, Arbeitsstrukturierung
- Personaleignung

Lehr-/Lernformen

- Vortrag
- Lektüre

Prüfungsmodalitäten

90-minütige Abschlussklausur 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausurleistung (multiple-choice)

Arbeitsaufwand (in Stunden)

36 h = Präsenzzeit Vorlesung
24 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
90 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Kals, E. & Gallenmüller-Roschmann, J. (2017). Arbeits- und Organisationspsychologie kompakt. Weinheim: Beltz
- Chmiel, N. (2008). An introduction to work and organizational psychology: a European perspective. Malden: Blackwell.
- Nerdinger, F., Blickle, W., Schaper, N. (2014). Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin u.a.: Springer.

Basics of Organisational Psychology

Grundlagen der Organisationspsychologie

Module Number | 82-021-AP06-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | summer term

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | compulsory elective

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Social and Organizational Psychology

Chair Owner | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Lecturer | Dr. Jutta Gallenmüller-Roschmann

Learning Outcomes

- Students are familiar with basics in organizational psychology
- Students overview salient theories and subjects of organizational psychology.
- Students are able to use scientific literature supporting their own conclusions and arguments.
- They are enabled to critically reflect on similarities and differences between the psychological and the economic conception of man.

Module Content

- Terms, theories and subjects in organisational psychology
- Motivation, job satisfaction, stress
- Social Group, team work
- Healthy work, job design
- Person environment fit

Teaching Methods

- Lecture
- Readings

Grading

Final Exam (90 minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam (multiple choice)

Average workload (in hours)

36 h = Time of attendance lecture
24 h = Preparation and postprocessing lecture
90 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Kals, E. & Gallenmüller-Roschmann, J. (2017). Arbeits- und Organisationspsychologie kompakt. Weinheim: Beltz
- Chmiel, N. (2008). An introduction to work and organizational psychology: a European perspective. Malden: Blackwell.
- Nerdinger, F., Blickle, W., Schaper, N. (2014). Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin u.a.: Springer.

Humanressourcen-Management

Human Resource Management

Modulnummer | 82-021-AP01-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Organisation und Personal

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referent/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lernziele/Kompetenzen

- Teilnehmer dieses Moduls entwickeln die Fähigkeit, die Grundlagen des Humanressourcen-Managements kritisch zu beurteilen und zu reflektieren.
- Die Teilnehmer besitzen nach Abschluss des Moduls einen umfassenden Überblick über Funktionen des Humanressourcen-Managements und lernen einen kritischen Umgang mit relevanten personalbezogenen Fragestellungen.
- Sie sind nach Abschluss der Veranstaltung in der Lage, Herausforderungen der modernen Arbeitswelt zu erkennen und zu bewerten sowie Lösungswege für das Personalwesen zu erarbeiten. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf den verantwortungsvollen Umgang mit Personal gelegt.

Modulinhalt

Das Modul bietet eine Einführung in die zentralen Themen des Managements von Humanressourcen.

Hierzu zählen:

- Grundlagen des Humanressourcen-Managements
- Analyse der Allokation der Humanressourcen
- Restrukturierung der Humanressourcen-Ausstattung
- Nutzung und Strukturierung der Humanressourcen-Ausstattung

Lehrmethoden

- Vorlesung
- Diskussionen
- Homework
- Selbststudium
- Fallstudie

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|----------------------|-----|
| ▪ Klausur | 70% |
| ▪ Fallstudie im Team | 30% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Klausur (70% der Gesamtnote):

Es wird eine Abschlussklausur geschrieben. Der zeitliche Umfang der Prüfung beträgt 75 Minuten. Klausurrelevant sind die angegebene Literatur, Inhalte der Praxisvorträge sowie sämtliche während den einzelnen Sitzungen diskutierten Inhalte.

Fallstudie im Team (30% der Gesamtnote):

In einer weiteren Teilleistung müssen Studierende in Gruppen an einer Fallstudie arbeiten und ihre Ergebnisse in Präsentationsform fixieren.

Begründung der multiplen Prüfung

- Die hohe Praxisorientierung des Moduls soll den Studierenden die notwendigen Kompetenzen zur Lösung von realen Problemen vermitteln. Dies wird anhand einer Case-Study aus dem HRM Bereich vermittelt.

- Zugleich ermöglicht diese Prüfungsform die Reflexion des Gelernten in Gruppen vor dem Hintergrund realer Probleme. Die reguläre Klausur dient der Überprüfung des theoriegeleiteten Hintergrundes des HRM.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

48 h = Präsenzzeit Vorlesung
 25 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
 25 h = Bearbeitung Fallstudien
 52 h = Prüfungsvorbereitung
 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Ringlstetter, Max / Kaiser, Stephan (2008), Humanressourcen-Management, 1. Aufl., München 2008
- Scholz, Christian (2000), Personalmanagement, 5. Aufl., München 2000
- Drumm, Hans-Jürgen (2005), Personalwirtschaft, 5. Aufl., Berlin 2005
- Ridder, Hans-Georg (2006), Personalwirtschaftslehre, 2. Aufl., Stuttgart 2006

Human Resource Management

Humanressourcen Management

Module Number | 82-021-AP01-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Organizational Theory and Human Resource Management

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Learning Outcomes

- Participants gain skills to critically reflect on basic concepts of the human resource management.
- Furthermore, they learn about the practical aspects of the human resource management.
- After the course participants have the ability to deal critically with relevant questions concern.

Module Content

The module provides participants with insights in important topics of human resource management. These include:

- Basic idea of human resource management
- Analysis of human resource allocation
- Restructuring the human resource configuration
- Use and development of human resources

Teaching Methods

- Lecture
- Discussions
- Homework
- Self-study
- Case study

Grading

- | | |
|------------------------|-----|
| ▪ Exam | 70% |
| ▪ Case study in a team | 30% |

Assessment criteria in detail

Exam (70% of final grade):

The module closes with a 75 minute final exam in which both the relevant readings, practical lectures and class discussions are assessed.

Case Study in a team (30% of final grade):

Students will have to work on a case study in groups and present their findings in written form.

Statement of Grounds for split examine

- In order to create a class with high practical relevance in which students gain insight into “real life” problems of HRM the examination form of case studies appears suitable to achieve this goal.
- Students are able to reflect learned theories in front of a practical problem. The exam assess the knowledge of the theoretical background on HRM.

Average Workload

48 h = Time of attendance lecture
25 h = Preparation and postprocessing lecture
25 h = Work on case studies
52 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Ringlstetter, Max / Kaiser, Stephan (2008), Humanressourcen-Management, 1. Aufl., München 2008
- Scholz, Christian (2000), Personalmanagement, 5. Aufl., München 2000
- Drumm, Hans-Jürgen (2005), Personalwirtschaft, 5. Aufl., Berlin 2005
- Ridder, Hans-Georg (2006), Personalwirtschaftslehre, 2. Aufl., Stuttgart 2006

Innovation through Design for Customer Experience and Sustainable Solution

Innovation through Design for Customer Experience and Sustainable Solution

Modulnummer | 82-021-MM02-H-0119

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Anrechenbar für | Wahlpflicht für Management und Marketing

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Innovation and Creativity

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Shashi Matta

Referent/in | Natalia Rogova, M.Sc.

Lernziele/Kompetenzen

Heutzutage sind Unternehmen jeder Art und Größe bestrebt, Innovation und Nachhaltigkeit zu schaffen und eine einzigartige Customer Experience zu bieten. Manche Unternehmen setzen diese Ziele weitaus besser um als andere. Kann jedes Unternehmen sein Potenzial steigern, indem es das Kundenerlebnis verbessert, indem es innovative Produkte und Dienstleistungen entwickelt und gleichzeitig nachhaltig ist? Dieser Kurs beschäftigt sich damit diese Frage mit Hilfe von Customer Experience-, Design Thinking- und Innovationsmodellen zu beantworten.

Dieser Kursinhalt ist in zwei Teile gegliedert und behandelt die folgenden grundlegenden Fragen:

Teil 1: Wie kann Design Thinking die Innovation auf der Grundlage von Kundenzufriedenheit und Nachhaltigkeit verbessern?

Teil 2: Wie können Unternehmen den Innovationsprozess in ihren Teams und ihrer Organisationsstruktur erfolgreich entwickeln und steuern?

Als übergeordnete Ziele dieses Kurses sollen Studenten:

- Design Thinking als Konzept verstehen und wie es helfen kann, innovative Produkte und nachhaltige Lösungen zu entwickeln
- Lernen Innovationsstrategien zu entwickeln, einführen und verwalten
- Das Konzept Customer Experience verstehen und wie Unternehmen durch innovative und nachhaltige Produkte und Dienstleistungen Wettbewerbsvorteile generieren können
- Analysieren, wie Design Thinking in einer Organisation angepasst und gefördert werden kann
- Design Thinking auf reale Geschäftsprobleme hinsichtlich Innovation und Nachhaltigkeit anwenden

Neben fachlichen Kompetenzen im Bereich Design Thinking und Innovation erwerben Studenten auch Soft-Skills wie beispielsweise Teamfähigkeit, Kommunikation sowie die Fähigkeit, Präsentationen in einem professionellen Rahmen vor Unternehmensvertretern zu halten. Zudem verbessern Studenten ihre analytischen Fähigkeiten, indem während des Kurses reale Fallstudien mit Praxisbezug intensiv analysiert und diskutiert werden. Sie lernen wie Branchenpraktiken bezüglich Innovation und Design Thinking analysiert, diskutiert und kritisch hinterfragt werden können. Da sowohl die Vorlesungen als auch die Übungen auf Englisch gehalten werden, erhalten Studenten die Möglichkeit, ihre Englischkenntnisse in einem professionellen Rahmen zu verbessern.

Modulinhalt

Teil I: Einführung in Innovation und Design

- Was ist Innovation? Was ist Design Thinking?
- Wie können Unternehmen mit Design Thinking Innovationen und nachhaltige Lösungen fördern?

Teil II: Digital Customer Experience und Nachhaltigkeitsziele

- Was ist Digital Customer Experience? Was ist Customer Journey?
- Wie können Unternehmen durch Customer Experience Wettbewerbsvorteile generieren?

Teil III: Digital Customer Experience, Innovation und Design Thinking verbinden

- Wie kann Digital Customer Experience und Nachhaltigkeit durch Design Thinking verbessert werden?
- Wieso ist Design Thinking essentiell für Innovationen der Digital Customer Experience?

Teil IV: Innovative Organisationskulturen

- Was ist bei der Gestaltung der Kultur zu beachten?
- Arten von Kulturen: wo haben diese Erfolg?

Teil V: Die Anpassung von Design Thinking innerhalb einer Organisation

- Wie kann Design Thinking innerhalb einer Organisation verbreiten werden?
- Design Thinking an der Kultur ausrichten und die Erschaffung einer Mensch-zentrierten Innovationskultur

Lehrmethoden

- Vorlesung
 - Übung (beinhaltet veröffentlichte, sowie reale Fallstudien und Übungen)
-

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|----------------------------------|------|
| ▪ Seminararbeit mit Präsentation | 100% |
|----------------------------------|------|
-

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Seminararbeit	50%
----------------------	------------

Das Thema der Seminararbeit wird mit dem in den Vorlesungen und Tutorials diskutierten Material und mit den Themen der unten beschriebenen Präsentation in Verbindung gebracht. Die Studierenden sind verpflichtet, eine individuelle Arbeit zu schreiben und alle Kursinhalte darauf anzuwenden. Formale Anforderungen an die Seminararbeit werden zu Beginn des Kurses bekannt gegeben.

Nachhaltige Innovation Team Projekt und Präsentation	50%
---	------------

Die Studierenden müssen Teams (zwischen 3-6 Studenten) für das nachhaltige Innovationsprojekt und die dazugehörige Präsentation (20 Minuten) bilden. Jedes Team muss als „Beraterteam“ an einem nachhaltigen Innovationsprojekt arbeiten welches während der ersten Übungsstunde bekanntgegeben wird. Dabei wird es sich um ein „live“ Projekt handeln, das von einem namenhaften Unternehmen angeboten wird. Die studentischen Teams werden an diesem semesterlangen, "angewandten" Projekt arbeiten, indem sie alle Kursinhalte auf dieses Projekt anwenden. Die studentischen Teams werden in der letzten Übungsstunde ihre Abschlusspräsentation vor Unternehmensführern halten.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

24 h = Präsenzzeit Vorlesung
 24 h = Präsenzzeit Übung
 30 h = Vor- und Nachbereitungszeit Vorlesung
 30 h = Vor- und Nachbereitungszeit Übung
 42 h = Fallstudie, Projekt und Prüfungsvorbereitung
 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine
-

Literatur

Die Pflichtlektüre für diesen Kurs beinhaltet zwei Bücher und diverse Artikel/Fallstudien, die von Harvard Business Publishing und Stanford Graduate School of Business veröffentlicht wurden.

Empfohlenes Buch:

- Innovation by Design: How any Organization can Leverage Design Thinking to Produce Change, Drive New Ideas, and Deliver Meaningful Solutions (2017). Thomas Lockwood, Edgar Papke. Career Press

Innovation through Design for Customer Experience and Sustainable Solutions

Innovation through Design for Customer Experience and Sustainable Solutions

Module Number | 82-021-MM02-H-0119

Degree | Bachelor

Semester | Summer Semester

Course Type | Lecture/Tutorial

Course Category | Mandatory Elective for Management and Marketing

Participation Limits | None

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Innovation and Creativity

Chair Owner | Prof. Dr. Shashi Matta

Lecturer | Natalia Rogova, M.Sc.

Learning Outcomes

Today companies of all types and sizes strive to create more innovative and sustainable organizations and provide unique customer experiences. However, some organizations are far superior compared to others in achieving these goals. Can any company boost its potential by improving customer experience through designing innovating products and services, and by being sustainable at the same time? This course aims to compellingly answer this question using frameworks in Innovation, Design Thinking, and Customer Experience.

This course content is divided into two parts, addressing the following primary questions:

Part 1: How can Design Thinking enhance Innovation built around Customer Experience and Sustainability?

Part 2: How can organizations successfully develop and manage the Innovation process within their teams and their organization structure?

The primary objectives of this course are to:

- Understand the concept of Design Thinking and how it can help organizations develop Innovative products and Sustainable solutions
- Understand the concept of Customer Experience and learn how to gain a competitive advantage with designing sustainable products and services that improve the Customer Experience
- Learn how to develop, implement, and manage an Innovation strategy
- Analyze how to adapt and encourage Design Thinking within an organization, and align it with the organization culture
- Apply Design Thinking to real-world business problems on Innovation and Sustainability

Besides technical skills in Innovation and Design Thinking students gain soft skills such as teamwork, communication, and professional presentation to company executives. Additionally, students enhance their analytical skills with rigorous discussions of published and real-life case studies in class. They will learn how to analyze, discuss and to critically question industry practices in Innovation and Design Thinking. As lectures and tutorials are held in English, students will have an opportunity to enhance their English language skills in a professional setting.

Module Content

Part I: Introduction to Innovation and Design

- What is Innovation? What is Design Thinking?
- How can organizations use Design Thinking to boost Innovation and Sustainable Solutions?

Part II: Understanding Digital Customer Experience and Sustainability Goals

- What is Digital Customer Experience? What is Customer Journey?
- How can an organization gain a customer-experience based competitive advantage?

Part III: Aligning Digital Customer Experience, Sustainability, Innovation and Design Thinking

- How to improve Customer Experience and Sustainability using Design Thinking?
- Why Design Thinking is crucial to Innovating for Digital Customer Experience?

Part IV: Organizational Cultures of Innovation

- Designing culture: things to consider
- Culture types: where does Innovation thrive?

Part V: Adapting Design Thinking within an organization for Customer Experience and Sustainability

- How to spread Design Thinking throughout an organization?

- Aligning Design Thinking with culture type and building human-centered culture of innovation

Teaching Methods

- Lecture
 - Tutorial (including published and real-life case studies and live exercises)
-

Grading

- Seminar Paper and Presentation 100%
-

Assessment criteria in detail

Seminar Paper 50%

The topic of the seminar paper will be connected to the material discussed during the lectures and tutorials and to the themes in the presentation described below. Students are required to write an individual paper and apply all course learnings to it. Formal requirements to the seminar paper will be announced at the start of the course.

Sustainable Innovation Team Project and Presentation 50%

Students are required to form teams (between 3-6 students) for the Sustainable Innovation Team Project and Presentation (20 minutes). Each team is required to work as a “consulting team” on a Sustainable Innovation Project that will be announced during the first tutorial session. This will be a “live” project provided by a well-known company. Student teams will work on this semester-long, “applied” project by applying all course learnings to this project. Student teams will make their final presentations to company executives during the last tutorial session.

Average Workload

24 h = Time of attendance: Lectures
 24 h = Time of attendance: Tutorials
 30 h = Self-study pre-and-post Lectures
 30 h = Self-study pre-and-post Tutorials
 42 h = Assignments, Project and Exam preparation
 150 h = Total workload

Prerequisites

- None
-

Readings

The required readings for this course include one book and articles and cases on Innovation, Design Thinking, Sustainability, and Customer Experience published by Harvard Business Publishing and Stanford Graduate School of Business.

Recommended Book:

- Innovation by Design: How any Organization can Leverage Design Thinking to Produce Change, Drive New Ideas, and Deliver Meaningful Solutions (2017). Thomas Lockwood, Edgar Papke. Career Press

Jahresabschluss und Unternehmensbesteuerung

Balancing and Business Taxation

Modulnummer | 82-021-BWL14-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Reinald Koch

Referenten | Prof. Dr. Reinald Koch und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Kurses lernen grundlegende Vorschriften des deutschen Ertragsteuerrechts kennen. Im Zusammenhang mit der Ermittlung des Einkommens werden auch relevante Vorschriften der handels- und steuerrechtlichen Bilanzierung behandelt.
- Studierende erwerben Techniken zur Lösung von ertragsteuerlichen Sachverhalten und deren eigenständige Übertragung auf neue Sachverhalte. Dabei erlernen sie auch den Umgang mit den einschlägigen Rechtsquellen.
- Den Studierenden wird vermittelt, die steuerlichen Vorschriften kritisch zu reflektieren und aufgezeigte Steuerplanungsansätze vor dem Hintergrund ethisch-moralischer Werte einzuordnen.
- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über einen umfassenden Überblick über die Vorschriften zur Ermittlung der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer und kennen die Zusammenhänge zwischen den genannten Steuerarten.

Modulinhalt

- Grundlagen der handelsrechtlichen und steuerlichen Bilanzierung
- Grundlagen der Einkommensteuer
- Grundlagen der Körperschaftsteuer
- Grundlagen der Gewerbesteuer

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung und Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100 %
---------	-------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
35 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
21 h = Präsenzzeit Übung
35 h = Vor- und Nachbereitung Übung
38 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Betriebliches Rechnungswesen wird empfohlen

Literatur

- Literatur wird bekannt gegeben

Balancing and Business Taxation

Jahresabschluss und Unternehmensbesteuerung

Module Number | 82-021-BWL14-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | BA and Business Taxation

Chair Owner | Prof. Dr. Reinald Koch

Lecturer | Prof. Dr. Reinald Koch and Assistants

Learning Outcomes

- The lecture provides the fundamental regulation of German income taxation. With regard to the determination of income, the relevant provisions under German financial and tax accounting law are presented.
- Students gain the ability to solve income taxation cases and transfer their knowledge to new cases. In doing so, they also learn how to handle the relevant legal texts.
- Students learn to critically evaluate tax regulations and to reflect tax planning approaches against the background of ethical values.
- When participating successfully students have gained a comprehensive overview over the German income tax, corporation tax and trade tax regulations and know the interdependencies between these different types of taxes.

Module Content

- Fundamentals of financial and tax accounting
- Fundamentals of the individual income tax
- Fundamentals of the corporation tax
- Fundamentals of the trade tax

Teaching Methods

- Lecture/Tutorial

Grading

Final Exam	100 %
------------	-------

Assessment criteria in detail

- Final exam at the end of the semester

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
35 h = Preparation and postprocessing lecture
21 h = Time of attendance tutorial
35 h = Preparation and postprocessing tutorial
38 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Operational accounting is recommended

Readings

- Literature is provided in the Opening Session

Kapitalmarkttheorie

Capital Market Theory

Modulnummer | 82-021-AC04-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Finanzierung und Banken

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Referenten | Prof. Dr. Thomas Mählmann und Assistent

Kompetenzen

- In diesem Modul erlernen Studenten grundlegende Techniken zur Bewertung von Zahlungsströmen vor dem Hintergrund der modernen Finanzmarktforschung.
- Insbesondere werden die Studenten mit gängigen derivativen Finanzinstrumenten sowie den wesentlichen Aussagen der Portfoliotheorie vertraut gemacht.
- Die Studierenden werden außerdem in die Lage versetzt, die Auswirkungen von Informationsasymmetrien und Steuern bei Investitions- und Finanzierungsentscheidungen zu erkennen und kritisch zu würdigen.
- Zur Erarbeitung dieser Kompetenzen soll die begleitende Übung wesentlich beitragen.

Modulinhalt

1. Einführung: Der Zusammenhang zwischen Unternehmensfinanzierung und Finanzmärkten
2. Präferenzfreie Bewertung unter Sicherheit
 - 2.1. Grundlagen der präferenzfreien Bewertung unter Sicherheit
 - 2.2. Yield-to-maturity, spot rates, forward rates
 - 2.3. Zinsstrukturtheorien
3. Präferenzfreie Bewertung unter Unsicherheit
 - 3.1. Grundlagen
 - 3.2. Forwards und Futures
 - 3.3. Swaps
 - 3.4. Optionen
 - 3.5. Linearfaktoren-Modell
4. Portfeuilleoptimierung und CAPM
5. Corporate Finance
 - 5.1. Unternehmensfinanzierung und Risikoallokation auf vollkommenen Märkten
 - 5.2. Finanzierungsentscheidungen bei Marktunvollkommenheiten

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)	100%
----------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur (90 Minuten) am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit Vorlesung
15 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
30 h = Präsenzzeit Übung
15 h = Vor- und Nachbereitung Übung
60 h = Prüfungsvorbereitung

150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Modul Investition, Finanzierung und Kapitalmarkt

Literatur

- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K.: Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik, 4. Aufl. 2007, Pearson.
- Franke, G./Hax, H.: Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, 6. Aufl. 2009, Springer.
- Hull, J. C.: Optionen, Futures und andere Derivate, 8. Aufl. 2012, Pearson.
- Kruschwitz, L./Husmann, S.: Finanzierung und Investition, 7. Aufl. 2012, Oldenbourg.
- Sandmann, K.: Einführung in die Stochastik der Finanzmärkte, 3. Aufl. 2010, Springer.

Weitere Literaturempfehlungen werden in der Vorlesung gegeben.

Capital Market Theory

Kapitalmarkttheorie

Module Number | 82-021-AC04-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Finance and Banking

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Mählmann and assistant

Learning Outcomes

- In this course students learn tools to evaluate certain and uncertain cash flows developed in modern capital market research.
- In particular, students become acquainted with derivative financial instruments and portfolio theory.
- Through this course students will be enabled to recognize and incorporate the role of information asymmetries and taxes in investment and financial decisions.
- In order to achieve these goals students will consolidate their new knowledge in additional tutorials.

Module Content

1. Introduction: The Relationship between Corporate Finance and Capital Markets
2. Preference-free Valuation under Certainty
 - 2.1. Valuation Principles
 - 2.2. Yield-to-maturity, Spot Rates, Forward Rates
 - 2.3. Term Structure of Interest Rates
3. Preference-free Valuation under Uncertainty
 - 3.1. Valuation Principles
 - 3.2. Forwards and Futures
 - 3.3. Swaps
 - 3.4. Options
 - 3.5. Linear-Factor-Model
4. Portfolio Optimization and CAPM
5. Corporate Finance
 - 5.1. Corporate Finance and Risk Allocation on Perfect Markets
 - 5.2. Financial Decisions on Imperfect Markets

Teaching Methods

- Lecture and Tutorial

Grading

Exam (90 Minutes)	100%
-------------------	------

Assessment criteria in detail

- Exam (90 minutes) at the end of the term

Average Workload

30 h = Time of attendance lecture
15 h = Preparation and postprocessing lecture
30 h = Time of attendance tutorial
15 h = Preparation and postprocessing tutorial
60 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Course: Investment, Finance and Capital Markets

Readings

- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K.: Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik, 4. Aufl. 2007, Pearson.
- Franke, G./Hax, H.: Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, 6. Aufl. 2009, Springer.
- Hull, J. C.: Optionen, Futures und andere Derivate, 8. Aufl. 2012, Pearson.
- Kruschwitz, L./Husmann, S.: Finanzierung und Investition, 7. Aufl. 2012, Oldenbourg.
- Sandmann, K.: Einführung in die Stochastik der Finanzmärkte, 3. Aufl. 2010, Springer.

Further literature will be recommended in class.

Konsumentenverhalten und Marktforschung

Consumer Behavior and Market Research

Modulnummer | 82-021-MD02-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Absatzwirtschaft und Marketing

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Joachim Büschken

Referenten | Prof. Dr. Joachim Büschken, Johanna Fischer

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende haben nach Abschluss des Kurses die grundlegenden Methoden der Marktforschung erlernt. Die erlernte Methodenkompetenz erstreckt sich von der Datenerhebung bis zur Datenanalyse.
- Kenntnisse über die wesentlichen quantitativen Analyseverfahren in der Marktforschung ermöglichen den Studierenden, Marktforschungsdaten selbstständig auszuwerten und die Ergebnisse zu interpretieren.
- Durch die Durchführung kleinerer Marktforschungsprojekte im Rahmen der Übung lernen die Teilnehmer die vermittelten theoretischen Inhalte auch in der Praxis anzuwenden.

Modulinhalt

In dieser Veranstaltung werden grundlegender Konzepte zur Informationsgewinnung und -analyse im Marketing sowie grundlegenden Datenanalysemethoden der Marktforschung vorgestellt.

1. Grundlagen der Marktforschung
2. Modellierung von Entscheidungen: Discrete Choice-Analyse
3. Evaluation nach dem Kauf: Kundenzufriedenheit
4. Messung latenter Konstrukte im Konsumentenverhalten
5. Bedürfnisse und Motive von Kaufentscheidungen
6. Segmentierung
7. Informationssuche und -verarbeitung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung zur Vermittlung konzeptioneller und methodischer Grundlagen
- Übung mit vertiefenden Aufgaben und empirischen Analysen zur praktischen Anwendung der theoretischen Inhalte

Prüfungsmodalitäten

Klausur

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Am Ende des Semesters ist eine Abschlussklausur zu schreiben. Die Bearbeitungszeit beträgt 90 Minuten. Prüfungsrelevant sind sämtliche Inhalte der Veranstaltung. Der Anteil der Klausur an der Endnote beträgt 100%.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

- 36 h = Präsenzzeit Vorlesung
- 36 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
- 28 h = Übung
- 50 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

Zu den empfohlenen Vorkenntnissen zählen:

- Teilnahme an dem Modul „Grundlagen des Marketingmanagements“

- Kenntnisse über die Grundlagen der Statistik

Literatur

Basisliteratur

- Backhaus, Klaus et al. (2008): Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, 12. Aufl., Berlin u.a. 2008.
- Field, Andy (2009): Discovering Statistics Using SPSS – 3rd ed., Los Angeles u.a. 2009.
- Trommsdorff, Volker (2009): Konsumentenverhalten, 7. Aufl., Hrsg.: Diller, H.; Köhler, R., Stuttgart, 2009.

Ergänzende Literatur

- Bühl, Achim (2008): SPSS 14 - Einführung in die moderne Datenanalyse, 11. Aufl., München 2008.
- Gelman, Andrew; Hill, Jennifer (2007): Data Analysis Using Regression and Multilevel/Hierarchical Models, 1st ed., Cambridge 2007.
- Grover, Rajiv; Vriens, Marco (2006): The Handbook of Marketing Research – Uses, Misuses and Future Advances, Thousand Oaks 2006.
- Homburg, Christian; Krohmer, Harley (2006): Marketingmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Kroeber-Riel, Werner; Weinberg, Peter (2003): Konsumentenverhalten, 8. Aufl., München 2003.
- Malhotra, Naresh; Birks, David (2007): Marketing Research – An Applied Approach, 3rd european ed., 2007.
- Solomon, Michael R. et al. (2006): Consumer Behaviour – A European Perspective, 3rd ed., Harlow u.a. 2006

Consumer Behavior and Market Research

Handelsmanagement

Module Number | 82-021-MD02-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Sales and Marketing

Chair Owner | Prof. Dr. Joachim Büschken

Lecturer | Prof. Dr. Joachim Büschken, Johanna Fischer

Learning Outcomes

- After the successful completion of this module, students have a basic knowledge of market research methods. The methodological competence learned comprises data collection and data analysis.
- Knowledge on elementary methods in multivariate data analysis enables students to analyze data sets and to interpret the results.
- By conducting their own research project, participants are able to apply the subject matter in practice.

Module Content

This course covers fundamental theoretical concepts of consumer behavior and covers relevant methods of data acquisition and analysis with respect to consumer behavior in market research.

1. Basics of Market Research
2. Modeling Consumer Decisions: Discrete Choice-Analysis
3. After-purchase evaluation: Customer Satisfaction
4. Measuring latent constructs in consumer behavior
5. Needs and purchase decision motives
6. Customer Segmentation
7. Information acquisition and information processing

Teaching Methods

- Lecture containing fundamental concepts and methods
- Exercises containing tasks and empirical analysis to practically apply the learned theory and methods

Grading

Written Exam	100%
--------------	------

Assessment criteria in detail

At the end of the term students have to write a written exam (90 minutes). All contents of the lectures are relevant to the examination. The written exam accounts for 100% of the total examination.

Average Workload

36 h = Time of attendance lecture
36 h = Preparation and postprocessing lecture
28 h = Exercise
50 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

Recommended prerequisites are:

- Completion of the module "Principles of Marketing"
- Basic statistics knowledge

Readings

Basic literature

- Backhaus, Klaus et al. (2008): Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, 12. Aufl., Berlin u.a. 2008.
- Field, Andy (2009): Discovering Statistics Using SPSS – 3rd ed., Los Angeles u.a. 2009.
- Trommsdorff, Volker (2009): Konsumentenverhalten, 7. Aufl., Hrsg.: Diller, H.; Köhler, R., Stuttgart, 2009.

Complementary literature

- Bühl, Achim (2008): SPSS 14 - Einführung in die moderne Datenanalyse, 11. Aufl., München 2008.
- Gelman, Andrew; Hill, Jennifer (2007): Data Analysis Using Regression and Multilevel/Hierarchical Models, 1st ed., Cambridge 2007.
- Grover, Rajiv; Vriens, Marco (2006): The Handbook of Marketing Research – Uses, Misuses and Future Advances, Thousand Oaks 2006.
- Homburg, Christian; Krohmer, Harley (2006): Marketingmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Kroeber-Riel, Werner; Weinberg, Peter (2003): Konsumentenverhalten, 8. Aufl., München 2003.
- Malhotra, Naresh; Birks, David (2007): Marketing Research – An Applied Approach, 3rd european ed., 2007.
- Solomon, Michael R. et al. (2006): Consumer Behaviour – A European Perspective, 3rd ed., Harlow u.a. 2006

Makroökonomie

Macroeconomics

Modulnummer | 82-021-VWL07-H-0218
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | Sommer
Kurstyp | Vorlesung/Übung
Teilnehmerbeschränkung | Keine
Anrechenbar für | Pflicht
Unterrichtsstunden | 4 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Deutsch
Verantwortlicher Lehrstuhl | Professor für VWL
Verantwortliche/r | Prof. Dr. Reinhard Weber
Referent/in | Prof. Dr. Reinhard Weber

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende erlernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit grundlegenden Begriffen und Konzepten der gesamtwirtschaftlich ausgerichteten Volkswirtschaftslehre.
- Sie erwerben Techniken zur Analyse von kurzfristigen Effekten von Nachfrageänderungen auf Geld- und Gütermärkten und entwickeln ein Verständnis für die Zusammenhänge von Geld- und Gütermärkten
- Sie entwickeln die Fähigkeit, grundlegende Anpassungsprozesse auf den Arbeitsmärkten zu verstehen und verstehen die Bedeutung von Institutionen (Gewerkschaften, Staat, Unternehmen) für die Höhe von Beschäftigung und Lohn.
- Die Studierenden erfassen die Bedeutung von Erwartungen für makroökonomische Entwicklungen
- Studierende erkennen die Bedeutung der mittleren Frist für makroökonomische Prozesse.
- Sie erwerben die Fähigkeit, Implikationen von offenen Güter- und Finanzmärkten nachvollziehen.
- Nach Absolvierung des Kurses sind die Studierenden in der Lage, wirtschaftspolitische Positionen vor dem Hintergrund der makroökonomischen Theorie kritisch zu hinterfragen.

Modulinhalt

1. Makroökonomische Analyse in der kurzen Frist
 - IS-LM-Modell
 - Analyse von Wirtschaftspolitik in der kurzen Frist
2. Makroökonomische Analyse in der mittleren Frist
 - Der Arbeitsmarkt
 - Das AS-AD-Modell
 - Wirtschaftspolitik in der mittleren Frist: Nachfrage- und Angebotsschocks
 - Phillipskurve
3. Erwartungen
 - Finanzmärkte und Erwartungen
 - Erwartungen und Konsumnachfrage
 - Erwartungen und Wirtschaftspolitik
 - Die Bedeutung von Erwartungen in Wirtschafts- und Finanzkrisen
4. Offene Volkswirtschaft
 - Zinssätze und Wechselkurs
 - Unterschiedliche Wechselkursregimes
 - Reale Wechselkurse und Analyse in der mittleren Frist

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung mit Übungsbeispielen

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Es wird eine Abschlussklausur geschrieben. Der zeitliche Umfang der Prüfung beträgt 90 Minuten. Klausurrelevant sind die Vorlesungsinhalte und die angegebene Literatur.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

50 h = Präsenzzeit Vorlesung
50 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
50 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Mathematik, Einführung in die Volkswirtschaftslehre

Literatur

- Blanchard, O./Illing, G., Makroökonomie, 7. aktualisierte und erweiterte Aufl., München u.a.O. 2017
- Mankiw, G. Makroökonomik, 7. Auflage, Stuttgart, 2017

Macroeconomics

Makroökonomie

Module Number | 82-021-VWL07-H-0218

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Professor of economics

Responsible Person | Prof. Dr. Reinhard Weber

Lecturer | Prof. Dr. Reinhard Weber

Learning outcomes

- Students learn an appropriate and critical approach to the fundamental concepts of macroeconomics.
- They acquire techniques for the analysis of demand induced short term effects on money and goods markets und develop an understanding of the relationships between those markets.
- They develop the ability to understand the processes of wage and employment adjustment resulting from the interactions of unions, government, and firms.
- Students become acquainted with the meaning of expectations in macroeconomic developments.
- Students learn the importance of medium term horizon in macroeconomics.
- They acquire the ability to see the implications of open goods and financial markets.

Module Content

1. Short term macroeconomics
 - IS-LM-model
 - Short term macroeconomic policy
2. Medium term macroeconomics
 - The labour market
 - AS-AD-model
 - Medium term macroeconomic policy
 - The Phillips curve
3. Expectations
 - Expectations and financial markets
 - Expectations and consumer demand
 - Expectations and economic policy
 - The importance of expectations in financial crises
4. Open macroeconomics
 - Interest rates and exchange rate
 - Different exchange rate regimes
 - Real exchange rate and medium term analysis

Teaching Methods

- Lecture with Examples

Grading

Final exam (90 minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

50 h = Time of attendance lecture
50 h = Preparation and postprocessing lecture
50 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Mathematics
- Foundations of Economics

Readings

- Blanchard, O./Illing, G., Makroökonomie, 7. aktualisierte und erweiterte Aufl., München u.a.O. 2017
- Mankiw, G. Makroökonomik, 7. Auflage, Stuttgart, 2017

Marketing Analysen mit R

Marketing Analytics with R

Modulnummer | 82-021-MM01-H-0218

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung und Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine
und Dienstleistungsmanagement“

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Absatzwirtschaft und Marketing

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Joachim Büschken

Referenten | Prof. Dr. Joachim Büschken und Mitarbeiter

Anrechenbar für | Wahlpflichtmodul Major „Management und Marketing“

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende erwerben die grundlegenden Kompetenzen zur Analyse von Daten wie sie in Marketing bezogenen Anwendungen und Fragestellungen entstehen. Sie haben nach Abschluss des Kurses die grundlegenden Methoden für analytische Aufgaben im Marketing erlernt.
- Die Teilnehmer des Kurses lernen Daten zu verwalten, geeignete Methoden für spezifische Fragestellungen auszuwählen, diese einzusetzen und die darauf resultierenden Ergebnisse zu interpretieren.
- Die Teilnehmer lernen, wie eine moderne, objektorientierte Programmiersprache für marketinganalytische Zwecke von Datenaufbereitung, Datenauswertung bis hin zur grafischen Visualisierung der Ergebnisse eingesetzt wird.
- Mit den somit erworbenen Kompetenzen sollen Studierende auf neue Berufsfelder in Customer Analytics und „Big Data“ vorbereitet werden

Modulinhalt

1. Einführung
 - 1.1. Wiederholung relevanter statistischer Konzepte (mit R)
 - 1.2. Daten im Marketing: Typen von Daten und ihr Handling in R
2. Was ist ein „Modell“ und für welche Zwecke benötigen wir Modelle?
 - 2.1. Grundidee der Modellierung: Abstraktion, Reduktion und Struktur
 - 2.2. Typen von Modellen für Marketing-Anwendungen
3. Analytische Modelle des Konsumentenverhaltens
 - 3.1. WoM und Interaktion von Konsumenten
 - 3.2. Wahlentscheidungen
 - 3.3. Transaktionen
 - 3.4. Zufriedenheit
4. Modellierung der Heterogenität von Kunden
 - 4.1. Latent class vs. Segmentierung
 - 4.2. Collaborative filtering
 - 4.3. Hierarchische Modelle
5. Testing: wie wissen wir ob etwas funktioniert?
 - 5.1. A/B/... Testing und Effektanalyse
 - 5.2. Design für Marketing Experimente: die Basics

Lehr-/Lernformen

- Interaktive Vorlesung mit Diskussionen
- Begleitende Übungen
- Einsatz von Case-Studies mit Einsatz von realen Daten aus dem Marketing

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|--------------|------|
| ▪ Hausarbeit | 40 % |
| ▪ Klausur | 60 % |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Zu ausgewählten Problemstellungen werden Hausaufgaben vergeben, die individuell zu bearbeiten sind. Insgesamt werden 5 solcher Hausaufgaben vergeben, die insgesamt 40% der zu erreichenden Punkte ausmachen. Am Ende des Semesters ist eine Abschlussklausur zu schreiben, die 60% der zu erreichenden Punkte ausmacht. Die Bearbeitungszeit beträgt 60 Minuten. Prüfungsrelevant für die Abschlussklausur sind sämtliche Inhalte der Veranstaltung.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
31 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
21 h = Präsenzzeit Übung
21 h = Vor- und Nachbereitung Übung
20 h = Hausaufgaben
36 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

Formale Voraussetzung:

- Erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung „Grundlagen des Marketingmanagements“
- Erfolgreiche Teilnahme an den Veranstaltungen „Statistik 1 und 2“

Literatur

Basisliteratur:

- Vasishth, Shravan, and Michael Broe. *The foundations of statistics: A simulation-based approach*. Springer Science & Business Media, 2010.
- Grigsby, Mike. *Marketing analytics: A practical guide to real marketing science*. Kogan Page Publishers, 2015.
- Jeffery, Mark. *Data-driven marketing: the 15 metrics everyone in marketing should know*. John Wiley & Sons, 2010.
- Sorger, Stephan. *Marketing Analytics: Strategic Models and Metrics*. Admiral Press, 2013.

Ergänzende Materialien werden online, bedarfs- und aufgabenspezifisch in Form von R-Code, Datensätzen und zusätzlichen Quellen zur Verfügung gestellt

Marketing Analytics with R

Marketing Analyse mit R

Module Number | 82-021-MM01-H-0218

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | lecture and excercises

Participation limit | none

Creditable for | Elective for Major „Management and Marketing“ and “Marketing und Dienstleistungsmanagement”

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Sales and Marketing

Chair Owner | Prof. Dr. Joachim Büschken

Lecturer | Prof. Dr. Joachim Büschken and Assistants

Learning Outcomes

- Participants learn how to analyze data as they typically appear in marketing and marketing-related decisions. After completion of the course, they will have mastered the fundamental methods of marketing-related analytics.
- Participants learn how to administer data, select suitable analytical methods for specific problems, implement them and interpret results.
- They learn how to use a modern, object-oriented programming language for the purpose of data preparation, analytics and visualization of results.
- The competencies obtained in this course will prepare the students to access the growing job market in customer analytics and „big data“.

Module Content

1. Introduction
 - 1.1. A gentle review of statistics using R
 - 1.2. Data in Marketing: types of data and its handling in R
2. What is a (data) model and for what purpose do we need them?
 - 2.1. Essence of modeling: abstraction, reduction and structure
 - 2.2. Types of models for marketing applications
3. Analytical models of consumer behavior
 - 3.1. WoM and customer interaction
 - 3.2. Choice
 - 3.3. Transactions
 - 3.4. Satisfaction
4. Modeling customer heterogeneity
 - 4.1. Latent class vs. Segmentation
 - 4.2. Collaborative filtering
 - 4.3. Hierarchical models
5. Testing: how do we know what works?
 - 5.1. Essentials of A/B/... testing and effect analysis
 - 5.2. Designing marketing experiments: the basics

Teaching Methods

- Interactive lecture with discussion
- Practical exercises
- Using case studies with real-life marketing data

Grading

- | | |
|------------|------|
| ▪ Homework | 40 % |
| ▪ Exam | 60 % |

Assessment criteria in detail

Participants have to provide solution to a total of 5 homeworks. Homeworks account for 40% of the grade. At the

end of the term students have to write a written exam (60 minutes) which accounts for 60% of the grade. All content of the lectures and exercises are relevant to the examination.

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
31 h = Preparation and postprocessing lecture
21 h = Time of attendance tutorial
21 h = Preparation and postprocessing tutorial
20 h = Homework
36 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

Formal Requirement:

- Participation in the course "Principles of Marketing"
- Completion of courses "Statistics 1 and 2"

Readings

Basic literature

- Vasishth, Shravan, and Michael Broe. *The foundations of statistics: A simulation-based approach*. Springer Science & Business Media, 2010.
- Grigsby, Mike. *Marketing analytics: A practical guide to real marketing science*. Kogan Page Publishers, 2015.
- Jeffery, Mark. *Data-driven marketing: the 15 metrics everyone in marketing should know*. John Wiley & Sons, 2010.
- Sorger, Stephan. *Marketing Analytics: Strategic Models and Metrics*. Admiral Press, 2013.

Supplementary material will be made available online and on demand. This material will be in the form of R-code, data sets and additional papers and tutorials as well links to public available instructional material.

Mikroökonomie

Microeconomics

Modulnummer | 82-021-VWL06-H-0218

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | VWL, Mikroökonomie

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Alexander M. Danzer

Referent/in | Prof. Dr. Alexander M. Danzer

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Moduls lernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit den grundlegenden Konzepten von Konsumenten- und Produzentenverhalten, deren (teils strategische) Interaktion auf Märkten, sowie den Wirkungen wirtschaftspolitischer Regulierung.
- Studierende erwerben Techniken zur partiellen und allgemeinen Analyse von Marktgleichgewichten mit und ohne staatliche Intervention. Sie sind so in der Lage, reale wirtschaftspolitische Interventionen kritisch zu analysieren und zu hinterfragen. Studierende erlernen damit die methodischen Grundlagen zur Wohlfahrtsanalyse.
- Sie entwickeln die Fähigkeit, verschiedene Marktformen (Wettbewerb, Monopol, Oligopol) zu unterscheiden und deren Wohlfahrtseffekte zu beurteilen. Studierende erwerben Kenntnisse in der Anwendung grundlegender spieltheoretischer Konzepte.
- Studierende erwerben Kenntnisse über zahlreiche praktische Beispiele aus dem Wirtschaftsleben und sind dadurch am Ende des Kurses imstande, theoretische mikroökonomische Konzepte in ihrer Relevanz für reales Wirtschaftsleben zu beurteilen.
- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über Kenntnisse der Grundlagen der Mikroökonomie, insbesondere über das Verhalten der Wirtschaftssubjekte (Verbraucher und Unternehmen), deren Interaktion auf verschiedenen Arten von Märkten, sowie deren Reaktionen auf staatliche Interventionen.

Modulinhalt

- Konsumenten
 - Präferenzen und Budgetbeschränkung
 - Konsumentenverhalten und Marktnachfrage
 - Konsumentenrente
 - Verhalten bei Unsicherheit
- Unternehmen
 - Produktions- und Kostenfunktion
 - Gewinnmaximierung auf Wettbewerbsmärkten
 - Produzentenrente
- Marktformen mit Marktmacht
 - Monopol
 - Oligopol (Cournot)
- Analyse von Wettbewerbsmärkten und Märkten mit Marktmacht
 - Gesamtwohlfahrt
 - Staatliche Regulierung

Lehr-/Lernformen

- Vortrag
- Übungsbeispiele

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 min.)

100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Vorlesung
22 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
28 h = Präsenzzeit Übung
22 h = Vor- und Nachbereitung Übung
50 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- Mathematik, Einführung in die Volkswirtschaftslehre (bzw. Makroökonomie I in der alten PO)

Literatur

- Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld (2009) Mikroökonomie, 7. Aufl. (oder älter), Pearson Studium.
- Varian, Hal R. (2009) Intermediate Microeconomics. A modern approach, 8. Aufl. (oder älter), W. W. Norton & Company.

Microeconomics

Mikroökonomie

Module Number | 82-021-VWL06-H-0218

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Vorlesung/Übung

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Economics, esp. Microeconomics

Chair Owner | Prof. Dr. Alexander M. Danzer

Lecturer | Prof. Dr. Alexander M. Danzer

Learning Outcomes

- Students of the course learn a critical approach to the basic concepts of consumer and (partially strategic) producer behaviour, their interaction in markets, as well as the effects of economic policy regulation.
- Students acquire techniques for the market analysis in partial and general equilibrium, with and without state intervention. They will be able to analyse and scrutinise real economic policy interventions critically. Students acquire the methodological basis for welfare analysis.
- Students develop the ability to distinguish several types of markets (competitive, monopolistic, oligopolistic) and to assess their welfare implications. Students acquire skills in the application of basic game-theoretic concepts.
- Students become acquainted with numerous practical examples from the business world and are able to assess theoretical microeconomic concepts and their relevance for real economic life.
- Upon completion of the course students command knowledge of basic microeconomic concepts, in particular of the behaviour of economic agents (consumers and firms), their interaction in various types of markets, as well as their reactions to government intervention.

Module Content

- Consumers
 - Preferences and budget constraint
 - Consumer behaviour and aggregate demand
 - Consumer surplus
 - Behavior under uncertainty
- Firms
 - Production and cost functions
 - Profit maximization in competitive markets
 - Producer surplus
- Non-competitive markets and market power
 - Monopoly
 - Oligopoly (Cournot)
- Analysis of competitive and non-competitive markets
 - Welfare
 - Government regulation

Teaching Methods

- Lectures
- Tutorials

Grading

Final exam (90 mins)	100 %
----------------------	-------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of the term

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
22 h = Preparation and postprocessing lecture
28 h = Time of attendance tutorial
22 h = Preparation and postprocessing tutorial
50 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Mathematics, Foundations of Economics (or Macroeconomics I according to the old PO)

Readings

- Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld (2009) Mikroökonomie, 7. Aufl. (oder älter), Pearson Studium.
- Varian, Hal R. (2009) Intermediate Microeconomics. A modern approach, 8. Aufl. (oder älter), W. W. Norton & Company.

Economics of Migration

Ökonomische Themen der Migrationsforschung

Module Number | 82-021-VWLECO18-H-0117

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation limit | None

Creditable for | Elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Economics, esp. Microeconomics

Chair Owner | Prof. Dr. Alexander M. Danzer

Lecturer | Prof. Dr. Alexander M. Danzer

Learning Outcomes

- Students of the course acquire detailed knowledge about microeconomic theories of migration.
- Students have developed reflected views on the causes and consequences of migration for the host and source countries.
- They are able to understand the challenge of integrating immigrants. They are able to assess political positions in the fields of migration and integration.
- Students get to know data sources for the study of migration and integration.

Module Content

- Migration
 - Self-selection of immigrants in the Roy model: theory and evidence
 - The labor market situation of immigrants
 - The effect of emigration on natives
 - Social networks
 - The New Economics of Labor Migration: household perspective
- Integration
 - The transferability of human capital and skill depreciation
 - The integration and assimilation of Immigrants
 - The acquisition of language skills
- Specific migrant groups
 - Scientists
 - Second-generation immigrants: educational success)

Teaching Methods

- Lectures
- Tutorials

Grading

Term paper	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- The assessment is based on a term paper

Average Workload

30 h = Time of attendance lecture
30 h = Preparation and postprocessing lecture
20 h = Time of attendance tutorial
70 h = Term paper
150 h = Total workload

Prerequisites

- Microeconomics I

Readings

- Borjas, G. J. (1985), Assimilation, Changes in Cohort Quality, and the Earnings of Immigrants, *Journal of Labor Economics* 3(4), 463-489.
- Borjas, G. (1987), Self-Selection and the Earnings of Immigrants, *American Economic Review* 77(4), 531-553.
- Chiswick, B. (1978), The Effect of Americanization on the Earnings of Foreign-born Men, *Journal of Political Economy* 86(5), 897-921.
- Danzer, A.M., F. Yaman (2016), Ethnic concentration and language fluency of immigrants: Evidence from the guest-worker placement in Germany. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol.131, 151-165.
- Dustmann, C., Machin, S. & Schönberg, U., (2010), Ethnicity and Educational Achievement in Compulsory Schooling. *Economic Journal* 120(546), F272–F297.
- Moser, P., Voener, A. & Waldinger, F. (2014), German-Jewish Émigrés and U.S. Invention, *American Economic Review*
- Munshi, K. (2003), Networks in the Modern Economy: Mexican Migrants in the US Labor Market, *Quarterly Journal of Economics* 118, 549-599
- Roy, A. D. (1951), Some Thoughts on the Distribution of Earnings, *Oxford Economic Papers* (New Series) 3, 135-146.
- Stark, O., E. Taylor (1991): Migration Incentives, Migration Types: The Role of Relative Deprivation, *The Economic Journal*, Vol. 101.

Operationsmanagement

Operations Management

Modulnummer | 82-021-SCM21-H-0218

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflichtmodul im SCM-Schwerpunkt und Pflichtmodul im Major Supply Chain & Information Management

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Supply Chain Management und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden erlernen ein grundsätzliches Verständnis über die aktuellen Methoden und Konzepte im Operationsmanagement und deren Einbindung in das Supply Chain Management.
- Die Studierenden lernen die relevanten Aspekte der Entscheidungsfindung in der industriellen und Dienstleistungsproduktion (Service Operations) aus einer ganzheitlichen Unternehmensperspektive kennen.
- Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, das erlernte Wissen im Zuge von Analyse- und Entscheidungssituationen in der betrieblichen Praxis umzusetzen.

Modulinhalt

- Begriffliche Grundlagen
- Netzwerkplanung: Bewertung und Auswahl von Standortalternativen, Multiples diskretes Standortproblem, Steiner-Weber-Problem
- Gestaltung von Produktions- und Dienstleistungssystemen: Layoutplanung, Konfigurierung von Produktionszentren und Arbeitsgruppen
- Nachfrageprognose: Auswahl und Anwendung von Prognose-Modellen, Prognose bei konstantem, trendförmigen und saisonalem Nachfrageverlauf
- Mittelfristige und operative Planung: Beschäftigungsglättung, Hauptproduktionsprogrammplanung
- Losgrößenplanung in der Produktion und im Handel: Dynamische Losgrößenplanung, Losgrößen- und Reihenfolgeplanung (ELSP)
- Ressourceneinsatzplanung: Grobterminplanung, Feinplanung und Steuerung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur: Am Veranstaltungsende wird der Lernstoff in einer 90minütigen Klausur abgeprüft.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

32 h = Präsenzzeit Vorlesung
32 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
32 h = Präsenzzeit Übung
32 h = Vor- und Nachbereitung Übung
22 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Empfohlene Voraussetzung: Modul „Operations und Informationsmanagement“

Literatur

Grundlegende Literatur:

- Günther, H.-O. und H. Tempelmeier, Produktion und Logistik, 12. Auflage, Books on Demand (Norderstedt) 2016.
- Günther, H.-O. und H. Tempelmeier, Übungsbuch Produktion und Logistik, 9. Auflage, Books on Demand (Norderstedt) 2017.

Weitergehende Literatur

- Chopra, S. and P. Meindl, Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 6th edition, Upper Saddle River (Prentice Hall) 2015.
- Fitzsimmons, J.A and M.J. Fitzsimmons, Service Management: Operations, Strategy, Information Technology, 8th edition, Boston (McGraw-Hill/Irwin) 2013.
- Nahmias, St., Production and Operations Analysis, 7th edition, Boston (McGraw Hill) 2015.
- Render, B.; R.M. Stair and M.E. Hanna, Quantitative Analysis for Management, 13th edition, Upper Saddle River (Prentice Hall), 2017

Operations Management

Operationsmanagement

Module Number | 82-021-SCM21-H-0218

Degree | Bachelor

Semester | Summer Term

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective in Major SCM, Mandatory in Major Supply Chain & Information Management

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | ABWL, Supply Chain Management and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Learning Outcomes

- The students will obtain a basic knowledge of modern approaches in operations management and its relevance in supply chain management.
- The students will understand the critical role of decision making in operations with respect to an enterprise-wide view.
- The students will achieve the ability to apply their knowledge to production and services decisions in business practice.

Course Content

- Basic Concepts
- Facility/Warehouse Location: Evaluation and selection of location options, multiple discrete facility location problems, Steiner-Weber Problem
- Design of Production and Services Systems: Layout planning, Production cell design, Group technology
- Forecasting: Selection and application of forecasting models, Forecasting stationary demand, Forecasting demand with trend and seasonal patterns
- Aggregate Planning: Production smoothing, Master production schedule
- Lot Sizing in Industry and Retail: Dynamic lot sizing problem, Economic lot sizing and sequencing problem (ELSP)
- Operations Scheduling: Assignment of resources, sequencing, Order release

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial

Grading

Final exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Final exam: A written exam (90 minutes) is held at the end of the module.

Average Workload

32 h = Time of attendance lecture
32 h = Preparation and postprocessing lecture
32 h = Time of attendance tutorial
32 h = Preparation and postprocessing tutorial
22 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Recommended: "Operations and information management"

Readings

Basics:

- Günther, H.-O. und H. Tempelmeier, Produktion und Logistik, 12. Auflage, Books on Demand (Norderstedt) 2016.
- Günther, H.-O. und H. Tempelmeier, Übungsbuch Produktion und Logistik, 9. Auflage, Books on Demand (Norderstedt) 2017.

Further readings:

- Chopra, S. and P. Meindl, Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 6th edition, Upper Saddle River (Prentice Hall) 2015.
- Fitzsimmons, J.A. and M.J. Fitzsimmons, Service Management: Operations, Strategy, Information Technology, 8th edition, Boston (McGraw-Hill/Irwin) 2013.
- Nahmias, St., Production and Operations Analysis, 7th edition, Boston (McGraw Hill) 2015.
- Render, B.; R.M. Stair and M.E. Hanna, Quantitative Analysis for Management, 13th edition, Upper Saddle River (Prentice Hall), 2017.

Operations Management Projektstudium

Operations Management Case Studie

Modulnummer | 82-021-SCM24-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflichtmodul im SCM-Schwerpunkt und Pflichtmodul im Major Supply Chain & Information Management

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Supply Chain Management und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden erlernen, eine praktische Themenstellung des Operations Management wissenschaftlich zu bearbeiten sowie das Thema strukturiert und verständlich zu präsentieren. Dabei sollen auch die Grundzüge des Projektmanagements, der Teamarbeit und Präsentationstechniken vermittelt und erlernt werden.
- Die Studierenden erlernen den konzeptionellen Aufbau von Operations Management in der Praxis und verstehen sachgerecht und kritisch die grundlegenden Modelle und Methoden, die zum Einsatz kommen. Dabei geht es auch darum Möglichkeiten und Grenzen der Praxis kennenzulernen.
- Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für Logistik und die übergreifenden Zusammenhänge der Funktionen eines Unternehmens aus logistischer Perspektive.
- Zur Erarbeitung dieser Kompetenzen sollen die Arbeitssitzungen wesentlich beitragen, bei der die studentischen Teams ihre Fallstudie vorstellen und zur Diskussion stellen. In diesen Sitzungen besteht deshalb Anwesenheitspflicht.

Modulinhalt

- Das Modul befasst sich mit den planungsorientierten Aspekten des Operations Management und thematisiert konzeptionelle Grundlagen, Modelle und Methoden zur Planung in der Supply Chain und Logistik.
- Im Mittelpunkt steht das Kennenlernen aktueller praktischer Probleme und Trends in der Operations Management-Praxis.

Lehrmethoden

- Folien gestützte Vorträge und Hausaufgaben
- Seminarorientiertes Selbststudium
- Bearbeitung eines praktischen Fallbeispiels mit Präsentationen sowie schriftlicher Ausarbeitung

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|--|-----|
| ▪ Praxisprojekt und Endpräsentation | 70% |
| ▪ Schriftliche Arbeit („term paper“) | 20% |
| ▪ Aktive Teilnahme am Kurs/mündliche Mitarbeit | 10% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Alle Teilleistungen müssen bestanden sein; einzelne Teilleistungen sind nicht wiederholbar. Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von einer schriftlichen Prüfung der Konzepte mit einer schriftlichen Ausarbeitung einer Fallstudie, einer Präsentation und der aktiven Teilnahme am Kurs erforderlich.
- Endpräsentation: Erarbeitung von einer Präsentation in Teams mit Vortrag und anschließender Diskussion (30 + 15 min). Das Referat ist als folien gestützte Zusammenfassung des Fallsbeispiels zu erstellen. Die Bewertung umfasst Referat (75%) sowie Vortrag/Diskussionsführung (25%) mit folgender Struktur:
 - Beschreibung des grundlegenden Planungsproblems
 - Darstellung eines geeigneten Entscheidungsmodells/Lösungsansatz

- Implementierung/Evaluierung anhand des Praxisumfeldes
- Schriftliche Ausarbeitung: Erarbeitung und Zusammenfassung der Fallstudie im Team in einem Paper (5 Seiten á Teammitglied) mit folgender Struktur:
 - Zusammenfassung der Inhalte
 - Darstellung der Implementierung und Erweiterungen des grundlegenden Ansatzes
 - Kritische Würdigung der Ergebnisse

Arbeitsaufwand (in Stunden)

50 h = Präsenzzeit Vorlesung
 100 h = Prüfungsvorbereitung
 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

Empfohlene Voraussetzungen :

- "Operations- und Informationsmanagement" und
- „Produktionsmanagement“

Literatur

- Becker, J., Kugeler, M. und M. Rosemann: Prozessmanagement: Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, Springer, Berlin, 7. Auflage, 2012
- Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, Pearson, München, 2. Auflage, 2010
- Günther, H.-O. und H. Tempelmeier: Produktion und Logistik, 8. Auflage, Springer, Berlin, 2009

Operations Management Case Studies

Operations Management Projektstudium

Module Number | 82-021-SCM24-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Every term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 6

Creditable for | Compulsory elective in Major SCM, Mandatory in Major Supply Chain & Information Management

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | ABWL, Supply Chain Management und Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Learning Outcomes

- Students get familiar with industry specific operations management topics and to structure a practical problem and to present it. Basics of project management, team works and presentation skills are part of the module.
- Students learn to use and apply conceptual parts of Operations Management in the industry and understand appropriately and critically basic models and approaches, which are applied in consumer goods and retail. It is necessary to understand the opportunities and limits in the practical context.
- Students develop a common understanding of logistics and overarching relations of enterprise functions from a logistical perspective.
- Working sessions with presentations from the students will train and develop these competences. Within the working session students present their case studies and discuss them within the group. Therefore, these meetings are obligatory.

Module Content

- The module covers decision-oriented aspects of Operations Management and discusses basic concepts, models, and methods of supply chain planning.
- Core is to get familiar with current industry problems and trends in the Operations Management practice. The module contents are taught by a combination of lectures and case studies.

Teaching Methods

- Presentation with slides and homework
- System-based case studies
- Seminar-oriented self-study, team work, report writing and presentation of case study

Grading

- | | |
|---------------------------------------|-----|
| ▪ Case study and final presentation | 70% |
| ▪ Term paper | 20% |
| ▪ Active participation / contribution | 10% |

Assessment criteria in detail

- Because of the competence orientated module format a combination of a term paper and final presentations as well as active participation is necessary.
- Final presentation: Preparation of final presentation in teams with presentation and discussion (30 + 15 min). The report can be provided as slide-based summary of the presentation. Grading is based on report (75%) as well as presentation and discussion (25%) with the following structure:
 - Description of the conceptual planning problem
 - Development and illustration of a solution method/model
 - Implementation/Evaluation in the context of the retail industry
- Final paper: Preparation and summary of the case study in team in a final paper (5 pages per team member)
 - Summary of contents
 - Description of core developments and implementation of the concept

- Critical assessment of results

Average Workload

50 h = Time of attendance lecture
100 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- “Operations and Information Management” as well as “Production Management” is advised

Readings

- Becker, J., Kugeler, M. und M. Rosemann: Prozessmanagement: Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, Springer, Berlin, 7. Auflage, 2012
- Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, Pearson, München, 2. Auflage, 2010
- Günther, H.-O. und H. Tempelmeier: Produktion und Logistik, 8. Auflage, Springer, Berlin, 2009

Persönlichkeit und Beruf

Personality and Profession

Modulnummer | 82-021-WP06-H-0817

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflichtmodul

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Psychologische Diagnostik und Interventionspsychologie

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Joachim Thomas

Referent/in | Prof. Dr. Joachim Thomas, Dipl. Psych.

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden kennen die begrifflichen Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie.
- Die Studierenden verfügen über einen Überblick über die wesentlichen Theorien, Methoden und Befunde der Persönlichkeitsforschung.
- Die Studierenden kennen wesentliche Forschungs- und Handlungsfelder der Persönlichkeitspsychologie im beruflichen Kontext.
- Die Studierenden können psychologische Fachliteratur rezipieren und kritisch diskutieren.

Modulinhalt

- Theorien und Konzepte der Persönlichkeitspsychologie
- Persönlichkeit und Berufswahl
- Persönlichkeit und berufliche Leistung
- Persönlichkeit im interkulturellen Kontext
- Die Rolle von Persönlichkeit bei der Gesundheit am Arbeitsplatz

Lehrmethoden

- Vortrag
- Lektüre

Prüfungsmodalitäten

90-minütige Abschlussklausur 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausurleistung (multiple-choice)

Arbeitsaufwand (in Stunden)

36 h = Präsenzzeit Vorlesung
24 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
90 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Schmitt, M. & Altstötter-Gleich, C. (2010). Persönlichkeitspsychologie kompakt. Weinheim: Beltz
- Brandstätter, H. & Schuler, H. (2013). Persönliche Verhaltens- und Leistungsbedingungen. In Heinz Schuler (Ed.) Lehrbuch Organisationspsychologie. 5. Aufl. Göttingen: Hogrefe 23-54.
- Weinert, A. (2004). Organisations- und Personalpsychologie. Weinheim: Beltz.
- Christiansen, N. D. (2013). Handbook of personality at work. New York: Routledge.

Personality and Profession

Persönlichkeit und Beruf

Module number | 82-021-WP06-H-0817

Degree | Bachelor

Semester | summer term

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | compulsory elective

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Psychological Assessment and Intervention

Chair Owner | Prof. Dr. Joachim Thomas

Lecturer | Prof. Dr. Joachim Thomas, Dipl.Psych.

Learning Outcomes

- Students are familiar with main concepts of Personality Psychology
- Students overview central theories, methods and findings in personality research
- Students know the central fields of research and action of personality in vocational contexts
- Students are able to read and critically reflect scientific literature in psychology

Module Content

- Concepts and theories of Personality Psychology
- Personality and vocational choice
- Personality and professional achievement
- Personality in the intercultural context
- Personality, employment and health

Teaching Methods

- Lecture
- Readings

Grading

Final exam (90 minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam (multiple choice)

Average Workload

36 h = Time of attendance lecture
24 h = Preparation and postprocessing lecture
90 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Schmitt, M. & Altstötter-Gleich, C. (2010). Persönlichkeitspsychologie kompakt. Weinheim: Beltz
- Brandstätter, H. & Schuler, H. (2013). Persönliche Verhaltens- und Leistungsbedingungen. In Heinz Schuler (Ed.) Lehrbuch Organisationspsychologie. 5. Aufl. Göttingen: Hogrefe 23-54.
- Weinert, A. (2004). Organisations- und Personalpsychologie. Weinheim: Beltz.
- Christiansen, N. D. (2013). Handbook of personality at work. New York: Routledge.

Preis- und Produktmanagement

Pricing and Product Management

Modulnummer | 82-021-MD22-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht Major Management & Marketing

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Absatzwirtschaft und Marketing

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Joachim Büschken

Referent | Prof. Dr. Joachim Büschken

Lernziele/Kompetenzen

- Den Studierenden wird im Rahmen dieses Moduls ein sachgerechter und kritischer Umgang mit den grundlegenden Gestaltungsvariablen des Pricing und des Produktmanagements vermittelt.
- Die Teilnehmer entwickeln die Fähigkeit, analytische Methoden zur Entscheidungsfindung im Kontext von Pricing, Produkt- und Sortimentsgestaltung sachgerecht einzusetzen. Sie erwerben Methodenwissen zur Beschaffung und Interpretation von relevanten Informationen für preis- und produktpolitische Entscheidungen.
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über einen umfassenden Überblick über Pricing und Produktpolitik, kennen die Gestaltungsinstrumente dieser unternehmerischen Aktionsbereiche und können Instrumente der Marktforschung und analytische Methoden sinnvoll und unterstützend einsetzen.

Modulinhalt

Produktmanagement

- Grundlegende Aspekte des Produktmanagements und des Produktdesigns
- Management von Produktlinien, Eliminierung von Produkten
- Markenmanagement

Preismanagement

- Allgemeine Grundlagen des Preismanagements
- Grundlagen der klassischen Preistheorie
- Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen
- Preisbestimmung
- Preisdurchsetzung

Lehrmethoden

- Vorlesung
- Übung: praktische Umsetzung des Vorlesungsstoffes anhand von Beispielen und Fallstudien

Prüfungsmodalitäten

- Klausur (100%)

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die Klausur (90 Minuten) findet am Ende des Semesters statt.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Vorlesung
14 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
28 h = Präsenzzeit Übung
28 h = Vor- und Nachbereitung Übung
52 h = Prüfungsvorbereitung

150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

Empfohlene Vorkenntnisse:

- Grundprinzipien des Marketing

Literatur

- Literatur zu den Kapiteln elektronisch aus ILIAS

Pricing and Product Management

Preis- und Produktmanagement

Module Number | 82-021-MD22-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory Major Management and Marketing

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | Deutsch

Chair | Sales and Marketing

Chair Owner | Prof. Dr. Joachim Büschken

Lecturer | Prof. Dr. Joachim Büschken

Learning Outcomes

- The participants of this module learn the fundamental design variables of pricing and product policy.
- Students develop the ability to productively use analytical methods relevant to management decisions in the context of pricing, product design and product lines. Participants also learn how to use methods for acquiring and interpreting information relevant to making pricing and product design decisions.
- After successfully finishing this module, participants have gained a thorough understanding of pricing and product policy, of the design variables in both areas of marketing management. They have obtained relevant analytical and methodological know-how and have learned how to use decision support methods in pricing and product management in a meaningful way.

Module Content

Product Management

- Introduction to product management
- Management of product lines, elimination of products
- Brand management

Price Management

- Introduction to price management
- Price theory
- Behavioral aspects of pricing
- Pricing decisions
- Price implementation

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial: practical work using a examples and case studies

Grading

- Final exam (100%)

Assessment criteria in detail

- Written Final Exam (90 minutes) at end of semester

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture

14 h = Preparation and postprocessing lecture

28 h = Time of attendance tutorial

28 h = Preparation and postprocessing tutorial

52 h = Exam preparation

150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

Recommended Previous Knowledge/Prerequisites:

- Introduction to Marketing

Readings

- Literature will be uploaded to ILIAS website of course

Proseminar: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Introductory Seminar: Tax Management

Modulnummer | 82-021-PS16-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Proseminar

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Reinald Koch

Referent/in | Mitarbeiter/in des Lehrstuhls

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Moduls erlernen ein steuerliches Thema unter Verwendung wissenschaftlicher Literatur in logischer Struktur und in korrekter Anwendung der Regeln für wissenschaftliches Arbeiten zu bearbeiten.
- Studierende erweitern ihre Fähigkeiten, Informationen zu strukturieren, zu bearbeiten, richtig zu interpretieren, in eigene Worte zu fassen und in schriftlicher und mündlicher Form zu präsentieren. Dabei erlernen sie den Umgang mit den einschlägigen Rechtsquellen, deren Kommentierungen als auch den entsprechenden Urteilen und Verwaltungsanweisungen sowie diese Rechtsvorschriften kritisch einzuordnen.
- Nach Abschluss des Seminars verfügen die Studierenden zudem über Grundkenntnisse in wesentlichen Methoden, die für wissenschaftliches Arbeiten in der Betriebswirtschaft notwendig sind.

Modulinhalte

- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten
- Bibliotheksbenutzung und Recherchetechniken
- Projekt- und Zeitmanagement
- Präsentationstechniken und Rhetorik
- Die Ergebnisse der Arbeit sollen ebenso strukturiert wie prägnant und unter Verwendung geeigneter Medien präsentiert und in einer kritischen Diskussion reflektiert werden.

Lehr-/Lernformen

- Workshops
- Präsentation und Diskussion

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|-------------------------------|-----|
| ▪ Präsentation und Moderation | 30% |
| ▪ Proseminararbeit | 70% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Es muss eine schriftliche Proseminararbeit erstellt sowie das bearbeitete Thema im Rahmen einer Präsentation vorgestellt werden.
- Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von einer schriftlichen Arbeit mit einem Vortrag zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
129 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Vorlesung: Jahresabschluss- und Unternehmensbesteuerung wird empfohlen

Literatur

- Literatur wird bekannt gegeben

Introductory Seminar: Tax Management

Proseminar: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Module Number | 82-021-PS16-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Proseminar

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | BA and Business Taxation

Chair Owner | Prof. Dr. Reinald

Lecturer | Staff of the chair

Learning Outcomes

- Students learn how to elaborate on tax issues of scientific relevance using adequate literature and the rules of scientific text production.
- Students extend their abilities in structuring, editing, interpreting, reflecting in own words and presenting information in front of a group as well as in written form. They learn how to handle legal texts and related commentaries, decisions and administrative instructions and how to critically assess these provisions.
- After completing this module students will have gained basic knowledge about essential methods used in scientific work in the field of business administration.

Module Content

- Introduction to scientific work
- Work in the library and methods of literature research
- Project- and Time Management
- Presentation techniques
- The results shall be presented in a structured and concise manner utilizing appropriate media and afterwards have to be put up for discussion

Teaching Methods

- Workshops
- Presentation and Discussion

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Presentation | 30% |
| ▪ Paper | 70% |

Assessment criteria in detail

- Students have to write a seminar paper and have to present it in front of the group.
- With respect to the competence orientation of this module a combination of a written paper and a presentation is absolutely necessary.

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
129 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Prerequisites

- Lecture: Balancing and Business Taxation is recommended

Readings

- Literature is provided in the Opening Session

Proseminar: Finanzwissenschaften

Introductory Seminar: Public Economics

Modulnummer | 82-021-PS25-H-1216

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | VWL, insb. Finanzwissenschaft

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Dominika Langenmayr

Referenten | Prof. Dr. Dominika Langenmayr und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über umfassende Kenntnisse zu den Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens.
- Die Studierenden lernen einen verantwortungsvollen und kritischen Umgang mit wissenschaftlichen Quellen, sowie deren Analyse und Verwendung im Rahmen wissenschaftlicher Arbeiten.
- Sie entwickeln die Fähigkeit die Erkenntnisse ihrer wissenschaftlichen Arbeit vor einer Gruppe zu präsentieren, zu diskutieren und zu verteidigen.
- Studierende können aktuelle finanzwissenschaftliche Forschungsarbeiten nachvollziehen. Sie erlangen vertieftes Wissen im Themengebiet des Seminars.

Modulinhalt

Die spezifischen Themen des Seminars stammen aus dem weiten Feld der Finanzwissenschaft.

Themenunabhängig deckt das Seminar folgende Inhalte ab:

- Umfangreiche Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten
- Literaturrecherche und Materialauswertung
- Präsentationstechniken
- Projektplanung für wissenschaftliche Arbeiten

Lehr-/Lernformen

- Workshops
- Diskussionen
- Präsentationen
- Eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|-------------------------------|-----|
| ▪ Seminararbeit | 60% |
| ▪ Präsentation und Diskussion | 40% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Jeder Studierende schreibt eine Seminararbeit (Umfang ca. 25.000 Zeichen bzw. 12 Seiten) und stellt das bearbeitete Thema in einer Präsentation vor.
- Aufgrund der Kompetenzorientierung des Kurses ist die Kombination von einer schriftlichen Arbeit mit einem Vortrag zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Einführungsveranstaltungen
14 h = Vor- und Nachbereitung Einführungsveranstaltungen
16 h = Präsenzzeit Seminar
92 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

Einführung in die Volkswirtschaftslehre

Literatur

- Theisen, M. R. (2011): Wissenschaftliches Arbeiten, 15., aktualisierte Auflage, Verlag Vahlen, München.
- Weitere Literatur wird in den Vorbesprechungen bekanntgegeben.
- Ein großer Teil der verwendeten Literatur ist englischsprachig.

Introductory Seminar: Public Economics

Proseminar: Finanzwissenschaften

Module Number | 82-021-PS25-H-1216

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 hours per week

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Chair of Economics, esp. Public Finance

Chair Owner | Prof. Dr. Dominika Langenmayr

Lecturer | Prof. Dr. Dominika Langenmayr and assistants

Learning Outcomes

- Students learn and practice the essential skills of academic work.
- They learn the responsible handling of academic sources as well as how to analyze and use them.
- They develop the ability to present, discuss, and defend the results of their academic work in front of a group.
- Students can understand current applied public economics research. They obtain deeper knowledge of the topic of the seminar.

Module Content

The specific topics of the seminar come from the broad field of public economics. Independent of the topics, the seminar covers the following content:

- Extensive introduction to academic writing
- Research methods in libraries and databases and evaluation of materials
- Presentation techniques
- Project planning for academic writing

Teaching Methods

- Workshops
- Discussions
- Presentations
- Autonomous academic writing

Grading

- | | |
|-------------------------------|-----|
| ▪ Term paper | 60% |
| ▪ Presentation and discussion | 40% |

Assessment criteria in detail

- Each student writes a term paper and gives a presentation on the same topic.
- The combination of a written term paper and a presentation is necessary.

Average Workload

28 h = Time of attendance of introductory meetings
14 h = Preparation and postprocessing of introductory meetings
16 h = Time of attendance of seminar
92 h = Preparation of term paper and the seminar
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Module "Foundations of Economics" is recommended

Readings

- Theisen, M. R. (2011): Wissenschaftliches Arbeiten, 15th edition, Verlag Vahlen, Munich.

- Further readings will be announced in the introductory meetings.
- Most readings are in English, independent of the language of instruction

Proseminar: Grundfragen des Wirtschaftsrechts

Introductory Seminar: Basic Questions of Commercial Law

Modulnummer | 82-021-PS13-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Proseminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Bürgerliches Recht, Zivilprozessrecht und Insolvenzrecht

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Referent/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Moduls erlernen einen sachgerechten Umgang und kritischen Einblick in aktuelle Fragestellungen des Wirtschaftsrechts.
- Sie entwickeln ein Verständnis für die übergreifenden Zusammenhänge.
- Ziel ist es, durch die eigenständige Bearbeitung eines Themas, den Studierenden auf die Erstellung der Bachelorarbeit vorzubereiten.

Modulinhalt

- Das Modul führt in die aktuellen Fragestellungen des Wirtschaftsrechts ein.

Lehr-/Lernformen

- Proseminar

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|---|-----|
| ▪ Anfertigen einer schriftlichen Arbeit | 80% |
| ▪ Präsentation | 10% |
| ▪ Diskussion | 10% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination einer schriftlichen Arbeit, Präsentation, und Diskussion zwingend notwendig, vor allem zur Vorbereitung auf die künftige berufliche Praxis.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

- 40 h = Präsenzzeit Vorlesung
- 80 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
- 30 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Privatrecht I

Literatur

- Literaturhinweise werden zu Beginn des Semesters erteilt.

Introductory Seminar: Basic Questions of Commercial Law

Proseminar: Grundfragen des Wirtschaftsrechts

Module Number | 82-021-PS13-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Proseminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ETCS

Language | German

Chair | Civil Law, Litigation Law und Insolvency Law

Chair Owner | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Lecturer | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Learning Outcomes

- Students will learn an appropriate and critical handling of basic questions of Commercial Law.
- The main target is to establish an understanding of the overall context.
- The intention of the module is to prepare the students for writing a bachelor thesis.

Module Content

- In this module students will learn the basic rules of Insolvency und Commutation Law.

Teaching Methods

- Proseminar

Grading

- | | | |
|----------------|-----|-----|
| ▪ Term paper | | 80% |
| ▪ Presentation | 10% | |
| ▪ Discussion | | 10% |

Assessment criteria in detail

- Referring to the orientation of competencies it is necessary to combine the written part with an oral presentation as well as a discussion.

Average Workload

40 h = Time of attendance lecture
80 h = Preparation and postprocessing lecture
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Private Law I

Readings

- Recommendations will be given at the beginning of the semester.

Proseminar: Informationsmanagement

Introductory Seminar: Information Management

Modulnummer | 82-021-PS02-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Proseminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Proseminar

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Wirtschaftsinformatik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Setzer

Referenten | Prof. Dr. Thomas Setzer und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Der Kurs beinhaltet vertiefende Einblicke in aktuelle Themen des Informationsmanagements.
- Die Studenten erlernen selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten, schulen ihre Teamfähigkeit und die freie Präsentation vor der Gruppe.
- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studenten über ein grundlegendes Fachwissen auf dem Gebiet des Informationsmanagements und können Transferleistungen in diesem Bereich erbringen.

Modulinhalt

- Im Rahmen des Proseminars bearbeiten die Studenten unterschiedliche Themen aus dem Bereich des Informationsmanagements.
- Es sollen Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt werden, bspw. Literaturrecherche, Zitierweisen etc.

Lehr-/Lernformen

- Proseminar

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|-----------------------|--------|
| ▪ Präsentation | 33,33% |
| ▪ Schriftliche Arbeit | 66,67% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Präsentation: 10 Min. Vortrag + 5 Min. Diskussion
- Schriftliche Arbeit: Umfang 15 Seiten

Arbeitsaufwand (in Stunden)

20 h = Präsenzzeit Seminar
90 h = Schriftliche Ausarbeitung
40 h = Anfertigung der Endpräsentation
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Wird im Rahmen der Betreuung bekannt gegeben.

Introductory Seminar: Information Management

Proseminar Informationsmanagement

Module Number | 82-021-PS02-H-0507

Semester | Summer term

Course Type | Seminar

Participation limit | 15 students

Creditable for | Introductory seminar

Contact hours | 2 hours per week

Number of credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Business Informatics

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Setzer

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Setzer and Assistants

Learning outcomes

- The seminar provides detailed insights into topical subjects of information management.
- Students learn independent scientific work, develop their ability to work in teams and learn to present their findings in front of a group.
- After completing this course students will have a basic expertise in the area of information management and are able to apply this knowledge to related subjects.

Module content

- Within the scope of the seminar the students work on different subjects relating to the area of information management.
- The students learn scientific methods, literature research, etc.

Teaching methods

- Seminar

Grading

- | | |
|----------------|---------|
| ▪ Presentation | 33,33 % |
| ▪ Paper | 66,67 % |

Assessment criteria in detail

- Presentation: 10 min. presentation + 5 min. discussion
- Paper: 15 pages

Average workload

20 h = Time of attendance seminar
90 h = Writing of paper
40 h = Preparation of final presentation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- To be announced during tutoring.

Proseminar: Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

Introductory Seminar: Accounting and Auditing

Modulnummer | 82-021-PS06-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Proseminar

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Götttsche

Referent/in | Prof. Dr. Max Götttsche

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studenten erlernen die Anwendung von wissenschaftlichen Arbeitsmethoden.
- Sie erhalten die Befähigung, wissenschaftliche Literatur zu verwenden und die Regeln zur Erstellung von wissenschaftlichen Texten korrekt anzuwenden.
- Sie erlernen den Umgang mit den wichtigsten Recherchertools (OPAC, Literaturlatenbanken etc.) und eine Auswahl geeigneter Suchkriterien zu treffen.
- Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, eine wissenschaftliche Fragestellung selbständig und unter Verwendung der einschlägigen Literatur zu bearbeiten und die Ergebnisse in Form einer schriftlichen Ausarbeitung darzulegen.

Modulinhalt

- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten
- Recherchetechniken
- Präsentationstechniken und Rhetorik

Lehr-/Lernformen

- Seminararbeit
- Präsentation und Diskussion

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|-----------------|-----|
| ▪ Seminararbeit | 90% |
| ▪ Präsentation | 10% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Aufgrund der Kompetenzorientierung ist eine Kombination von einer schriftlichen Seminararbeit mit einem Vortrag notwendig. Gegenstand des Vortrags ist die Herangehensweise der Studierenden an das Seminarthema. Der Vortrag dient zur Klarstellung der Fragestellung und, neben der schriftlichen Ausarbeitung, der Bewertung der wissenschaftlichen Arbeitsmethode.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

14 h = Präsenzzeit Vorlesung
14 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
122 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Besuch der Vorlesungen des Lehrstuhls wird empfohlen.

Literatur

- Einführende Literatur zum wissenschaftlichen Arbeiten.

Introductory Seminar: Accounting and Auditing

Proseminar: Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

Module Number | 82-021-PS06-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Every term

Course Type | Proseminar

Participation Limit | none

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Business Administration, Auditing and Management Accounting

Chair Owner | Prof. Dr. Max Götttsche

Lecturer | Prof. Dr. Max Götttsche

Learning Outcomes

- Students will learn methods of scientific research.
- Students shall be enabled to work on questions of scientific relevance using adequate literature and the formal rules of scientific text production.
- Students learn how to handle the main research tools (OPAC, literature databases etc.) and formulate suitable selection criteria.
- After attending the course students will be able to answer a specific research question using the relevant academic literature and present their outcome in the form of a written work.

Module Content

- Introduction to scientific work
- Methods of literature research
- Presentation techniques

Teaching Methods

- Written Seminar Paper
- Presentation and Discussion

Grading

- | | |
|-------------------------|-----|
| ▪ Written Seminar Paper | 90% |
| ▪ Presentation | 10% |

Assessment criteria in detail

To achieve the pursued learning outcome, it is necessary to divide the assessment into two parts: a written seminar paper and an oral presentation. In the oral presentation the participant should give a brief insight into the approach undertaken to address the given seminar topic. The purpose of this presentation is to clarify the research question and, along with the written seminar paper, to assess the scientific working method.

Average Workload

- 14 h = Time of attendance lecture
- 14 h = Preparation and postprocessing lecture
- 122 h = Exam preparation
- 150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Lectures in Controlling and Auditing.

Readings

- Literature in scientific work.

Proseminar: Supply Chain Management

Introductory Seminar: Supply Chain Management

Modulnummer | 82-021-PS07-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 24

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Supply Chain Management und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden lernen eine spezifische Themenstellung wissenschaftlich zu bearbeiten.
- Die Studierenden lernen ein Thema strukturiert und verständlich zu präsentieren.
- Ferner sind die Studierenden am Ende des Moduls mit den Grundlagen des Projektmanagements und der Teamarbeit vertraut.

Modulinhalt

- Die Studierenden verfassen eine Arbeit zu aktuellen Themen aus den Gebieten Produktion, Logistik und dem Supply Chain Management und präsentieren ihre Ergebnisse.
- Die Arbeit wird in Zweiergruppen angefertigt.

Lehr-/Lernformen

- Verfassen eines wissenschaftlichen Referats zum Thema
- Präsentation des Referats
- Durchführung von Gruppenarbeiten
- Erlernen des Umgangs mit wissenschaftlicher Literatur und Bibliotheken

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|-------------------------------------|-----|
| ▪ Schriftliche Ausarbeitung | 50% |
| ▪ Projektmanagement und Teamarbeit | 10% |
| ▪ Präsentation | 30% |
| ▪ Mitarbeit in den Seminarsitzungen | 10% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Eine Kombination verschiedener Prüfungsmodalitäten ist notwendig.
- Die schriftliche Ausarbeitung ist gemäß den formalen Vorgaben der Fakultät anzufertigen, der Umfang soll 20 Seiten nicht überschreiten.
- Für die Präsentationen ist eine Vortragszeit von 20 Minuten + 10 Minuten Diskussion vorgesehen. Die Präsentationen werden jeweils in Blöcken zu drei Themen durchgeführt.
- Das Vorgehen bei der Anfertigung der Arbeit und die Absprache in den Zweierteams sowie innerhalb eines Themenblocks geht in die Bewertung mit ein.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

15 h = Präsenzzeit Vorlesung
2 h = Einführung in die Literatursuche
32 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
133 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Günther, H.-O. und H. Tempelmeier, Produktion und Logistik, 9. Aufl., Berlin (Springer) 2012.

Introductory Seminar: Supply Chain Management

Proseminar: Supply Chain Management

Module Number | 82-021-PS07-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 24

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | ABWL, Supply Chain Management and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Learning Outcomes

- The students will learn how to work on a specific topic in a scientific manner.
- The students will learn how to present the topic in a structured and coherent way.
- They will furthermore be familiar with the basics of project management and team working.

Module Content

- The students write a paper on recent topics in the field of Production, Logistics, and Supply Chain Management and finally present the results of their study.
- The paper is written in teams of two students

Teaching Methods

- Writing a scientific paper
- Presenting a paper
- Team work
- Working with scientific literature and academic libraries

Grading

- | | |
|------------------------------------|-----|
| ▪ Scientific paper | 50% |
| ▪ Project management and team work | 10% |
| ▪ Presentations | 30% |
| ▪ Active participation | 10% |

Assessment criteria in detail

- Because of the competencies to be achieved a combination of the assessment formats “scientific paper”, “project management and team work”, “presentation” and “active participation” is necessary.
- The paper has to comply with the formal requirements of the faculty, it should not exceed 20 pages.
- Each group will hold a 30 minutes presentation, of which the last 10 minutes should be left for a discussion with the other course participants. The presentations are held in groups of three topics per session and there is a comprehensive discussion in the sequel of the team presentations.
- The proceed of researching and writing the paper, as well as the collaboration in the teams of 2 and 6 respectively will be considered in the final grade.

Average Workload

15 h = Time of attendance lecture
2 h = Introduction to scientific research
133 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Günther, H.-O. und H. Tempelmeier, Produktion und Logistik, 9. Aufl., Berlin (Springer) 2012.

Proseminar: Statistik & Ökonomik

Introductory Seminar: Statistics & Econometrics

Modulnummer | 82-021-PS20-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Proseminar

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

M Verantwortlicher Lehrstuhl | Statistik und Quantitative Methoden

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Referenten | Prof. Dr. Ulrich Küsters und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- In den Präsenzstunden erlernen die Studierenden die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens.
- Die Studierenden erwerben die Kompetenz des sachgerechten Umgangs mit wirtschaftlich relevanten Daten sowie Methoden zu deren Darstellung, Auswertung und Präsentation.
- Durch das Verfassen der schriftlichen Arbeit lernen die Studierenden, sich selbstständig neues Wissen und neue Arbeitsmethoden anzueignen, um die Proseminararbeit nach den gängigen Maßstäben des wissenschaftlichen Arbeitens zu erstellen.
- Des Weiteren entwickeln die Studierenden Kommunikations- und Kritikfähigkeit durch die Präsentation, Verteidigung und anschließende Diskussion der Proseminararbeit.

Modulinhalt

Das Proseminar beschäftigt sich mit der statistischen Analyse von empirischen Daten. Studenten können ein Thema aus einem jährlich wechselnden Themenkatalog bearbeiten. Zudem ist es möglich, eigene Themenvorschläge vorzuschlagen. In einer Kick-off Veranstaltung werden die unterschiedlichsten Themen vorgestellt und vergeben. In den restlichen Veranstaltungsterminen werden u.a. folgende Aspekte thematisiert:

- Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens
- Datenbeschaffung
- Datenaufbereitung
- Datenmodellierung
- Grafische Datenexploration
- Interpretation von Statistiken bzw. statistischen Modellen
- Kritische Reflektion relevanter statistischer Kennzahlen, Methoden, Modellen etc.

Lehr-/Lernformen

- Wöchentliche Präsenzveranstaltung zur Vermittlung zentraler Modulinhalte.
- Erstellen einer wissenschaftlichen Proseminararbeit.
- Präsentation und Verteidigung der Arbeit.

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|--------------------|-----|
| ▪ Proseminararbeit | 70% |
| ▪ Präsentation | 30% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls stellt die Proseminararbeit mit der anschließenden Verteidigung durch eine Präsentation eine zwingend notwendige Prüfungsmodalität dar.

- Proseminararbeit: Anhand der schriftlichen Arbeit wird abgeprüft, ob der Student in der Lage ist eine gegebene Fragestellung in einer wissenschaftlichen Art und Weise zu bearbeiten.
- Präsentation: Präsentation in der abgeprüft wird, inwiefern der Student in der Lage ist, die im Rahmen der Proseminararbeit behandelten Aspekte und die daraus gewonnenen Erkenntnisse in einem vorgegebenen zeitlichen Rahmen verständlich darzulegen

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Seminar

28 h = Vor- und Nachbereitung Seminar
94 h = Seminararbeit und Präsentation
150 h = Arbeitsaufwand insgesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler
- Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie (Statistik I)
- Induktive und Multivariate Statistik (Statistik II)
- Rechnergestützte Statistik mit R

Literatur

- Wird in der ersten Veranstaltung bekannt gegeben.

Introductory Seminar: Statistics and Econometrics

Proseminar: Statistik & Ökonometrie

Module Number | 82-021-PS20-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Proseminar

Participation limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Statistic and Quantitative Methods

Chair Owner | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Lecturer | Prof. Dr. Ulrich Küsters and Assistants

Learning Outcomes

- Students acquire knowledge about the basics of scientific work during the contact hours.
- Students acquire expertise within the field of appropriate data handling and are enabled to graphically display, evaluate and present economically relevant data.
- The seminar assignment enables students to acquire knowledge and working methods independently in order to produce a proseminar paper fulfilling the common criteria of scientific writing.
- Students acquire communication and critical faculty skills by presenting, defending and discussing their proseminar papers.

Module Content

The proseminar deals with the statistical analysis of empirical data. Therefore students can choose one topic out of an annual changing catalogue. Possible topics will be presented and assigned in a kick-off meeting. Students also have the opportunity to propose own topics. The following aspects are addressed in the class:

- basics of scientific work
- data collection
- data preparation
- data modelling
- building of graphics
- interpretation of statistical models
- critical reflection of relevant statistical indicators, methods, models, etc

Teaching Methods

- Weekly class to convey the central module content.
- Creating an academic proseminar paper.
- Presentation and defence of the work at the end of module.

Grading

- | | |
|--------------------|------|
| ▪ Proseminar paper | 70 % |
| ▪ Presentation | 30 % |

Assessment criteria in detail

Because of the competence orientation of this module the proseminar paper and defense of the paper by presentation are mandatory assessment criteria.

- Proseminar paper: On the basis of the written paper it will be assessed whether the student is able to process a given question in a scientific manner.
- Presentation: Presentation to the seminar group to assess the student's ability of presenting his/her results in a predefined time frame.

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
28 h = Preparation and postprocessing lecture
94 h = Proseminar paper and presentation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Mathematics for Business
- Descriptive Statistics and Probability Theory (Statistic I)
- Statistical Inference and Multivariate Statistics (Statistic II)
- Computational Statistics with R

Readings

- Will be announced individually in the kick-off meeting.

Proseminar: Unternehmensethik, insb. Corporate Governance

Introductory Seminar: Business Ethics and Corporate Governance

Modulnummer | 82-021-PS26-H-0418

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Proseminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Unternehmensethik, insb. Corporate Governance

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Kai Sandner

Referent/in | Prof. Dr. Kai Sandner

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende werden an das wissenschaftliche Arbeiten herangeführt. Anhand von eigenständig zu recherchierender Literatur erlernen Studenten, sich wissenschaftliche Erkenntnisse anzueignen und diese auf ausgewählte Fragestellungen anzuwenden.
- Sie erhalten einen Einblick in wissenschaftliche Methoden und wie man sie anwendet.
- Es werden Techniken zur Anfertigung wissenschaftlicher Berichte und anschließenden Präsentation der Ergebnisse vermittelt.
- Die Teilnahme am Seminar vermittelt die ersten Grundlagen für das eigenständige Erstellen wissenschaftlicher Texte.

Modulinhalt

Themen aus den Bereichen:

- Unternehmensethik
- Corporate Governance
- Controlling

Lehr-/Lernformen

- Seminararbeit
- Präsentation und Diskussion

Prüfungsmodalitäten

- Seminararbeit (80%)
- Präsentation (20%)

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Seminararbeiten in einer Länge von ungefähr 15 Seiten.
- Präsentation einer Dauer von etwa 15 Minuten.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

15 h = Präsenzzeit
25 h = Vor- und Nachbereitung Referate
110 h = Seminararbeit
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Vorkenntnisse aus dem BA Studium, v.a. in Corporate Governance/Unternehmensethik/Controlling

Literatur

- Grundlagenliteratur zu wissenschaftlichem Arbeiten, bspw. Theisen, Manuel René (2017), Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Auflage, München 2017.
- Übrige Literatur wird themenspezifisch angegeben.

Introductory Seminar: Business Ethics and Corporate Governance

Proseminar: Unternehmensethik, insb. Corporate Governance

Course Number | 82-021-PS26-H-0418

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Proseminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Compulsory Elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | Deutsch

Chair | Business Ethics and Corporate Governance

Chair Owner | Prof. Dr. Kai Sandner

Lecturer | Prof. Dr. Kai Sandner

Learning Outcomes

- This seminar introduces students to scientific work. Based on a thorough and autonomous review of literature, they will learn to adopt scientific knowledge and apply this knowledge to selected problems.
- Students gain insight into scientific methodology and how to apply it.
- Knowledge on scientific writing and presentation skills.
- Participation in the seminar lays out the foundation for the autonomous performance of scientific research.

Module Content

Selected topics in the fields of:

- Business ethics
- Corporate governance
- Management accounting

Teaching Methods

- Paper.
- Presentation and open classroom discussion of results.

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Paper | 80% |
| ▪ Presentation | 20% |

Assessment criteria in detail

- Paper of approximately 15 pages.
- Presentation of results in front of class. Duration: approximately 15 minutes.

Average Workload

15 h = Time of attendance seminar
25 h = Preparation and post-processing presentations
110 h = Thesis
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

Prerequisites from the prior studies in the BA with an emphasis on knowledge in corporate governance/business ethics/management accounting

Readings

- Fundamental literature on how to write and work scientifically, eg. Theisen, Manuel René (2017), *Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit*, 17. Auflage, München 2017.
- Specific literature on the various topics will be provided at the beginning of the seminar.

Psychologie der Teamarbeit

Psychology of Teamwork

Modulnummer | 82-021-WP02-H-0817

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 20

Anrechenbar für | Wahlpflichtmodul

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Sozial- und Organisationspsychologie

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Referent/in | Dr. Jutta Gallenmüller-Roschmann

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden sind vertraut mit Grundlagen der Gruppendynamik und Teampsychologie. Sie sind in der Lage, Bedingungen und Merkmale eines hoch leistungsfähigen Teams zu benennen. Sie kennen Methoden der Teamdiagnose und der Teamentwicklung.
- Sie vertiefen ihr Verständnis von Teamarbeit und erhalten differenzierten Einblick in die Schlüsselkomponenten hoch leistungsfähiger Teams. Sie können Konzepte der Teamdiagnose und Teamentwicklung beschreiben.
- Die Studierenden untersuchen praktische Fragestellungen auf der Grundlage von Theorien und Konzepten im Seminar. Sie entwickeln Ihre Fähigkeit, Fragen der Teamarbeit zu lösen. Sie können wissenschaftliche Modelle und Methoden der Teamdiagnose auf praktische Problemstellungen anwenden.
- Die Studierenden erschließen systematisch einschlägige wissenschaftliche Literatur. Sie bewerten Handlungsalternativen unter Berücksichtigung von Gruppenprozessen und diskutieren kritisch Beziehungsorientierung und Aufgabenorientierung. Sie nehmen die Stärken und Schwächen ihres eigenen Teamverhaltens bewusster wahr und reflektieren eigene Teamrollen.
- Sie beurteilen Forschungsbeiträge und entwickeln ihren eigenen Standpunkt. Sie können Hypothesen zu einem konkreten Teamproblem entwickeln und Lösungen für Teams entwerfen. Zudem präsentieren und verteidigen sie ihre Arbeitsergebnisse im Seminar.

Kursinhalt

- Formen der Team- und Gruppenarbeit
- Teamdiagnose
- Teamentwicklung

Lehr-/Lernformen

- Gruppen- und Einzelaufgaben
- Präsentation, Diskussion
- Lektüre

Prüfungsmodalitäten

- Klausur oder schriftliche Hausarbeit oder Portfolio

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die jeweilige Prüfungsform wird spätestens in der ersten Sitzung festgelegt:

- | | |
|---|------|
| ▪ Klausur (90 Minuten) | 100% |
| ▪ Hausarbeit (14 Seiten) | 100% |
| ▪ Portfolio 15-20-minütige Präsentation (maximal 18 Folien), Dokumentation des Foliensatzes, 8-seitige schriftliche Ausarbeitung der Präsentation nach Feedback | 100% |

Arbeitsaufwand (in Stunden)

22 h = Präsenzzeit Seminar
22 h = Vor- und Nachbereitung Seminar
36 h = Übungen, Präsentation

70 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Becker, Florian (2016). Teamarbeit, Teampsychologie, Teamentwicklung: So führen Sie Teams! Berlin, Heidelberg: Springer.
- Kals, E. & Gallenmüller-Roschmann, J. (2017). Arbeits- und Organisationspsychologie kompakt. Weinheim: Beltz.
- Van Dick, R. & West, M.A. (2013). Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung. Göttingen: Hogrefe.
- Mikulincer, M. (2015). APA handbook of personality and social psychology, Vol. 2, Group processes. Washington, D.C.: American Psychological Association.

Psychology of Teamwork

Psychologie der Teamarbeit

Module Number | 82-021-WP02-H-0817

Degree | Bachelor

Semester | summer term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 20

Creditable for | compulsory elective)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Social and Organizational Psychology

Chair Owner | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Lecturer | Dr. Jutta Gallenmüller-Roschmann

Learning Outcomes

- Students are familiar with basics in group dynamics and team psychology. They are able to list the feature of a high-performance team. They are familiar with methods of team diagnosis and team development.
- They deepen their understanding of teamwork. They gain differentiated insights into the key components of a high-performance teams. They are able to describe concepts of team assessment and development.
- Students analyze practical problems based on theories in the class. They develop their ability to solve issues in the area of teamwork. They are able to apply scientific models and methods of team diagnosis to practical problems.
- Students expand their knowledge in conducting a systematic literature review. They evaluate alternative courses of action in consideration of group dynamics and discuss critically social and task reflexivity in teamwork. They become aware of strengths and weaknesses in one's team behavior and reflect one's team roles.
- They evaluate research papers and develop their own view. They are able to develop hypothesis to a specific problem and to create solutions for team challenges. In addition, Students present and defend their results in front of the class.

Module Content

- Types of teams
- Team assessment
- Team development

Teaching Methods

- Group and individual assignments
- Oral presentation, discussions
- Readings

Grading

- written exam or seminar paper or portfolio

Assessment criteria in detail

The respective form of examination is determined in the first meeting at the latest:

- Exam (90 minutes) 100%
- Paper (14 pages) 100%
- Portfolio 15-20 minutes of presentation (max. 18 slides), documentation of slides, 8 pages written assignment of presentation after feedback 100%

Average Workload

22 h = Time of attendance seminar

22 h = Preparation and postprocessing seminar

36 h = Exercises, präsentation

70 h = Exam preparation

150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Becker, Florian (2016). Teamarbeit, Teampsychologie, Teamentwicklung: So führen Sie Teams! Berlin, Heidelberg: Springer.
- Kals, E. & Gallenmüller-Roschmann, J. (2017). Arbeits- und Organisationspsychologie kompakt. Weinheim: Beltz.
- Van Dick, R. & West, M.A. (2013). Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung. Göttingen: Hogrefe.
- Mikulincer, M. (2015). APA handbook of personality and social psychology, Vol. 2, Group processes. Washington, D.C.: American Psychological Association.

Rechnergestützte Statistik mit R

Computational Statistics with R

Modulnummer | 88-021-IFM08-H-0507

Abschluss des Studienganges | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | 19*

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS (Blockkurs)

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Statistik und Quantitative Methoden

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Referenten | Prof. Dr. Ulrich Küsters und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden erwerben sowohl Grundlagenkenntnisse als auch die Kenntnis ausgewählter fortgeschrittener Programmiertechniken im Umgang mit der Statistik-Softwareumgebung R.
- Bei der statistischen Datenanalyse mit R erlernen die Studierenden, sachgerecht mit den empirischen Daten umzugehen, diese aufzubereiten und darzustellen.
- Bei der Bearbeitung von betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen statistischen Fragestellungen verschiedenster Art (z.B. statistische Hypothesentests, lineare Regression etc.) entwickeln die Studierenden die Handlungskompetenz und eigenständiges zielorientiertes Arbeiten unter Verwendung von R.

Modulinhalt

- Grundlagen
 - Objekte bzw. Datenstrukturen in R und deren Behandlung
 - Vektoren
 - Matrizen
 - Arrays
 - Listen
 - Data Frames
 - Logik und fehlende Werte
 - Konstrukte zur Programmsteuerung
 - Bedingte Anweisungen (if ... else u.ä.)
 - Schleifen
 - Zeichenketten
 - Datum und Zeit
- Ein- und Ausgabe von Daten
 - ASCII-Dateien
 - R Objekte lesen und schreiben
 - Spezielle Datenformate
 - Zugriff auf Datenbanken
 - Zugriff auf Excel-Daten
- Die Sprache im Detail
 - Funktionen
 - Verzögerte Auswertung – Lazy Evaluation
 - Umgebungen und deren Regeln – Environments und Scoping
 - Umgang mit Fehlern – Debugging
- Grafiken mit R
- Statistik mit R
 - Grundlegende Funktionen
 - Zufallszahlen
 - Verteilungen und Stichproben
 - Lineare Modelle
 - Überblick: Weitere spezielle Verfahren
 - Case Study: Analyse eines empirischen Datensatzes

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung
- Programmierprojekt

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| ▪ Klausur | 50 – 100% |
| ▪ und/oder Hausaufgaben | 0 – 50% |
| ▪ und/oder Programmierprojekt | 0 – 50% |

Die konkret geltenden Prüfungsmodalitäten werden zum jeweiligen Semesterbeginn verbindlich festgelegt.

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination aus einer schriftlichen Prüfung mit regelmäßigen Programmierhausaufgaben oder einem Programmierprojekt zwingend notwendig.

- **Klausur:** Abprüfen von primär theoretischen Aspekten der Programmiersprache bzw. der damit adressierten statistischen Fragestellungen.
- **Hausaufgaben:** Abprüfen der praktischen Umsetzung der vermittelten Inhalte.
- **Programmierprojekt:** Abprüfen, ob eine Fragestellung auch in Rahmen einer umfassenderen schriftlichen Arbeit adressiert werden kann als dies im Rahmen der anderen genannten Prüfungsformen möglich wäre.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Vorlesung
 28 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
 28 h = Präsenzzeit Übung
 28 h = Vor- und Nachbereitung Übung
 19 h = Hausaufgaben/Programmierprojekt
 19 h = Prüfungsvorbereitung
 150 h = Arbeitsaufwand insgesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler
- Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie
- Induktive und Multivariate Statistik
- Angewandte statistische Methoden

Literatur

- Ligges, U. (2007): Programmieren mit R, 2. Auflage, Springer.
- Matloff, N. (2011): The Art of R Programming, No Starch Press.
- Wright, D.B., London, K. (2009): Modern Regression Techniques Using R, Sage.
- Venables, W. N., Ripley, B. D. (2002): Modern Applied Statistics with R, 4. Auflage, Springer.
- Baayen, R. H. (2008): Analyzing Linguistics Data – A Practical to Statistics using R, Cambridge.
- Rizzo, M.L. (2007): Statistical Computing with R, Chapman Hall.

*Beschränkung aufgrund bestehender Kapazitäten in den PC Pools.

Computational Statistics with R

Rechnergestützte Statistik mit R

Module Number | 88-021-IFM08-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Contact Hours | 4 SWS (blocked)

Participation limit | 19*

Creditable for | Compulsory elective

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Statistics and Quantitative Methods

Chair Owner | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Lecturer | Prof. Dr. Ulrich Küsters and Assistants

Learning Outcomes

- Students acquire both baseline information and knowledge of selected high-level programming techniques by using the statistical software environment R.
- The statistical analysis of data using R enables students to appropriately treat, prepare and graphically display empirical data.
- By addressing problems in the broad field of business and economics (i.e. statistical hypothesis testing, linear regression etc.), students gain decision making and responsibility skills as well as self-directed and aim-oriented working skills.

Module Content

- Basics
 - Objects and data structures in R und how to manage them
 - Vectors
 - Matrices
 - Arrays
 - Lists
 - Data Frames
 - Logic and missing values
 - Constructs for program control
 - Conditional statements (if ... else and the like)
 - Loops
 - Character strings
 - Date and time
- Data input and output
 - ASCII files
 - Read and write R objects
 - Special file formats
 - Database access
 - Working with Excel-Data
- Details of the R language
 - Functions
 - Lazy Evaluation
 - Environments and scoping
 - Error management and debugging
- Graphics with R
- Statistics mit R
 - Basic functions
 - Random numbers
 - Distributions and samples
 - Linear models
 - Overview: further special models
 - Case study: analysis of an empirical dataset

Teaching Methods

- Lecture
- Class
- Programming projects

Grading

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| ▪ Final exam | 50 - 100% |
| ▪ And/or homework assignments | 0 – 50% |
| ▪ And/or programming project | 0 – 50% |

The actual grading details are stated at the beginning of the respective semester.

Assessment criteria in detail

Because of the competence orientation of this module it is mandatory to combine a written exam with programming homework assignments or a programming project.

- **Final exam:** assessment of theoretical and technical aspects of the programming language respectively of the statistical topics covered in class.
- **Homework assignments:** assessment of the practical implementation of the topics covered in class.
- **Programming project:** programming code based solution of a given problem to assess the capability to apply programming knowledge to distinct analytical problems and illustrate the solution in a context that is broader compared to that offered by other assessment alternatives.

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
 28 h = Preparation and postprocessing lecture
 28 h = Time of attendance tutorial
 28 h = Preparation and postprocessing tutorial
 19 h = Homework assignment/ Programming project
 19 h = Exam preparation
 150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Mathematics for Business
- Descriptive Statistics and Probability Theory
- Statistical Inference and Multivariate Statistics

Readings

- Ligges, U. (2007): Programmieren mit R, 2. Auflage, Springer.
- Matloff, N. (2011): The Art of R Programming, No Starch Press.
- Wright, D.B., London, K. (2009): Modern Regression Techniques Using R, Sage.
- Venables, W. N., Ripley, B. D. (2002): Modern Applied Statistics with R, 4. Auflage, Springer.
- Baayen, R. H. (2008): Analyzing Linguistics Data – A Practical to Statistics using R, Cambridge.
- Rizzo, M.L. (2007): Statistical Computing with R, Chapman Hall.

*Limit due to capacity restriction in computer pools.

Retail Operations

Retail Operations

Modulnummer | 82-021-SCM26-H-0418

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung und Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflichtmodul im SCM Schwerpunkt und
Major Supply Chain & Information Management

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Supply Chain Management und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referenten | Prof. Dr. Heinrich Kuhn, Mitarbeiter und Lehrbeauftragte

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- verstehen die zentrale Dynamik heutiger Retail Operations.
- erhalten ein grundsätzliches Verständnis über die aktuellen Fragen des Retail Operations. Darin beinhaltet sind alle operativen und handelslogistischen Fragen.
- können Zusammenhänge zwischen den handelsbezogenen Variablen und Einflussgrößen herstellen.
- lernen die relevanten logistischen Aspekte der Gestaltung und des Betriebs von Handelsunternehmen kennen.
- verstehen entscheidungsunterstützende Modelle im Einzelhandel und können diese eigenständig anwenden.
- lernen Software kennen, um praxisrelevante Fragestellungen zu bearbeiten.

Kursinhalt

Teil A: Einführung - Grundfragen des Retail Operations

- Begriffliche Grundlagen
- Planungsmatrix im Handel

Teil B: Gestaltung der Logistikstruktur im Handel

- Netzwerkstrukturen im Handel
- Lagerhaus
- Cross-Docking

Teil C: Taktische Planungen im Handel

- Sortimentsplanung
- Gebindegrößen
- Produktzuordnung zu Lagerarten
- Belieferungsmuster

Teil D: Operative Planung im Handel

- Lagerhausplanung
 - Lagerplatzgestaltung
 - Kommissionierung
- Transportplanung
 - Auslieferungsplanung
 - Tourenplanung
- Operatives Filialmanagement
 - Filialgestaltung
 - Regalplatzplanung
 - Personalplanung
 - Dispositionssysteme

Teil E: Aktuelle Entwicklungen

- Online- und Omni-Channel-Handel
- Sharing Economy: Crowdsourcing

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur: Am Veranstaltungsende wird der Lernstoff in einer 90 minütigen Klausur abgeprüft

Arbeitsaufwand (in Stunden)

32 h = Präsenzzeit Vorlesung
 32 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
 32 h = Präsenzzeit Übung
 32 h = Vor- und Nachbereitung Übung
 22 h = Prüfungsvorbereitung
 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Empfohlene Voraussetzung: Grundlagen im Operations Management

Literatur

- Agrawal, Narendra and Smith, Stephen A (Eds.), Retail Supply Chain Management: Quantitative Models and Empirical Studies, New York, (Springer) 2015.
- Chopra, S. und Meindl, P., Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation, 6. Aufl. 2015
- Chopra, S. und Meindl, P., Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung (Pearson Studium - Economic BWL), 2014.
- Hübner, A.; Kuhn, H.: Retail category management: State-of-the-art review of quantitative research and software applications in assortment and shelf space management, in: Omega, Vol. 40 (2012), pp. 199-209.
- Hübner, A.; H. Kuhn and M. Sternbeck, Retail demand and supply chain planning - An operations planning framework, in, International Journal of Retail and Distribution Management, Vol. 41, No. 7, 2013, pp. 512-530.
- Hübner, A.; Holzapfel, A.; Kuhn, H., Operations management in multi-channel retailing: an exploratory study, in: Operations Management Research, Vol. 8, Iss. 3 (2015), pp. 84-100.
- Hübner, A.; Holzapfel, A.; Kuhn, H., Distribution systems in omni-channel retailing, in: Business Research, Vol. 9, Iss. 2 (2016b), pp. 255-296.
- Hübner, A.; Kuhn, H.; Wollenburg, J., Last mile fulfilment and distribution in omni-channel grocery retailing, in: International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 44, Iss. 3 (2016c), pp. 228-247.
- Klingler, R.; Hübner, A.; und Kempcke, T, Ganzheitliches (2016): Supply Chain-Management im Lebensmittelhandel: Reifegrad, Erfolgsfaktoren, Entwicklungsansätze, Studie von EHI, BCG und KU Eichstätt-Ingolstadt
- Kuhn, H.; Sternbeck, M., Logistik im Lebensmitteleinzelhandel, Eine empirische Untersuchung zu handelsinternen Logistiknetzwerken, Forschungsbericht der KU Eichstätt-Ingolstadt, Januar 2011
- Kuhn, H.; Sternbeck, M., Integrative Retail Logistics: An Exploratory Study, in: Operations Management Research (OMR), Volume 6, Issue 1 (2013), Page 2-18.
- Kuhn, H.; Hübner, A.; Holzapfel, A., Logistik im Multi-Channel-Handel, Forschungsbericht der KU Eichstätt-Ingolstadt (2014).
- Kuhn, H.; Holzapfel, A.; Ostermeier M., Handelslogistik, in: Corsten et al. (Hrsg.), Handbuch Produktions- und Logistikmanagement in Wertschöpfungsnetzwerken, (De Gruyter Oldenbourg), 2018.

Retail Operations

Retail Operations

Module Number | 82-021-SCM26-H-0418

Degree | Bachelor

Semester | Summer term

Course Type | Lecture and tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | SCM major and Major in Supply Chain and Information Management

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | ABWL, Supply Chain Management und Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn, assistants and guest lecturer

Learning Outcomes

The students

- understand the central dynamics of today's retail operations.
- gain a fundamental understanding of the current issues in retail operations. This includes all operational and retail logistics issues.
- are able to establish relationships between retail-related variables and influencing variables.
- learn the relevant logistical aspects of the design and operation of retail companies.
- understand decision-supporting models in retail and can apply them independently.
- get to know software in order to work on practice-relevant questions.

Module Content

Part A: Introduction – General questions in retail operations

- Terminological Issues in retail operations
- Supply Chain Planning Matrix in Retail

Part B: Designing logistics networks in retail

- Network structures in retail
- Warehouse – Distribution Centers
- Cross-Docking

Part C: Tactical planning in retail

- Assortment planning
- Case-pack size
- Assignment of products to DC types
- Delivery patterns

Part D: Operational planning in retail

- Warehousing
 - Assignment of Storage areas
 - Picking and Packing
- Transportation
 - Delivery planning
 - Vehicle routing
- In-store operations
 - Layout planning
 - Shelf space planning
 - Sales staff planning
 - Inventory management and reordering

Part E: Current trends

- Online and omni-channel retailing
- Sharing economy: crowdsourcing

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial

Grading

Assessment criteria in detail

- Final exam: A written exam (90 minutes) is held at the end of the course.
-

Average Workload

32 h = Time of attendance lecture
 32 h = Preparation and postprocessing lecture
 32 h = Time of attendance tutorial
 32 h = Preparation and postprocessing tutorial
 22 h = Exam preparation
 150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Recommended: Basic knowledge in operations management
-

Readings

- Agrawal, Narendra and Smith, Stephen A (Eds.), Retail Supply Chain Management: Quantitative Models and Empirical Studies, New York, (Springer) 2015.
- Chopra, S. und Meindl, P., Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation, 6. Aufl. 2015
- Chopra, S. und Meindl, P., Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung (Pearson Studium - Economic BWL), 2014.
- Hübner, A.; Kuhn, H.: Retail category management: State-of-the-art review of quantitative research and software applications in assortment and shelf space management, in: Omega, Vol. 40 (2012), pp. 199-209.
- Hübner, A.; H. Kuhn and M. Sternbeck, Retail demand and supply chain planning - An operations planning framework, in, International Journal of Retail and Distribution Management, Vol. 41, No. 7, 2013, pp. 512-530.
- Hübner, A.; Holzapfel, A.; Kuhn, H., Operations management in multi-channel retailing: an exploratory study, in: Operations Management Research, Vol. 8, Iss. 3 (2015), pp. 84-100.
- Hübner, A.; Holzapfel, A.; Kuhn, H., Distribution systems in omni-channel retailing, in: Business Research, Vol. 9, Iss. 2 (2016b), pp. 255-296.
- Hübner, A.; Kuhn, H.; Wollenburg, J., Last mile fulfilment and distribution in omni-channel grocery retailing, in: International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 44, Iss. 3 (2016c), pp. 228-247.
- Klingler, R.; Hübner, A.; und Kempcke, T, Ganzheitliches (2016): Supply Chain-Management im Lebensmittelhandel: Reifegrad, Erfolgsfaktoren, Entwicklungsansätze, Studie von EHI, BCG und KU Eichstätt-Ingolstadt
- Kuhn, H.; Sternbeck, M., Logistik im Lebensmitteleinzelhandel, Eine empirische Untersuchung zu handelsinternen Logistiknetzwerken, Forschungsbericht der KU Eichstätt-Ingolstadt, Januar 2011
- Kuhn, H.; Sternbeck, M., Integrative Retail Logistics: An Exploratory Study, in: Operations Management Research (OMR), Volume 6, Issue 1 (2013), Page 2-18.
- Kuhn, H.; Hübner, A.; Holzapfel, A., Logistik im Multi-Channel-Handel, Forschungsbericht der KU Eichstätt-Ingolstadt (2014).
- Kuhn, H.: Holzapfel, A.; Ostermeier M., Handelslogistik, in: Corsten et al. (Hrsg.), Handbuch Produktions- und Logistikmanagement in Wertschöpfungsnetzwerken, (De Gruyter Oldenbourg), 2018.

Ringvorlesung „Nachhaltigkeit in China“ (AKII)

Lecture Series "Sustainability in China"

Modulnummer | 88-021-ETH30-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor/Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | Ethik

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. André Habisch

Referent/in | Prof. Dr. André Habisch

Lernziele/Kompetenzen

- Die interdisziplinäre Ringvorlesung beschäftigt sich mit relevanten Aspekten der nachhaltigen Entwicklung und des Nachhaltigkeitsmanagements in China; verschiedene Dozenten aus China und Deutschland bringen ihre wissenschaftliche Forschung und Praxiserfahrung ein.
- Dieser Kurs vermittelt multidisziplinäre Einblicke aus den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Ökonomie, Ingenieurwesen, Unternehmertum, Umweltwissenschaften, Kulturgeographie etc.
- Die Studierenden dieses Kurses erhalten einen Überblick über den Status quo nachhaltiger Entwicklung und nachhaltigkeitsbezogener Unternehmensinnovationen in China vor dem Hintergrund des neuen chinesischen Nationalplans 2020, 2035 und 2050, der die Umsetzung der UN Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung zum Ziel hat.
- Im Rahmen dieses Kurses entwickeln die Studierenden ein besseres Verständnis für die sozialen, politischen und kulturellen Strukturen und Prozesse in der Volksrepublik China und ihre Auswirkungen nicht nur in städtischen Städten, sondern auch in ländlichen Gebieten.
- Nach Abschluss des Kurses werden die Studierenden in die Lage versetzt, chinesische Wirtschaftsentwicklungen und die Bedeutung kultureller Faktoren für das unternehmerische Handeln in China zu analysieren.

Kursinhalt

- Ziel dieses Moduls ist es, ein klares Bild der grundlegenden Konzepte einer nachhaltigen Entwicklung in China mit verschiedenen Aspekten zu vermitteln: Wirtschaft, Zivilgesellschaft und natürliche Umwelt.
- Der Kurs vermittelt den Studierenden Einblicke in die nationalen Entwicklungspläne Chinas aus politischer Perspektive.
- Informationen über Rahmenbedingungen für nachhaltiges Wirtschaften in China in kulturspezifischer Perspektive werden geliefert.
- Theorien aus verschiedenen Disziplinen und Praxiserfahrungen von Professoren und Unternehmensvertretern stärken die China-Kompetenz der Studierenden.
- Die Rolle der deutsch-chinesischen Forschungskooperationen sowie die wirtschaftlichen Aktivitäten werden hervorgehoben.

Lehrmethoden

- Diskussionen
- Vorlesung
- Gruppenarbeiten
- Wissensabfragen

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche wissenschaftliche Arbeit 8-10 Seiten

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die wissenschaftliche Arbeit zielt darauf ab, die in den Vorträgen diskutierten theoretischen Konzepte der Nachhaltigkeit mit Fragen und Herausforderungen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit in China zu verknüpfen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

24 h = Präsenzzeit Vorlesung
48 h = Vorbereitung Vorlesung
78 h = Verfassen wissenschaftliche Arbeit
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

Keine Vorkenntnisse erforderlich

Literatur

- Belz, F.K./ Peatty, K. (2012), Sustainability Marketing: A Global Perspective, Wiley.
- Crane, A. & Matten D. (2016), Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization, Oxford University Press.
- Habisch, A., & Loza Adauí, C. R. (2012). Entrepreneurial Spirit and the Role of Gratuitousness for Innovation. In D. Melé & C. Dierksmeier (Eds.), Human Development in Business (pp. 217–236). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Melé, Domenec (2009), Business Ethics in Action. Palgrave.
- Schmidpeter, R. & Schneider, A. (2012), Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Springer-Verlag.

Lecture Series “Sustainability in China” (AKII)

Ringvorlesung “Nachhaltigkeit in China”

Module Number | 88-021-ETH30-H-0507

Degree | Bachelor / Master

Semester | summer term

Course Type | lecture

Participation Limit | none

Creditable for | Ethics

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Christian Social Ethics and Social Policy

Chair Owner | Prof. Dr. André Habisch

Lecturer | Prof. Dr. André Habisch

Learning Outcomes

- The interdisciplinary lecture series deals with relevant aspects of sustainable development and sustainability management in China; different lecturers from Chinese and German introduce into their relevant academic research and practical experience.
- This course will provide multidisciplinary insights from business science, economics, engineering, entrepreneurship, environmental science, cultural geography etc.
- Students of this course will gain an overview on the status quo of sustainable development and sustainability-related business innovations in China against the background of new Chinese national plan in 2020, 2035, and 2050, which aims to implement the UN 2030 Agenda for Sustainable Development.
- Students will better understand the social, political and cultural structures and processes in the People's Republic of China and assess their impact not only in urban cities but also in rural areas.
- After completing the course, students will gain the ability to analyse Chinese economic developments and the importance of cultural factors for entrepreneurial activities in China.

Module Content

- This module aims at providing a clear picture of basic concepts of sustainable development in China with different aspects: economy, civil society, and natural environment.
- The course will provide students with insights into Chinese national development plans in a political perspective.
- It will provide information concerning frameworks of sustainable management in China in a culture-specific perspective.
- Theories from different disciplines and practical experience shared by professors and company representative will strengthen student's competence on China.
- The role of German-Chinese research cooperation as well as business activities will be highlighted.

Teaching Methods

- Lectures
- Discussions
- Group works within the lectures

Grading

Research papers 8-10 pages

100%

Assessment criteria in detail

The written paper aims to link the theoretical concepts of sustainability discussed in the lectures with real-life sustainability-related issues and challenges in China.

Average Workload

24 h = Lecture attendance

48 h = preparation of the lectures

78 h = research papers

150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- No previous knowledge required
-

Readings

- Joshua, J. (2016). China's Economic Growth: Towards Sustainable Economic Development and Social Justice: Volume I: Domestic and International Economic Policies. Springer.
- Habisch, A., & Schmidpeter R. (2016). Cultural Roots of Sustainable Management: Practical Wisdom and Corporate Social Responsibility. Springer
- State Council of the People's Republic of China (2016). China's National Plan on Implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development
- Zhu, J., & Chertow, M. R. (2017). Business strategy under institutional constraints: evidence from China's energy efficiency regulations. Ecological Economics, 135, 10-21.

Seminar zur Makroökonomik

Seminar on Macroeconomics

Modulnummer | 82-021-VWLECO23-H-0717

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | max. 15 Studierende

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | Blockkurs

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | VWL, insb. Makroökonomik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Simon Wiederhold

Referent/in | Prof. Dr. Simon Wiederhold

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende erkennen aktuelle Probleme, die in der makroökonomischen Forschung behandelt werden.
- Studierende entwickeln die Fähigkeit, moderne empirische Methoden für die Analyse aktueller Forschungsarbeiten zu makroökonomischen Themen einzusetzen.
- Sie erlangen Sicherheit in der mündlichen Diskussion von Fachthemen.
- Sie vertiefen ihre Kenntnisse über wissenschaftliches Arbeiten und wissenschaftliches Präsentieren.
- Studierende erlangen vertieftes Wissen im Themengebiet des Seminars und sind in der Lage, das erlernte Wissen auch auf andere Themengebiete zu übertragen.

Modulinhalt

- Das spezifische Themengebiet des Seminars wird jeweils auf der Homepage bekanntgegeben.
- Methodisch werden sowohl modelltheoretische als auch empirische Arbeiten besprochen.

Lehr-/Lernformen

- Seminararbeit
- Präsentation
- Diskussion

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|-----------------|-----|
| ▪ Seminararbeit | 50% |
| ▪ Präsentation | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Studierende sollen in der Seminararbeit zeigen, dass sie in der Lage sind, eine komplexe, oft ökonometrisch-technische oder modell-theoretische Argumentation zu verstehen, auf ihren Kern zu reduzieren und mit eigenen Worten so klar und präzise wie möglich wiederzugeben. Darüber hinaus sollen Sie zeigen, dass Sie die Argumentation in einen größeren Zusammenhang einordnen können (Bezug zur übrigen Literatur zu diesem Thema und zum Generalthema des Seminars) und dass Sie in der Lage sind, die zugrundeliegenden Aufsätze kritisch zu diskutieren.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

- 10 h = Präsenzzeit Einführung
- 10 h = Vor- und Nachbereitung Einführungsveranstaltungen
- 30 h = Präsenzzeit Seminar
- 100 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundkenntnisse in Mikro- und Makroökonomik
- Grundkenntnisse in empirischen Methoden

Literatur

Die Literatur ist sowohl im deutsch- als auch im englischsprachigen Seminar auf Englisch.

Seminar on Macroeconomics

Seminar zur Makroökonomik

Module Number | 82-021-VWLECO23-H-0717

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | max. 15 students

Creditable for | Elective

Contact Hours | Blocked Course

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Economics, esp. Macroeconomics

Chair Owner | Prof. Dr. Simon Wiederhold

Lecturer | Prof. Dr. Simon Wiederhold

Learning Outcomes

- Students recognize current problems in macroeconomic research.
- Students develop the ability to apply modern empirical methods for analyzing current applied research in macroeconomics.
- They can confidently discuss (macro-)economic topics.
- They deepen their skills for written work and presentations about scientific topics.
- Students obtain deeper knowledge of the topic of the seminar and obtain the ability to transfer the gained knowledge also to other topics.

Module Content

- The specific topic of the seminar will be announced on the homepage of the chair.
- We will discuss both theoretical and empirical studies.

Teaching Methods

- Term Paper
- Presentation
- Discussion

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Term Paper | 50% |
| ▪ Presentation | 50% |

Assessment criteria in detail

In their term paper, students have to show that they are able to understand a scientific paper in terms of its core messages and its methodology (empirical and/or theoretical). It is expected that they can summarize these aspects in their own words in a clear and concise manner. Moreover, students have to be able to embed the scientific paper in a broader context and to critically discuss the paper.

Average Workload

- 10 h = Time of attendance of introductory meetings
- 10 h = Preparation and postprocessing of introductory meetings
- 30 h = Time of attendance of seminar
- 100 h = Preparation of term paper and the seminar
- 150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in micro- and macroeconomics is recommended

Readings

- Readings will be announced in the introductory meetings.
- All readings are in English, independent of the language of instruction.

Service and Technology Marketing

Service and Technology Marketing

Modulnummer | 82-021-MD24-H-0221

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Vorlesung und Übung

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | Pflicht (Major Management & Marketing),
Wahlpflicht (D3B)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Dienstleistungsmanagement

Referent/en | Prof. Dr. Jens Högrevé und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende erwerben Kenntnisse darüber, welchen besonderen Herausforderungen (digitale) Dienstleistungsunternehmen gegenüberstehen und wie diese gemeistert werden können.
- Zusätzlich erwerben die Studierenden Kenntnisse über die spezifischen Dienstleistungsbesonderheiten und die Notwendigkeit der Integration externer Faktoren bei der Dienstleistungserstellung, und deren Einfluss auf das Marketing. Studierende erwerben Fähigkeiten, wie sie das Konzept der 7P's des Marketings als eine Erweiterung des traditionellen 4P-Ansatzes anwenden können und welche Besonderheiten bei der Vermarktung von Dienstleistungen zu beachten sind. Darüber hinaus wird im Rahmen des Kurses die Auswirkung technologischer Entwicklungen auf die 7 P's des Marketings diskutiert, wodurch die Studierende auf das Management von technologiebasierten Dienstleistungsunternehmen vorbereitet werden.
- Die Studierenden lernen das Potenzial neuer Technologien für Dienstleistungsunternehmen kennen und erwerben Kenntnisse über technologiebasierte Geschäftsmodelle wie „Apps“, die „Gig“-Economy, die Sharing-Economy und das Internet der Dinge.
- In diesem Kurs erwerben die Studierenden Kenntnisse über die Implementierung von Qualitätsstandards und Dienstleistungsstrategien. Die Kursteilnehmenden lernen die Rahmenbedingungen für kundenorientiertes Marketing kennen und erfahren, wie sich Kundenzufriedenheit und Kundenbindung durch (digitale) Dienstleistungsstrategien verbessern lassen.
- Die Studierenden lernen, wie man große Datenmengen als Entscheidungsgrundlage für kundenzentrierte Managementaktivitäten nutzen kann und bekommen eine Einführung in digitale und soziale Marketingkommunikationsaktivitäten.
- Neben den fachlichen Kompetenzen verbessern die Studierenden bei der Diskussion von Fallbeispielen, mit einer großen Bandbreite an Beispielen aus der New Economy wie AirBnB, Uber oder OpenTable, ihre analytischen Fähigkeiten. Die Studierenden erlernen das Analysieren und kritische Bewerten praktischer Fallbeispiele aus unterschiedlichen Dienstleistungsbranchen. Da das Modul auf Englisch stattfindet, findet eine zusätzliche Förderung der sprachlichen Fähigkeiten der Studierenden statt.

Modulinhalt

Der Inhalt der Vorlesung untergliedert sich u.a. in folgende Bereiche:

- Einführung und Relevanz von Dienstleistungen
- Technologie- & Dienstleistungsmanagement
- Akzeptanz & Vermarktung technologiebasierter Dienstleistungen
- Big Data Management und Data Analytics as a Service
- (Digital) Service Design
- Gestaltung des tangiblen (digitalen) Umfelds

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung und Übung
- Diskussionen
- Case Studies

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|--------------------|-------|
| ▪ Abschlussklausur | 100 % |
|--------------------|-------|
-

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Zur erfolgreichen Teilnahme am Kurs müssen die Studierenden eine 90-minütige Abschlussklausur auf Basis der Vorlesungs- und Übungsinhalte bestehen.
-

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung
50 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung
58 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Teilnahme an der Veranstaltung „Grundlagen des Marketingmanagements“
-

Literatur

- Wird in der ersten Veranstaltung bekannt gegeben.

Service and Technology Marketing

Service and Technology Marketing

Module Number | 82-021-MD24-H-0221

Degree | Bachelor

Semester | summer term

Course Type | Lecture and Tutorial

Participation limit | none

Creditable for | mandatory (major management & marketing),
compulsory elective (D3B)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Service Management

Lecturer | Prof. Dr. Jens Högrevé and Assistants

Learning Outcomes

- Students gain knowledge about the particular challenges that service providers face when managing (digital) service offerings.
- Students learn about the specific characteristics of services such as intangibility and the integration of an external factor. By addressing the 7 Ps of marketing, as an extension of the traditionally 4 P concept, students learn the fundamental skills on how to deal with the special characteristics of service marketing. Further, the course discusses the implications of technological progress on the 7 Ps of marketing and prepares students for the management of technology-based service businesses.
- In this course the students will gain the knowledge needed to implement quality service standards and service strategies for achieving a competitive advantage across different industries. Students will learn frameworks for customer-focused marketing, and how to increase customer satisfaction and retention through (digital) service strategies.
- Students learn about technologies' potential for service businesses and gain knowledge about technology-based business models like application services ("apps"), the "Gig" economy, the sharing economy, and the Internet of Things as a service.
- Students learn how to accelerate on big data as a source of customer information and data analytics as a service to drive business growth and get an introduction into digital and social marketing communication.
- Besides the theoretical skills, students also enhance their analytical skills during the discussion of real-life case studies with great coverage of new business model examples such as Airbnb, Uber, OpenTable and others in class. They learn how to analyze and critically question practical procedures and methods. Since the class is held in English, students will additionally enhance their English language skills.

Module Content

Among others the following topics are discussed in the course:

1. Introduction and relevance of services
2. Technology in services
3. Technology acceptance & marketing
4. Big data management and data analytics as a service
5. (Digital) service design
6. Servicescape and user experience management

Teaching Methods

- Lectures
- Discussions
- Case Studies

Grading

- Final exam 100 %

Assessment criteria in detail

- For the successful participation of the course students have to pass a final exam based on the contents from both lecture and exercise. The written exam lasts 90 minutes.

Average Workload

42 h = Time of attendance lecture and tutorial
50 h = Preparation and postprocessing lecture and tutorial
58 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Participation in the course "Principles of Marketing Management"

Readings

Will be announced in the first lecture.

Software Development: Programming

Introductory Seminar: Supply Chain Management

Modulnummer | 82-021-IFM02-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung & Übung

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Minor QM&D); Pflicht (Major SC&IM)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Wirtschaftsinformatik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Setzer

Referenten | Prof. Dr. Thomas Setzer und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Kurses erhalten Kompetenzen zur selbstständigen Planung und Bearbeitung umfassender fachlicher Aufgabenstellungen.
- Sie entwickeln ein Verständnis für übergreifende Zusammenhänge der Programmierung.
- Ziel ist es, ein grundlegendes Verständnis für objektorientierte Softwareentwicklung und deren Aufbau zu vermitteln.
- Sie werden im Rahmen der Übung angehalten, über eigene und fremd gesetzte Lern- und Arbeitsziele zu reflektieren sowie Konsequenzen für die Arbeitsprozesse im Team zu ziehen.
- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über ein integriertes Fachwissen und können umfangreiche Transferleistungen erbringen.

Kursinhalt

Die Veranstaltung bietet eine grundlegende Einführung in Methoden zur Modellierung von praxisnahen Problemen und systematischen Entwicklung von Lösungen in Form von Programmen. Folgende Themen werden behandelt:

- Programmier-Paradigmen und Objektorientierte Programmierung
- Prinzipien und Vorgehensmodelle
- Grundlagen der Java-Technologie
- Datenstrukturen und Algorithmik

Als Programmiersprache wird Java benutzt.

Lehrmethoden

- Kombinierte Vorlesung & Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur

100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Schriftliche Klausur über 90 Minuten.
- Prüfungssprache ist Englisch. Antworten können sowohl auf Englisch als auch auf Deutsch gegeben werden.

Durchschnittlicher Arbeitsaufwand (in Stunden)

20 h = Präsenzzeit Vorlesung
30 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
20 h = Präsenzzeit Übung
50 h = Vor- und Nachbereitung Übung
30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Software Development: Programming

Proseminar: Supply Chain Management

Module Number | 82-021-IFM02-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Type of Course | Lecture & Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective (Minor QM&D); Mandatory (Major SC&IM)

Contact Hours | 4 hours per week

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | BA and Business Informatics

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Setzer

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Setzer and Assistants

Learning Outcomes

- Students of the course acquire skills for autonomous planning and processing extensive professional problem sets.
- They develop an understanding for overall interrelations of different partitions, namely problem-modelling and systematic development.
- The course gives a basic introduction to object orientated software development.
- The students have to consider the external and internal given tasks as well as to anticipate the implications for the workflow/work process in their team.
- By passing the course they will possess profound knowledge and will be able to succeed in different task assignments.

Module Content

The course gives a fundamental introduction of methods for problem-modelling and to the systematic development of solutions with the help of programs. The following topics are treated:

- Programming Paradigms and Object-oriented programming
- Principles and procedure models
- Fundamentals of the Java technology
- Data structures and Algorithmics

The course will be taught with Java.

Teaching Methods

- Writing a scientific paper
- Presenting a paper
- Team work
- Working with scientific literature and academic libraries

Grading

- | | |
|------------------------------------|-----|
| ▪ Scientific paper | 50% |
| ▪ Project management and team work | 10% |
| ▪ Presentations | 30% |
| ▪ Active participation | 10% |

Assessment criteria in detail

- Because of the competencies to be achieved a combination of the assessment formats “scientific paper”, “project management and team work”, “presentation” and “active participation” is necessary.
- The paper has to comply with the formal requirements of the faculty, it should not exceed 20 pages.
- Each group will hold a 30 minutes presentation, of which the last 10 minutes should be left for a discussion with the other course participants. The presentations are held in groups of three topics per session and there is a comprehensive discussion in the sequel of the team presentations.
- The proceed of researching and writing the paper, as well as the collaboration in the teams of 2 and 6 respectively will be considered in the final grade.

Average Workload

15 h = Time of attendance lecture
2 h = Introduction to scientific research
133 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Günther, H.-O. und H. Tempelmeier, Produktion und Logistik, 9. Aufl., Berlin (Springer) 2012.

Modulnummer | 82-021-AC16-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Wirtschafts- und Unternehmensethik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Jörg Althammer

Referent/in | Prof. Dr. Jörg Althammer

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Ziele und die institutionelle Struktur staatlicher Sozialpolitik in Deutschland und Europa
- Ihnen werden die Fähigkeiten vermittelt, die Wirkungen sozialpolitischer Maßnahmen auf der Grundlage der ökonomischen Theorie zu analysieren.

Modulinhalt

- Geschichte der Sozialpolitik in Deutschland
- Entstehungs- und Entwicklungsbedingungen staatlicher Sozialpolitik
- Ziele, Prinzipien und Träger staatlicher Sozialpolitik
- Das System der Sozialversicherung
- Armut und soziale Grundsicherung
- Familienpolitik
- Bilanz und Perspektive

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)	100%
----------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters (90 min)

Arbeitsaufwand (in Stunden)

60 h = Präsenzzeit Vorlesung
40 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
50 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundlegende Kenntnisse der mikro- und makroökonomischen Theorie

Literatur

- Althammer, J./Lampert H. (2014): Lehrbuch der Sozialpolitik. 9. Aufl., Berlin [u.a.].
- Barr, N. (2004): The Economics of the Welfare State. 4. Aufl., Oxford.
- Ribhegge, H. (2004): Sozialpolitik. München
- Zweifel, Peter/Breyer, Friedrich/Kifmann, Mathias (2009): Health Economics, 2nd edition, Berlin

Social Policy

Sozialpolitik

Module Number | 82-021-AC16-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Sommer

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Economic and Business ethics

Chair Owner | Prof. Dr. Jörg Althammer

Lecturer | Prof. Dr. Jörg Althammer

Learning Outcomes

- Students get an overview of the goals and the institutional structure of social policy in German and Europe
- They are enabled to analyse the impact of social political measures on allocation and distribution

Module Content

- The history of the German welfare state
- A theory of the Welfare State
- The institutional structure of the German welfare state
- The social security system
- Poverty and the benefit system
- Family policy
- Future problems

Teaching Methods

- Lecture

Grading

Written exam (90 Minutes)

100%

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester (90 min)

Average Workload

60 h = Time of attendance lecture
40 h = Preparation and postprocessing lecture
50 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge of micro- and macro economic theory

Readings

- Althammer, J./Lampert, H. (2014): Lehrbuch der Sozialpolitik. 9. Aufl., Berlin [u.a.].
- Barr, N. (2004): The Economics of the Welfare State. 4. Aufl., Oxford.
- Ribhegge, H. (2004): Sozialpolitik. München.
- Zweifel, Peter/Breyer, Friedrich/Kifmann, Mathias (2009): Health Economics, 2nd edition, Berlin.

Strategischer Einkauf in globalen Märkten

Strategic Sourcing in Global Markets

Modulnummer | 82-021-SCM25-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 30

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Supply Chain Management und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Dipl.-Kfm. Gunther Werner

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden erhalten einen praxisorientierten Überblick über Vorgehensweisen und Techniken im strategischen Einkauf
- Die Studierenden erhalten die Fähigkeit die Auswirkungen der Globalisierung auf Einkaufsstrategien zu verstehen
- Die Studierenden lernen die aktuellen Trends im strategischen Einkauf diskursiv kennen und erhalten die Fähigkeit diese kritisch zu reflektieren.
- Die Studierenden üben sich in der Fähigkeit zum autonomen, akademischen Selbststudium und der Arbeit im Team.

Modulinhalt

- Grundlagen
- Was ist strategischer Einkauf
- Welche Rolle spielt der strategische Einkauf für den Erfolg eines Unternehmens
- Vorgehensweisen und Techniken des strategischen Einkaufs (7-Schritte Prozess)
- Auswirkungen der Globalisierung auf den strategischen Einkauf
- Aktuelle Trends im strategischen Einkauf
- Einführung in die Fallstudie

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Durchführung von Gruppenarbeiten
- Fallstudienübungen mit Ergebnispräsentationen (in Arbeitsgruppen)

Prüfungsmodalitäten

Bewertet werden fachliche Methodenkompetenz, Stil und Struktur der Präsentation und Mitarbeit mit der folgenden Gewichtung:

- | | |
|--|-----|
| ▪ Im Rahmen der beiden Fallstudien demonstrierte fachliche Methodenkompetenz | 70% |
| ▪ Stil und Struktur der Ergebnispräsentationen | 30% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination zweier Fallstudien mit einem Vortrag in der Veranstaltung erforderlich.
- Für die Ergebnispräsentationen ist eine reine Vortragszeit von 20 Minuten + 10 Minuten Diskussion vorgesehen. Die Diskussion mit den anderen Kursteilnehmern kann während der Präsentation oder im Anschluss daran erfolgen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

32 h = Präsenzzeit Vorlesung
32 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
86 h = Fallstudienbearbeitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

Verpflichtende Voraussetzung für die Teilnahme am Modul: Erfolgreicher Abschluss des Moduls Logistik: Bestands- und Transportmanagement und / oder Produktionsmanagement; für Austauschstudenten sowie Studenten des Doppel BA Studiums gilt diese Regelung nicht. Eventuelle freie Plätze nach dem Anmeldezeitraum können auch an Studenten vergeben werden, die diese Anforderungen nicht erfüllen und sich auf einer Warteliste eingeschrieben haben. Diese Voraussetzungen werden im Anschluss an die Anmeldungen überprüft; daher gelten die Anmeldungen zunächst unter Vorbehalt

Literatur

- Joseph L. Cavinato & Ralph G. Kauffman, The Purchasing Handbook. A Guide for the Purchasing and Supply Professional, 6th edition, McGraw-Hill Education 1999
- Victor H. Pooler, David J. Pooler & Samuel D. Farney, Global Purchasing and Supply Management, 2nd edition, Kluwer Academic Publishers 2004
- Ruth Melzer-Ridinger, Materialwirtschaft und Einkauf, Band 1: Beschaffung und Supply Chain Management, 4. Auflage, Oldenbourg 2004.

Strategic Sourcing in Global Markets

Strategischer Einkauf in globalen Märkten

Module Number | 82-021-SCM25-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 30

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL, Supply Chain Management and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Dipl.-Kfm. Gunther Werner

Learning Outcomes

- The students will obtain an overview of strategic sourcing methodology and its practical application
- The students will understand the implications of globalization on sourcing strategies
- The students will be able to discuss and critically reflect new developments in strategic sourcing
- The students will exercise the competence for autonomous academic self study and teamwork

Module Content

- Strategic Sourcing Framework
- What is strategic sourcing?
- Role of strategic sourcing for the success of a company
- Strategic Sourcing Methodology (7-step sourcing process)
- Implications of Globalization on Strategic Sourcing
- New developments in Strategic Sourcing
- Introduction to case study exercise

Teaching Methods

- Lecture
- Group work
- Case study exercises with presentation of results

Grading

The grading considers the ability to apply the methods presented in this module, style and structure of the presentation and active participation during the course, weighted as follows:

- | | |
|---|-----|
| ▪ Ability to apply the presented sourcing methods to the case studies | 70% |
| ▪ Style and structure of the presentations | 30% |

Assessment criteria in detail

For competency reasons the combination of case study work, presentation.

Each group will hold presentations and must be prepared for a discussion with the other course participants. The discussion with the other course participants can take place either during the presentation or afterwards (20 minutes presentation + 10 minutes discussion with other course participants).

Average Workload

32 h = Time of attendance lecture
32 h = Preparation and postprocessing lecture
86 h = Case study work
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

Successful participation in Logistics: Inventory and Transportation Management and / or Production Management; these restrictions are not valid for incoming students as well as for students of the Double BA Studies If places are

available after the registration period these places can be given to students not fulfilling the prerequisites but registered on the waiting list.

Readings

- Joseph L. Cavinato & Ralph G. Kauffman, The Purchasing Handbook. A Guide for the Purchasing and Supply Professional, 6th edition, McGraw-Hill Education 1999
- Victor H. Pooler, David J. Pooler & Samuel D. Farney, Global Purchasing and Supply Management, 2nd edition, Kluwer Academic Publishers 2004
- Ruth Melzer-Ridinger, Materialwirtschaft und Einkauf, Band 1: Beschaffung und Supply Chain Management, 4. Auflage, Oldenbourg 2004.

Sustainability @ leading companies

Sustainability @ leading companies

Modulnummer | 82-021-AC13-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Workshop

Teilnehmerbeschränkung | 30

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Götsche

Referent/in | Carolin Baier

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende lernen die Konzepte der CSR, Nachhaltigkeit und Internationaler Standards und Richtlinien der Nachhaltigkeitsberichterstattung kennen
- Studierende entwickeln ein Verständnis für übergreifende Zusammenhänge zwischen unternehmerischer Leistung, Nachhaltigkeitsmanagement und Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Studierende analysieren die Rolle von Unternehmenskommunikation und –berichterstattung in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen für unterschiedliche Share- und Stakeholder-Gruppen
- Studierende entwickeln ein kritisches Verständnis für Nachhaltigkeitsberichterstattung und sind in der Lage unternehmerische Aktivitäten vor dem Hintergrund ihrer Berichterstattung zu hinterfragen.

Modulinhalt

Das Modul vermittelt ein grundlegendes betriebswirtschaftliches Verständnis in Bezug auf CSR in der unternehmerischen Praxis. Dabei wird insbesondere auf die CSR-Berichterstattung eingegangen.

Teil I Grundlagen Nachhaltigkeit

Teil II Die Rolle des Unternehmens in der Gesellschaft

Teil III Wirtschaft und Nachhaltigkeit

Teil IV Nachhaltigkeit und Reporting

- Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Rechtlicher Hintergrund
- Grundlagen & Allgemeine Offenlegung
- Management Approach & Wesentlichkeitsanalyse
- Offenlegungs- & Berichtsformat
- Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitsberichten

Lehr-/Lernformen

- Vortrag und Arbeitsgruppen

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|------------------|------|
| ▪ Paper | 60 % |
| ▪ Präsentation 1 | 20 % |
| ▪ Präsentation 2 | 20 % |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Schriftliche Arbeit und Präsentationen

Arbeitsaufwand (in Stunden)

20 h = Präsenzzeit Vorlesung
50 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
70 h = Paper
10 h = Workshops
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Literatur

- Wird im Kurs bekannt gegeben.

Sustainability @ leading companies

Sustainability @ leading companies

Module Number | 82-021-AC13-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Workshops

Participation Limit | 30

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Business Administration, Auditing and Management Accounting

Chair Owner | Prof. Dr. Max Götttsche

Lecturer | Carolin Baier

Learning Outcomes

- Students understand the basic concepts of corporate social responsibility, sustainability, and international standards and guidelines of sustainability reporting.
- Students gain an understanding of the overriding relationships between corporate performance, sustainability management and sustainability reporting.
- Students analyse the role of communicating and reporting sustainability-related topics to different shareholder and stakeholder groups of a company.
- Students develop a critical approach to analysing corporate sustainability reports and questioning corporate action against the background of their reporting.

Module Content

The module provides basic economic knowledge on managerial decisions regarding CSR in management decisions with a focus on CSR-reporting.

Part I Basics of sustainability

Part II The role of business in society

Part III Business and Sustainability

Part IV Sustainability and Reporting

- Basics of sustainability reporting
- Legal background
- Foundation & General Disclosures
- Management Approach & Materiality Assessment
- Disclosure & Reporting Format
- Credibility of Sustainability Reports

Teaching Methods

- Lecture and workgroups

Grading

- | | |
|------------------|-----|
| ▪ Paper | 60% |
| ▪ Presentation 1 | 20% |
| ▪ Presentation 2 | 20% |

Assessment criteria in detail

- Written paper and presentation of the results

Average Workload

20 h = Time of attendance lecture
50 h = Preparation and postprocessing lecture
70 h = Paper
10 h = Workshops
150 h = Total workload

Readings

- To be announced in class

Theorie und Praxis der Unternehmensbewertung

Theory and Practise of Business Valuation

Modulnummer | 82-021-FBK13-S-VL-0507.20161.001

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Finanzierung und Banken

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Referent/in | Dr. Stefan Gros

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Moduls erlernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit grundlegenden Begriffen der Betriebswirtschaftslehre aus den Bereichen Finanzierung und Bewertung.
- Sie entwickeln ein Verständnis für die übergreifenden Zusammenhänge der Unternehmensbewertung und der Zusammenhänge zwischen Finanzierung und Strategie.
- Studenten werden in die Lage versetzt Unternehmensbewertung als Leitlinie betriebswirtschaftlicher Entscheidungen zu verstehen und anzuwenden. Die Gesamtzusammenhänge der Teildisziplinen der BWL werden transparent gemacht.
- Sie erlernen die Entwicklung von Portfolio-Strategien, Verständnis für Unternehmensperformance, Analyse von Mergers & Acquisitions, Ansätze zur Verbesserung von Unternehmensperformance, die Gestaltung von Kapitalstrukturen zur Unterstützung der Unternehmensstrategie
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden zudem über notwendige Grundlagen des Certified Financial Analyst (CFA) - einer wichtigen, praxisrelevanten Zusatzqualifikation.

Modulinhalt

- 1. Foundations of Value**
 - 1.1. Why Maximizing Value?
 - 1.2. Fundamental Principles of Valuation and Value Creation
- 2. Core Valuation Techniques**
 - 2.1. Frameworks for Valuation
 - 2.2. Analyzing Historical Performance
 - 2.3. Forecasting Performance
 - 2.4. Estimating Continuing Value and Cost of Capital
 - 2.5. Using Multiples for Valuation
- 3. Making Value Happen**
 - 3.1. Performance Measure- and Management
 - 3.2. Creating Value through Mergers and Acquisitions
 - 3.3. Capital Structure
- 4. Advanced Valuation Issues**
 - 4.1. Valuation of High Growth Companies
 - 4.2 Valuation of Cyclical Companies

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung mit integrierter Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Sprache der Klausur ist Englisch.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

60 h = Präsenzzeit Vorlesung

30 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
60 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
 - Grundlagen der Investitionsrechnung
-

Literatur

- Koller/Goedhart/Wessels: Valuation, Measuring and Managing the Value of Companies, 6th University Edition 2015.
- Koller/Goedhart/Wessels: Workbook, Valuation, Measuring and Managing the Value of Companies, 6th University Edition 2015.
- Koller/Dobbs/Huyett: The four cornerstones of Corporate Finance, McKinsey 2011.
- Penman, Stephen: Financial Statement Analysis and Security Valuation, 5th Edition Columbia Univ. 2013.
- Palepu/Healy: Business Analysis and Valuation Using financial Statements, 5th Edition 2013.
- Prexl et al, Financial Modeling, Stuttgart 2010.
- Stevens/Brauer: Corporate Strategy & Governance, Stuttgart 2009.

Theory and Practise of Business Valuation

Theorie und Praxis der Unternehmensbewertung

Module Number | 82-021-FBK13-S-VL-0507.20161.001

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Finance and Banking

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Möhlmann

Lecturer | Dr. Stefan Gros

Learning Outcomes

- Students will learn to use basic valuation and finance terminology in an adequate and critical manner.
- They will develop an understanding of the connections within a business valuation and find out the relation between finance and strategy.
- Students will be able to understand business valuation as a guideline of business decisions and to conduct valuations. The comprehensive connections between the different sub-categories of business science will be made transparent.
- They will learn how to develop and apply portfolio strategies and get an understanding of corporate performance. Furthermore they learn the analysis of Mergers & Acquisitions, approaches for improving the business performance and the design of capital structures as a means to support the corporate strategy.
- After finishing the module students will possess necessary basics for the Certified Financial Analyst (CFA), an additional qualification which is very important and relevant in the professional life.

Module Content

1. **Foundations of Value**
 - 1.1. Why Maximizing Value?
 - 1.2. Fundamental Principles of Valuation and Value Creation
2. **Core Valuation Techniques**
 - 2.1. Frameworks for Valuation
 - 2.2. Analyzing Historical Performance
 - 2.3. Forecasting Performance
 - 2.4. Estimating Continuing Value and Cost of Capital
 - 2.5. Using Multiples for Valuation
3. **Making Value Happen**
 - 3.1. Performance Measure- and Management
 - 3.2. Creating Value through Mergers and Acquisitions
 - 3.3. Capital Structure
4. **Advanced Valuation Issues**
 - 4.1. Valuation of High Growth Companies
 - 4.2. Valuation of Cyclical Companies

Teaching Methods

- Lecture with integrated exercises.

Grading

Written exam (english)	100%
------------------------	------

Average Workload

60 h = Time of attendance lecture
30 h = Preparation and postprocessing lecture
60 h = Exam preparation
150 h = Total Workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- General Business Administration
- Fundaments of Investment Appraisal Methods

Readings

- Koller/Goedhart/Wessels: Valuation, Measuring and Managing the Value of Companies, 6th University Edition 2015.
- Koller/Goedhart/Wessels: Workbook, Valuation, Measuring and Managing the Value of Companies, 6th University Edition 2015.
- Koller/Dobbs/Huyett: The four cornerstones of Corporate Finance, McKinsey 2011.
- Penman, Stephen: Financial Statement Analysis and Security Valuation, 5th Edition Columbia Univ. 2013.
- Palepu/Healy: Business Analysis and Valuation Using financial Statements, 5th Edition 2013.
- Prexl et al, Financial Modeling, Stuttgart 2010.
- Stevens/Brauer: Corporate Strategy & Governance, Stuttgart 2009.

The Science of Happiness: A Multi-Disciplinary and Multi-Cultural Approach to Happiness and Well-being

Modulnummer | 82-021-WM07-H-0121

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Vorlesung/Tutorium (nur virtuelles Format)

Teilnehmerbeschränkungen | Keine

Anrechenbar für | Studium Pro Kurs oder Wahl

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Innovation and Creativity

Referent/en | Prof. Dr. Shashi Matta, und internationale Gastprofessoren aus China, Dänemark, Indien, Singapur und den USA

Lernziele/Kompetenzen

Dieser Kurs über die Wissenschaft des Glücks richtet sich an Bachelor-Studenten, die einen multidisziplinären (Psychologie, Wirtschaft, Soziologie) und einen multikulturellen (Philosophie, Theologie) Ansatz für Glück und Wohlbefinden kennenlernen möchten.

Die Hauptziele des Kurses sind:

- Lernen Sie Theorien über Glück und Wohlbefinden durch aktuelle Forschung und Wissenschaft aus verschiedenen Bereichen.
- Identifizieren Sie Faktoren, die das Glück und das Wohlbefinden in verschiedenen Umgebungen beeinflussen (berufliches / berufliches Leben, persönliches und soziales Leben, Konsumbereich).
- Verstehe die verschiedenen Dimensionen von Glück und subjektivem Wohlbefinden und wie sie zusammenhängen.
- Lernen Sie Theorien und Rahmenbedingungen zu Glück und Wohlbefinden aus verschiedenen Kulturen (Grundlagen aus Philosophie und Theologie zwischen den Kulturen).
- Fördern Sie kritisches Denken, emotionale Intelligenz und Kreativität als Fähigkeiten, die für persönliches und berufliches Glück und Wohlbefinden erforderlich sind.

Die Studierenden werden mehreren internationalen Gastprofessoren aus verschiedenen Bereichen ausgesetzt sein, die Themen im Zusammenhang mit Glück und Wohlbefinden erforschen / lehren. Der Kurs richtet sich an Studierende aus verschiedenen Programmen und beinhaltet und fördert daher die intellektuelle und funktionale Vielfalt. Die Schüler erwerben Soft Skills wie Teamwork und Kommunikation. Da die Vorlesungen und Tutorials auf Englisch gehalten werden, haben die Schüler die Möglichkeit, ihre Sprachkenntnisse in einem professionellen Umfeld zu verbessern.

Modulinhalt

Teil I: Einführung zu Glück und subjektives Wohlbefinden

- Das Konstrukt des Glücks: Definitionen aus mehreren Disziplinen
- Komponenten, die subjektives Wohlbefinden umfassen

Teil II: Glück und Wohlbefinden: Perspektiven aus der Psychologie

- Forschung über Glück und Wohlbefinden aus der Sicht der Kognitions- und Sozialpsychologie
- Glück und die Psychologie von Achtsamkeit, Dankbarkeit, Prosozialität und Zielen

Teil III: Fröhlichkeit und Wohlbefinden: Perspektiven aus Wirtschaft und Soziologie

- Was beeinflusst (und motiviert) das Glück als Arbeitnehmer und als Verbraucher?
- Die Beziehung zwischen Glück und Einkommen / Reichtum

Teil IV: Kulturelle Annäherungen an das Glück: Perspektiven aus Philosophie und Theologie

- Eine historische Perspektive über das Streben nach Glück weltweit
- Übereinstimmende und abweichende Ansichten über Glück und Wohlergehen im Ost und West

Teil V: Messen von Glück

- Mehrere Ansätze zur Messung des Glücks

- UPenn Verzeichnis des authentischen Glücks, Messung des subjektiven Wohlbefindens, Index des Bruttonationalglücks

Teil VI: Gelebtes Glück

- Gestaltung von Interventionen für Glück und Wohlbefinden im persönlichen und beruflichen Umfeld
- Kultivierung von kritischem Denken, emotionale Intelligenz und Kreativität zum Glücklich sein

Lehr- und Lernformen

- Vorlesung (virtuell, via Zoom)
- Tutorium (virtuell, via Zoom)

Prüfungsmodalitäten

Portfolio	100%
-----------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Schüler müssen ein E-Portfolio einreichen, das Reflections and Habit Journal mit 10 Einträgen in einem vorgefertigten E-Formular von jeweils 1 Seite enthält.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Anwesenheit: Vorlesungen
 28 h = Anwesenheit: Tutorien
 28 h = Vor- und Nachbereitung der Vorlesungen
 28 h = Vor- und Nachbereitung der Tutorien
 38 h = Vorbereitung des Portfolios
 150 h = Arbeitspensum insgesamt

Empfohlene Vorkenntnisse und Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

- Die Teilnehmer müssen mindestens 3 Semester Bachelor-Studium absolviert haben.

Literatur

Spezifische Leseaufträge (aus ausgewählten Buchkapiteln und Artikeln aus hochrangigen Zeitschriften) zur Vorbereitung auf die einzelnen Kurse werden vor Kursbeginn im Lehrplan bekannt gegeben. Im Folgenden finden Sie eine Liste ausgewählter Leseaufträge für diesen Kurs.

Ausgewählte Kapitel aus folgenden Büchern:

Lyubomirsky, S. (2007). *The How of Happiness: A Scientific Approach to Getting the Life you Want*. Penguin Press.

Raghunathan, R. (2016). *If You're So Smart, Why Aren't You Happy?* Portfolio Press.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. (2009). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New York: Penguin Books.

Zeitschriftenartikel (alphabetisch nach Autoren geordnet):

Bhattacharjee, A. & Cassie Mogilner, C. (2014). Happiness from Ordinary and Extraordinary Experiences. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 1-17.

Boyce, Christopher J., Brown, Gordon D. A., & Moore, Simon C. (2010). Money and Happiness: Rank of Income, Not Income, Affects Life Satisfaction. *Psychological Science*, 21(4), 471-474.

Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The Benefits of Being Present: Mindfulness and its Role in Psychological Well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 822-848.

Chancellor, J., Margolis, S. M., Jacobs Bao, K., & Lyubomirsky, S. (2018). Everyday Prosociality in the Workplace: The Benefits of Giving, Getting, and Glimpsing. *Emotion*, 18, 507-517.

Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending Money on Others Promotes Happiness. *Science*, 319, 1687-1688.

Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2003). Counting Blessings versus Burdens: An Experimental Investigation of Gratitude and Subjective Well-being in Daily Life. *Journal of Personality & Social Psychology*, 88, 377-389

Helliwell, J. F., & Aknin, L. B. (2018). Expanding the Social Science of Happiness. *Nature Human Behavior*, 2, 248-252.

- Huppert, F. (2010). Happiness Breeds Prosperity. *Nature*, 464, 1275-1276.
- Kosaka, K. (2007). A Sociology for Happiness: Beyond Western versus Non-Western Perspectives. *Sociological Bulletin*, 56(3), 369-382.
- Lyubomirsky, S. (2011). Psychology: Holding on to Happiness. *Nature*, 471, 302-303.
- McMahon, D. M. (2008). The Pursuit of Happiness in History. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The Science of Subjective Well-being* (pp. 80-93). New York: Guilford Press.
- Mogilner, C. (2010). The Pursuit of Happiness: Time, Money and Social Connection. *Psychological Science*, 21(9), 1348-1354.
- Myers, D. G. (2000). The Funds, Fiends, and Faith of Happy People. *American Psychologist*, 55, 56-67.
- Oishi, S., Kesebir, S., & Diener, E. (2011). Income Inequality and Happiness. *Psychological Science*, 22(9), 1095-1100.
- Reichardt, T. (2006). A Measure of Happiness. *Nature*, 444, 418-419.
- Rothbard, N. P., & Wilk, S. L. (2011). "Waking up on the Right or Wrong Side of the Bed: Start-of-Workday Mood, Work Events, Employee Affect, and Performance," *Academy of Management Journal*, 54(5), 959-980.
- Stone, A. A. (2006). Would you be happier if you were richer? A Focusing Illusion. *Science*, 312, 1908-1910.
- Tamir, M., Schwartz, S. H., Oishi, S., & Kim, M. Y. (2017). The Secret of Happiness: Feeling Good or Feeling Right? *Journal of Experimental Psychology: General*, 146 (10), 1448-1459.
- Urry, H. L., Nitschke, J. B., Dolski, I., Jackson, D. C., Dalton, K. M., Mueller, C. J. et al. (2004). Making a Life Worth Living: Neural Correlates of Well-being. *Psychological Science*, 15, 367-372.
- Whillans, A. V., Dunn, E. W., Smeets, P., Bekkers, R., & Norton, M. I. (2017). Buying Time Promotes Happiness. *Proceedings from the National Academy of Sciences*, 114. 8523-8527.

The Science of Happiness: A Multi-Disciplinary and Multi-Cultural Approach to Happiness and Well-being

Module Number | 82-021-WM07-H-0121

Degree | Bachelor

Semester | Summer Semester

Course Type | Lecture/Tutorial (Virtual Only Format)

Creditable for | Studium Pro Course or an Elective

Participation Limit | None

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Innovation and Creativity

Lecturer | Prof. Dr. Shashi Matta, and International Guest Professors from China, Denmark, India, Singapore and USA

Learning Outcomes

This course on The Science of Happiness is designed for Bachelor students who want exposure into a multi-disciplinary (Psychology, Business, Sociology) and a multi-cultural (Philosophy, Theology) approach to happiness and well-being.

The main objectives of this course are to:

- Learn theories on happiness and well-being, through recent research and scholarship from multiple fields.
- Identify factors that influence happiness and well-being in diverse settings (professional / work life, personal and social life, the domain of consumption).
- Understand the different dimensions of happiness and subjective well-being and how they are related.
- Learn theories and frameworks on happiness and well-being from multiple cultures (underpinnings from philosophy and theology across cultures).
- Promote critical thinking, emotional intelligence, and creativity as skills required for personal and professional happiness and well-being.

Students will be exposed to multiple, international guest professors from different fields who research / teach topics related to happiness and well-being. The course is designed for students from different programs and hence will include and promote intellectual and functional diversity. Students will gain soft skills such as teamwork and communication. As lectures and tutorials are held in English, students will have the opportunity to enhance their language skills in a professional setting.

Module Content

Part I: Introduction to Happiness and Subjective Well-being

- The Construct of Happiness: Definitions from Multiple Disciplines
- Components that Comprise Subjective Well-being

Part II: Happiness and Well-Being: Perspectives from Psychology

- Research on Happiness and Well-being from Cognitive and Social Psychology
- Happiness and the Psychology of Mindfulness, Gratitude, Prosociality, and Goals

Part III: Happiness and Well-Being: Perspectives from Business and Sociology

- What affects (and motivates) Happiness as Employees and as Consumers?
- The Relationship between Happiness and Income / Wealth

Part IV: Cultural Approaches to Happiness: Perspectives from Philosophy and Theology

- A Historical Perspective of Pursuing Happiness from Across the World
- Convergent and Divergent views on Happiness and Well-being from the East and the West

Part V: Measuring Happiness

- Multiple Approaches to Measuring Happiness
- UPenn Authentic Happiness Inventory, Subjective Well-Being Measurement, Gross National Happiness Index

Part VI: Living Happiness

- Designing Interventions for Happiness and Well-Being in Personal and Professional Settings
- Cultivating Critical Thinking, Emotional Intelligence and Creativity for Happiness

Teaching methods / course type

- Lecture (Virtual, via Zoom)
- Tutorial (Virtual, via Zoom)

Types of examination and grading

Portfolio

100%

Assessment criteria in detail

Students are required to submit an E-portfolio, which includes Reflections and Habit Journal with 10 Entries in a pre-designed E-Form of 1 Page each.

Workload

28 h = Time of attendance: Lectures
28 h = Time of attendance: Tutorials
28 h = Self-study pre-and-post Lectures
28 h = Self-study pre-and-post Tutorials
38 h = Portfolio preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites in accordance with examination regulation

- Participants must have completed a minimum of 3 semesters of bachelor studies.

Readings

Specific reading assignments (from select book chapters and articles from top-ranked journals), in preparation for each class, will be announced in the course syllabus prior to the start of the course. The following is a list of selected readings for this course.

Select Chapters from the Following Books:

Lyubomirsky, S. (2007). *The How of Happiness: A Scientific Approach to Getting the Life you Want*. Penguin Press.

Ragunathan, R. (2016). *If You're So Smart, Why Aren't You Happy?* Portfolio Press.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. (2009). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New York: Penguin Books.

Journal Articles (alphabetically ordered by authors):

Bhattacharjee, A. & Cassie Mogilner, C. (2014). Happiness from Ordinary and Extraordinary Experiences. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 1-17.

Boyce, Christopher J., Brown, Gordon D. A., & Moore, Simon C. (2010). Money and Happiness: Rank of Income, Not Income, Affects Life Satisfaction. *Psychological Science*, 21(4), 471-474.

Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The Benefits of Being Present: Mindfulness and its Role in Psychological Well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 822-848.

Chancellor, J., Margolis, S. M., Jacobs Bao, K., & Lyubomirsky, S. (2018). Everyday Prosociality in the Workplace: The Benefits of Giving, Getting, and Glimpsing. *Emotion*, 18, 507-517.

Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending Money on Others Promotes Happiness. *Science*, 319, 1687-1688.

Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2003). Counting Blessings versus Burdens: An Experimental Investigation of Gratitude and Subjective Well-being in Daily Life. *Journal of Personality & Social Psychology*, 88, 377-389

Helliwell, J. F., & Aknin, L. B. (2018). Expanding the Social Science of Happiness. *Nature Human Behavior*, 2, 248-252.

Huppert, F. (2010). Happiness Breeds Prosperity. *Nature*, 464, 1275-1276.

Kosaka, K. (2007). A Sociology for Happiness: Beyond Western versus Non-Western Perspectives. *Sociological Bulletin*, 56(3), 369-382.

- Lyubomirsky, S. (2011). Psychology: Holding on to Happiness. *Nature*, 471, 302-303.
- McMahon, D. M. (2008). The pursuit of happiness in history. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The Science of Subjective Well-being* (pp. 80-93). New York: Guilford Press.
- Mogilner, C. (2010). The Pursuit of Happiness: Time, Money and Social Connection. *Psychological Science*, 21(9), 1348-1354
- Myers, D. G. (2000). The Funds, Fiends, and Faith of Happy People. *American Psychologist*, 55, 56-67.
- Oishi, S., Kesebir, S., & Diener, E. (2011). Income Inequality and Happiness. *Psychological Science*, 22(9), 1095-1100.
- Reichardt, T. (2006). A Measure of Happiness. *Nature*, 444, 418-419.
- Rothbard, N. P., & Wilk, S. L. (2011). "Waking up on the Right or Wrong Side of the Bed: Start-of-Workday Mood, Work Events, Employee Affect, and Performance," *Academy of Management Journal*, 54(5), 959-980.
- Stone, A. A. (2006). Would you be Happier if you were Richer? A focusing illusion. *Science*, 312, 1908-1910.
- Tamir, M., Schwartz, S. H., Oishi, S., & Kim, M. Y. (2017). The Secret of Happiness: Feeling Good or Feeling Right? *Journal of Experimental Psychology: General*, 146 (10), 1448-1459.
- Urry, H. L., Nitschke, J. B., Dolski, I., Jackson, D. C., Dalton, K. M., Mueller, C. J. et al. (2004). Making a Life worth Living: Neural Correlates of Well-being. *Psychological Science*, 15, 367-372.
- Whillans, A. V., Dunn, E. W., Smeets, P., Bekkers, R., & Norton, M. I. (2017). Buying Time Promotes Happiness. *Proceedings from the National Academy of Sciences*, 114. 8523-8527.

Unternehmensethik

Business Ethics

Modulnummer | 82-021-WE01-H-0119

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Minor „Wirtschaftsethik“) / Major „Wirtschaft und Psychologie“

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Unternehmensethik, insb. Corporate Governance

Referent/en | Prof. Dr. Kai Sandner

Lernziele/Kompetenzen

- Verständnis der ethischen Dimension in der Betriebswirtschaftslehre
- Kenntnis von Grundlagen der Wissenschaftstheorie
- Kritische Reflektion und Auseinandersetzung mit Normen und Werten in betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und Inhalten
- Überblick über verbreitete Ansätze der Unternehmensethik
- Verständnis der analytischen Unternehmensethik
- Fähigkeit zur Anwendung der analytischen Unternehmensethik auf ausgewählte Funktionen und Bereiche in Unternehmen

Modulinhalt

- Unternehmensethik in Betriebswirtschaftslehre und strategischem Management
 - Relevanz der Unternehmensethik
 - Grundlagen unternehmensethischer Analyse
 - Die Wissenschaftlichkeit unternehmensethischer Fragestellungen
 - Ethik als Teil von Betriebswirtschaftslehre und strategischem Management
- Grundlagen der Unternehmensethik
 - Empirische Erkenntnisse zur Verankerung von Normen und Werthaltungen
 - Philosophische Konzepte zur Begründung von Normen und Werten
- Überblick über wichtige unternehmensethische Ansätze
 - Deskriptive Unternehmensethik
 - Ökonomistische Unternehmensethik
 - Ökonomische Unternehmensethik
 - Prozessorientierte Unternehmensethik
 - Analytische Unternehmensethik
- Ausgewählte Anwendungsfelder der analytischen Unternehmensethik
 - Ethische Analyse der Corporate Governance
 - Ethische Analyse von Personalführung und Organisation

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Kontrollfragen und Diskussionen

Prüfungsmodalitäten

- Klausur (100%)

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Bewertung einer Klausur

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
42 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
87 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine Vorkenntnisse

Literatur

Literatur wird ggf. in der Vorlesung bekannt gegeben. Basisliteratur:

- Homann, Karl/Blome-Drees, Franz: Wirtschafts- und Unternehmensethik, 1992. Vandenhoeck & Ruprecht.
- Küpper, Hans-Ulrich: Unternehmensethik. Hintergründe, Konzepte, Anwendungsbereiche, 2011. Schäffer-Poeschel, 2. Auflage.
- Ulrich, Peter: Integrative Wirtschaftsethik: Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 2016. Haupt, 5. Auflage.

Business Ethics

Unternehmensethik

Module Number | 82-021-WE01-H-0119

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective (minor “Business Ethics”) / major “Business and Psychology”

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Business Ethics and Corporate Governance

Lecturer | Prof. Dr. Kai Sandner

Learning Outcomes

- Understanding of the ethical dimension of business economics
- Knowledge of fundamentals of science theory
- Critical reflexion and discussion of norms and values in business economics
- Overview of accepted approaches to business ethics
- Thorough understanding of the analytical approach to business ethics
- Ability to apply the approach of analytical business ethics to selected functions and areas in firms

Module Content

- Business ethics in management science and strategic management
 - Relevance of business ethics
 - Basics of business ethical analysis
 - Scientific quality of business ethical problems
 - Ethics as part of management science and strategic management
- Fundamentals of business ethics
 - Empirical findings concerning the origination of norms and values
 - Philosophical concepts of establishing norms and values
- Overview over significant approaches to business ethics
 - Descriptive business ethics
 - Economically deterministic business ethics
 - Economic business ethics
 - Process-oriented business ethics
 - Analytical business ethics
- Selected fields of use of analytical business ethics
 - Ethical analysis of corporate governance
 - Ethical analysis of personnel management and organization

Teaching Methods

- Lecture
- Control questions and discussions

Grading

- Exam (100%)

Assessment criteria in detail

- Assessment of exam papers

Average Workload

21 h = Time of attendance of lecture

42 h = Preparation and post-processing of lecture

87 h = Exam preparation

150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- No prerequisites required

Readings

Literature will be announced during the lecture if necessary. Basic reading:

- Homann, Karl/Blome-Drees, Franz: Wirtschafts- und Unternehmensethik, 1992. Vandenhoeck & Ruprecht.
- Küpper, Hans-Ulrich: Unternehmensethik. Hintergründe, Konzepte, Anwendungsbereiche, 2011. Schäffer-Poeschel, 2. edition.
- Ulrich, Peter: Integrative Wirtschaftsethik: Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 2016. Haupt, 5. edition.

Unternehmensplanung & -steuerung

Corporate Planning & Management Control

Modulnummer | 82-021-FM04-H-0221

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | 25

Anrechenbar für | Wahlpflicht: Financial Management

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Unternehmensrechnung

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Anton Burger

Referent | Felix B. Fischer

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Kurses lernen die zukünftige Entwicklung von Unternehmen auf verschiedenen Detailebenen zu planen und anhand der geplanten Ziele zu steuern.
- Im Rahmen des Fachs Unternehmensplanung & -steuerung werden die analytischen und strategischen Fähigkeiten der Studierenden geschult und mathematisch logisches Denken trainiert.
- Darüber hinaus wenden die Studierenden die erlernten Fähigkeiten anhand von Fallbeispielen in Excel an und erarbeiten sich dadurch praxisrelevante Methodenkenntnisse.

Modulinhalt

- Liquiditätsplanung und -steuerung
- Strategische Planung
- Mittelfristplanung & operative Planung bzw. Budgetierung (Integrierte Unternehmensplanung)
- Abweichungsanalyse und Unternehmenssteuerung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung mit integrierter Übung

Prüfungsmodalitäten

- Klausur 100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die Vorlesungsinhalte werden schriftlich abgeprüft (90 Min.).

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45 h = Präsenzzeit Vorlesung
50 h = Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltung
55 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- keine

Literatur

- Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Corporate Planning & Management

Unternehmensplanung & -steuerung

Module Number | 82-021-FM04-H-0221

Degree | Bachelor

Semester | Summer term

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | 25

Creditable for | Compulsory elective: Financial Management

Contact Hours | 4 hours per week

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Business Administration and Accounting

Chair Owner | Prof. Dr. Anton Burger

Lecturer | Felix B. Fischer

Learning Outcomes

- The students learn to plan the future development of companies on various levels and to manage/ control them on the basis of the planned targets.
- The lecture Corporate Planning & Management will improve their analytical and strategic skills and the ability to think in a mathematical logical way.
- Furthermore the students apply the acquired skills to case studies in Excel and therefore develop knowledge of practice-oriented methods.

Module Content

- Liquidity Planning & Management
- Strategic Planning
- Medium-term Planning & operative Planning/Budgeting (Integrated Planning)
- Deviation Analysis & Corporate Management

Teaching Methods

- Lecture with integrated tutorials

Grading

- Written exam 100 %

Assessment criteria in detail

- The topics of the lecture are proved by a written exam (90 min.).

Average Workload

45 h = Time of attendance lecture

50 h = Preparing, post processing of lecture

55 h = Exam and exam preparation

150 h = Total workload

Previous Knowledge/Perequisites

- None

Readings

- Will be announced in the lecture.

Wirtschaft und Raum

Economy and Space

Modulnummer | G7-H (Teilmodul Wirtschaftsgeographie 2)
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | Sommer
Kurstyp | Vorlesung
Teilnehmerbeschränkung | Keine
Anrechenbar für | Wahlpflicht
Unterrichtsstunden | 2 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Deutsch
Verantwortlicher Lehrstuhl | Wirtschaftsgeographie
Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Hans-Martin Zademach
Referent/in | Prof. Dr. Hans-Martin Zademach

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden erhalten die Fähigkeit, die Strukturen, Rahmenbedingungen und Prozesse internationaler Unternehmenstätigkeit und regionaler Entwicklung zu beschreiben und zu erklären
- Die Studierenden erhalten die Fähigkeit, wirtschaftliche und sozio-kulturelle Beziehungen im Allgemeinen und die Mobilität / Zirkulation von Personen, Informationen, Gütern und Kapital im Besonderen in räumlicher Perspektive zu erläutern und zu bewerten.
- Die Studierenden erhalten die Fähigkeit zum autonomen, akademischen Selbststudium

Modulinhalt

- Das Modul besteht aus der Vorlesung (inhaltsgleich mit der Vorlesung „Wirtschaftsgeographie 2“) sowie dem selbständigen Erarbeiten einer Fallstudie.
- Das Modul vermittelt ein Grundverständnis für die Rahmenbedingungen und Prozesse von regionaler Entwicklung und internationaler Unternehmenstätigkeit. Die Mobilität von Personen, Informationen, Gütern und Kapital stehen dabei im Mittelpunkt.
- Im Einzelnen werden die folgenden Punkte behandelt:
 - Globalisierung und Regionalisierung als idealtypische Vorstellungen der Ökonomie und Ausgangspunkt der Betrachtung
 - Strukturen und Rahmenbedingungen regionaler Entwicklung (Globale Ketten – Waren, Werte, Netze; Global Governance: Institutionen der Weltwirtschaft; Global Cities – Knoten der Weltwirtschaft; Globale Ungleichheit: Entwicklungstheorie und -politik)
 - Prozesse globaler und regionaler Entwicklung: Handel von Gütern und Diensten; Transnationale Unternehmen und Direktinvestitionen; Finanzmärkte und globale Krisen; Austausch von Wissen und Technologie

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Verfassen einer Fallstudie in Absprache des Inhalts der Studie mit dem Dozierenden

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|--------------|-----|
| ▪ Klausur | 50% |
| ▪ Fallstudie | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von einer schriftlichen Prüfung mit der Ausarbeitung einer Fallstudie erforderlich.
- Klausur über den Stoff der Vorlesung in schriftl. Form (45 Min.) am Ende der Vorlesungszeit
- Ausarbeitung der eigenständig erarbeiteten Fallstudie (Umfang 5-8 Seiten; entspricht ca. 22.500 Zeichen, ohne Leerzeichen)
- Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine mit mindestens ausreichend bewertete Klausur, die regelmäßige Anwesenheit, die Vor- und Nachbereitung der Vorlesungen sowie die Ausarbeitung der mit dem Dozierenden abgesprochenen Fallstudie, ebenfalls mind. mit der Note ausreichend bewertet.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit Vorlesung
30 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
75 h = Fallstudienbearbeitung
15 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine (Grundkenntnisse aus der Vorlesung Wirtschaftsgeographie 1 sind hilfreich, können aber auch gut im Selbststudium nachgeholt werden)

Literatur

- Bathelt, H. und J. Glückler (2012): Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive, 3. Auflage. Stuttgart: UTB.
- Haas, H.-D. und S.-M. Neumair (2006): Internationale Wirtschaft, München: Oldenbourg.
- Dicken, P. (2007): Global Shift. Mapping the Changing Contours of the World Economy, 5. Auflage. London: Sage.

Economy and Space

Wirtschaft und Raum

Module Number | G7-H (Modul part Wirtschaftsgeographie 2)

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Wirtschaftsgeographie

Chair Owner | Prof. Dr. Hans-Martin Zademach

Lecturer | Prof. Dr. Hans-Martin Zademach

Learning Outcomes

- The students will be able to describe and explain the structures, circumstances and processes of international enterprise actions and regional development.
- The students will be able to exemplify and evaluate economic and socio-cultural relationships as well as mobility of people, information, goods and capital with a space perspective
- The students will achieve the competence for autonomous academic self study

Module Content

- The module consists of a lecture (equivalent to „Wirtschaftsgeographie 2“) as well as autonomous case study work.
- The module contains the mediation of a basic understanding for circumstances and processes of regional development and international enterprise actions. The core of the contents is the mobility of people, information, goods and capital.
- The content in detail:
 - Globalization and regionalization as stereotypes of economy
 - Structures and circumstances of regional development
 - Processes of global and regional development

Teaching Methods

- Lecture
- Case study work

Grading

- | | |
|--------------|-----|
| ▪ Exam | 50% |
| ▪ Case study | 50% |

Assessment criteria in detail

- Because of the competencies to achieve during the module a combination of a written exam and case study work is necessary.
- Written exam (45 min) about the module content at the end of the module.
- Elaboration of a case study (5-8 pages; corresponding to approx. 22,500 characters without space characters)
- Necessary for obtaining ECTS-credits is a passed exam, regular attendance to the lectures, preparation of the lectures and the elaboration of the case study which is also passed.

Average Workload

30 h = Time of attendance lecture
30 h = Preparation and postprocessing lecture
75 h = Case study work
15 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None (Basic knowledge from Wirtschaftsgeographie 1 is useful, but can be achieved via self study)

Readings

- Bathelt, H. und J. Glückler (2012): Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive, 3. Auflage. Stuttgart: UTB.
- Haas, H.-D. und S.-M. Neumair (2006): Internationale Wirtschaft, München: Oldenbourg.
- Dicken, P. (2007): Global Shift. Mapping the Changing Contours of the World Economy, 5. Auflage. London: Sage

Business Fiction

Business Fiction

Modulnummer | 82-021-KUG01-H-0507
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | Jedes Semester
Kurstyp | Übung
Anrechenbar für | Wahl
Teilnehmerbeschränkung | 15
Unterrichtsstunden | 2 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch
Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen
Verantwortliche/r | Lawrence Diederich
Referent/in | Lawrence Diederich

Lernziele/Kompetenzen

In diesem Modul erlernen und üben Studierende:

- einen kritischen und interdisziplinären Umgang mit fiktionalen Texten zum Thema Wirtschaft
- die kritische Analyse wirtschaftlichen Theorien und Handlungsweisen in der Fachfremdsprache
- die kontextspezifische Verwendung relevanter Vokabeln und sprachlicher Strukturen
- einen fairen Umgang mit konstruktiver Kritik mittels systematischer Selbstreflektion
- eine situativ adäquate Kommunikation im gegenseitigen Austausch

Modulinhalt

Dieses Modul basiert auf der postmodernen These, dass es keinen qualitativen Unterschied gibt zwischen einem objektiven wissenschaftlichen Text und einem subjektiven literarischen Text. Entsprechend kann letzterer dazu dienen, das Wesen wirtschaftlichen Handelns zu reflektieren. Studenten lesen 6 Kurzgeschichten und zwei Romane (Niveau C1).

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|------------------------|-----|
| ▪ Mündliche Prüfung | 40% |
| ▪ Schriftliche Prüfung | 30% |
| ▪ Term Paper | 30% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus:

- der Quantität und Qualität der mündlichen Mitarbeit
- einer Klausur über die behandelten Texte
- einer 10-seitigen Arbeit über ein selbstgewähltes Thema

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

26 h = Präsenzzeit Übung
52 h = Vor- und Nachbereitung Übung
72 h = Prüfungsvorbereitung/ Paper
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Wirtschaftsentgisch I & II; Niveau B2+

Literatur

- Diverse amerikanische Romane und Kurzgeschichten zum Thema Wirtschaft

Business Fiction

Business Fiction

Module Number | 82-021-KUG01-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Every semester

Course Type | Practical course

Participation limit | 15

Creditable for | Elective

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Lawrence Diederich

Learning Outcomes

This module helps students to

- reflect critically and in an interdisciplinary fashion on fictional texts dealing with business & economics
- analyze systematically economic theories and approaches while using adequate business language
- practice relevant vocabulary and language structures
- engage different opinions in a fair and critical fashion by way of systematic self-reflection

Module Content

The module is based on the postmodern assumption that, philosophically speaking, there is little difference between a so-called objective scientific text and a so-called subjective literary text. Hence the latter can be used as a springboard for insight and understanding into the nature of economic exchange (Level C1).

Teaching Methods

- Interactive

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Oral Exam | 40% |
| ▪ Written Exam | 30% |
| ▪ Term paper | 30% |

Assessment criteria in detail

The final grade is based on:

- quantity and quality of classroom contribution
- a written exam on the materials covered in class
- a 10-page term paper on a relevant topic

Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

26 h = Time of attendance exercise
52 h = Preparation and postprocessing exercise
72 h = Exam preparation/ Paper
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business English I & II; skill level B2+

Readings

- Various American novels and short stories related to business

Current Business Topics

Current Business Topics

Modulnummer | 82-021-KUG03-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Übung

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahl

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen

Verantwortliche/r | Lawrence Diederich

Referent/in | N.N.

Lernziele/Kompetenzen

In diesem Modul

- erweitern Studierende den bereits vorhandene Fachvokabelschatz in der Zielsprache
- üben Studierende sprachliche Mittel für Diskussionen auf Niveau B2+/C1
- erwerben Studierende Interaktionskompetenzen durch regelmäßige Gruppenarbeit

Modulinhalt

Modulinhalt sind tagesaktuelle Wirtschaftsthemen. Die Studierenden sind an der Gestaltung des Inhaltes aktiv beteiligt. Folgende Themen können z.B. angesprochen werden:

- International trade
- Outsourcing and offshoring
- The business of business schools
- Mergers and Acquisitions
- Men & women in the workplace
- The automotive industry

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|------------------------|-----|
| ▪ Mündliche Prüfung | 50% |
| ▪ Schriftliche Prüfung | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus:

- der Quantität und Qualität der mündlichen Mitarbeit
- einer Klausur über die behandelten Themen

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

- 39 h = Präsenzzeit Übung
- 59 h = Vor- und Nachbereitung Übung
- 52 h = Prüfungsvorbereitung/ Paper
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Wirtschaftsenglisch I & II; Niveau B2+

Literatur

- Wird im Kurs bekannt gegeben

Current Business Topics

Current Business Topics

Module Number | 82-021-KUG03-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Every Semester

Course Type | Practical course

Participation limit | 15

Creditable for | Elective

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Lawrence Diederich

Learning Outcomes

This module helps students to:

- expand their already existing vocabulary
- practice discussion skills and language structures at level B2+/C1
- hone their social skills via regular team work exercises

Module Content

This module deals with any current topic related to business. As students you are instrumentally involved in the shaping of content for this module. Typical Topics include:

- International trade
- Outsourcing and offshoring
- The business of business schools
- Mergers and Acquisitions
- Men & women in the workplace
- The automotive industry

Teaching Methods

- Interactive

Grading

- | | |
|---------------------|-----|
| ▪ Oral contribution | 50% |
| ▪ Written Exam | 50% |

Assessment criteria in detail

The final grade is based on:

- the quantity and quality of classroom contribution
- a written exam on the materials covered in class

Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

39 h = Time of attendance exercise
59 h = Preparation and postprocessing exercise
52 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business English I & II; skill level B2+

Readings

- To be announced in class

Kulturen und Gesellschaften Lateinamerikas

Latin American Cultures and Societies

Modulnummer | 82-021-KUG17-H-0119

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 25

Anrechenbar für | Kultur und Gesellschaft

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch, Deutsch, Spanisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Zentrum für Wirtschaftssprachen

Verantwortliche/r | Lawrence Diederich

Referenten | Lawrence Diederich und Mitarbeiter (ZILAS)

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden können Interdependenzen zwischen Kultur und Gesellschaft aus interdisziplinärer Sicht (Linguistik, Literatur- und Kulturwissenschaft, Geschichte, Humangeographie und Politikwissenschaft) identifizieren, diskutieren und analysieren.
- Die Studierenden erhalten einen Überblick über die lateinamerikanische Geschichte und Politik
- Die Studierenden erwerben ein profunderes Wissen über die Kulturen, Medien und Gesellschaften des heutigen Lateinamerikas
- Die Studierenden lernen die Rolle Lateinamerikas in einer globalisierten Welt einzuordnen
- Die Studierenden können grundlegende Eigenschaften des lateinamerikanischen Spanischen und des brasilianischen Portugiesischen erkennen
- Die Studierenden entwickeln interkulturelle Kompetenzen mit Fokus auf Lateinamerika

Modulinhalt

- Schlüsselereignisse der lateinamerikanischen Geschichte
- Sozioökonomische und kulturelle Kontexte der lateinamerikanischen Politik
- Strategien und Ideologien der regionalen Entwicklung
- Quellen, Umstände und Methoden zur Messung von Ungleichheiten in Lateinamerika
- Linguistische und mediale Landschaften Lateinamerikas
- Lateinamerikanische Literaturkonzepte und ihre literarische Gestaltung
- Grundbegriffe der deskriptiven Sprachwissenschaft und der lateinamerikanischen Anthropologie
- Schlüsselkonzepte interkultureller Kommunikation im universitären Kontext

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Gruppendiskussionen und Präsentationen
- Fallstudien

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100%
---------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die erworbenen Kompetenzen werden schriftlich geprüft: Klausur (90 minutes).

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit in Vorlesung/Seminar
70 h = Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung.
50 h = Klausurvorbereitung
150 h = Workload gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Die Literatur wird in der Einführungssitzung zu Verfügung gestellt.

Latin American Cultures and Societies

Kulturen und Gesellschaften Lateinamerikas

Module Number | 82-021-KUG17-H-0119

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 25

Creditable for | International Fall Term/Bachelor module "Culture and Society"

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English, German, Spanish

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Lawrence Diederich and Assistants (ZILAS)

Learning Outcomes

- Students can identify, discuss and analyze interdependences between culture and society from an interdisciplinary perspective (linguistics, literary and cultural studies, history, human geography and political science)
- Students gain a comprehensive overview of Latin American history and politics
- Students obtain deeper knowledge of contemporary Latin American cultures, media and societies
- Students learn about Latin America's role within a globalized world
- Students can identify basic properties of Latin American Spanish and Brazilian Portuguese
- Students develop intercultural competences with focus on Latin America

Module Content

- Key events in Latin American history
- Socio-economic and cultural contexts of Latin American politics
- Strategies and ideologies of regional development
- Sources, circumstances and methods of measuring inequalities in Latin America
- Latin American linguistic and media landscape
- Latin American cultural concepts and their shaping in literature
- Basic concepts of descriptive linguistics and Latin American anthropology
- Key concepts of intercultural communication in the university context

Teaching Methods

- Lectures
- Group discussions and presentations
- Cases studies

Grading

Exam	100%
------	------

Assessment criteria in detail

- Gained competences are tested in a written exam (90 minutes).

Average Workload

30 h = Time of attendance lecture/seminar
70 h = Preparation and postprocessing lecture
50 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Prerequisites

- None

Readings

- Literature is provided in the opening session.

Thèmes économiques actuels

Current Business Topics in French

Modulnummer | 82-021-WM01-H-0816

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Übung

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Französisch

Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen

Verantwortliche/r | Lawrence Diederich

Referent/en | Laura Witschel

Lernziele/Kompetenzen

In diesem Kurs erwerben Studierende

- erweiterte Kommunikationskompetenzen in der Fachfremdsprache
- umfassendes wirtschaftliches Fachvokabular und sprachliche Strukturen auf Niveau B2+
- sprachliche Fähigkeiten für das Verstehen von Wirtschaftstexten in der Zielsprache
- Argumentations- und Präsentationskompetenz in der Zielsprache
- Reflektionskompetenz durch umfangreiches Präsentationsfeedback
- Sozialkompetenz durch regelmäßige Gruppenarbeit mit Kommilitonen

Modulinhalt

- Aktuelle Themen aus dem Bereich Wirtschaft.
- Erweiterte Lexik in der Fachfremdsprache

Lehr-/Lernformen

- interaktiv

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|------------------------|-----|
| ▪ Mündliche Prüfung | 50% |
| ▪ Schriftliche Prüfung | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus

- einer professionellen Präsentation zu einem Wirtschaftsthema
- einer Klausur mit Vokabeltest und Essay

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Kurses ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

39 h = Präsenzzeit Übung

39 h = Vor- und Nachbereitung Übung

52 h = Klausurvorbereitung

130 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Wirtschaftsfranzösisch I & II o.ä.; mindestens Niveau B2

Literatur

- Wird im Unterricht besprochen

Current Business Topics in French

Thèmes économiques actuels

Module Number | 82-021-WM01-H-0816

Degree | Bachelor

Semester | Winter

Course Type | Practical course

Participation Limit | 15

Course Category | Compulsory elective

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | French

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Laura Witschel

Learning Outcomes

This course helps students to

- learn and practice advanced business vocabulary at level B2+
- practice debating and presentation skills
- enhance overall communicative competence
- improve self-reflection competence due to substantial presentation feedback
- develop social skills during group work with fellow students

Module Content

- Various subject areas related to business and economics
- Advanced lexis for Business French

Teaching Methods

- Interactive

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Oral Exam | 50% |
| ▪ Written Exam | 50% |

Assessment criteria in detail

The final grade is based on

- a professional presentation on a relevant business topic
- a written exam including vocabulary test and essay

Due to skills orientation this course requires oral and written exam components.

Average Workload

39 h = Time of attendance exercise
39 h = Preparation and postprocessing exercise
52 h = Exam preparation
130 h = Total workload

Prerequisites

- Business French I & II; minimum skill level B2 (CEFR)

Readings

- To be announced in class

Wirtschaftschinesisch II/1 und II/2

Business Chinese II

Modulnummer | 82-021-WSprachen09-H-0507
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | vorlesungsfreie Zeit & Sommer
Kurstyp | Übung
Teilnehmerbeschränkung | 15
Anrechenbar für | Wahlpflicht/Pflicht für Int. BWL
Unterrichtsstunden | 6 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch/ Chinesisch
Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen
Verantwortliche/r | Lawrence Diederich
Referent/in | Bo Jiang

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- können Meinungen zu kulturellen und wirtschaftlichen Themen äußern (z.B. Kaligrafie, Tischmanieren, Feste, Verhalten auf Komplimente)
- beherrschen ca. 790 Schriftzeichen
- erwerben grundlegende interkulturelle Kompetenzen

Modulinhalt

Training der vier Fertigkeiten:

- Hören
- Lesen
- Sprechen
- Schreiben
- Landeskunde

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

- | | | |
|------------------------|-----|-----|
| ▪ Mündliche Teilnahme | 50% | |
| ▪ Schriftliche Prüfung | | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus

- mündlicher Teilnahme
- einer Klausur mit Schriftzeichen

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

79 h = Präsenzzeit Übung
39 h = Vor- und Nachbereitung Übung
33 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Wirtschaftschinesisch I. Dieses Modul richtet sich an die Studierenden im Doppelbachelor.

Literatur

- Wird im Unterricht angegeben Lernziele/Kompetenzen

Business Chinese II/1 & II/2

Wirtschaftschinesisch II

Module Number | 82-021-WSprachen09-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Semester break & summer

Course Type | Practical course

Participation limit | 15

Creditable for | Compulsory elective/Mandatory for Int. BWL

Contact Hours | 6 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English/ Chinese

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Bo Jiang

Learning Outcomes

This module helps students to

- express opinions on cultural and business topics (e.g. calligraphy, table manners, parties, compliments)
- expand their knowledge of characters to approx. 790
- acquire basic intercultural competence

Module Content

- Listening
- Speaking
- Reading
- Writing
- Information concerning basic cultural differences

Teaching Methods

- Interactive

Grading

- | | |
|---------------------|-----|
| ▪ Oral contribution | 50% |
| ▪ Written Exam | 50% |

Assessment criteria in detail

The final grade is based on

- oral contribution
- a written exam including vocabulary test

Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

79 h = Time of attendance exercise
39 h = Preparation and postprocessing exercise
33 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business Chinese I. This module is predominantly for students in the double degree program.

Readings

- To be announced in class

Wirtschaftsdeutsch II

Business German II

Modulnummer | 82-021-WSprachen08-H-0507
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | Winter
Kurstyp | Übung
Teilnehmerbeschränkung | 20
Anrechenbar für | Wahlpflicht
Unterrichtsstunden | 3 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Deutsch
Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen
Verantwortliche/r | Lawrence Diederich
Referent/in | Christoph Lohmann

Lernziele/Kompetenzen

In diesem Modul erlernen und üben Studierende

- umfassendes wirtschaftliches Fachvokabular und sprachliche Strukturen auf Niveau B2+
- grundlegende professionelle Präsentationstechniken in der Zielsprache
- sprachliche Fähigkeiten für das Beschreiben und Interpretieren von Diagrammen

Modulinhalt

- Diverse Themen aus dem Bereich Wirtschaft, z.B. Marketing, Personal, Bankwesen, Bewerbung.

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|------------------------|-----|
| ▪ Mündliche Prüfung | 50% |
| ▪ Schriftliche Prüfung | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus

- einer professionellen Präsentation zu einem Wirtschaftsthema
- einer Klausur mit Vokabeltest und Essay

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig

Arbeitsaufwand (in Stunden)

39 h = Präsenzzeit Übung
59 h = Vor- und Nachbereitung Übung
52 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Mindestens Niveau B2 (CEFR)/Wirtschaftsdeutsch I

Literatur

- Wird im Unterricht besprochen

Business German II

Wirtschaftsdeutsch II

Module Number | 82-021-WSprachen08-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Winter

Course Type | Practical course

Participation limit | 20

Creditable for | Elective

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Lawrence Diederich

Learning Outcomes

This module helps students to

- learn and practice a comprehensive set of business vocabulary
- acquire basic professional presentation skills in German
- acquire the necessary skills for graph descriptions

Module Content

- Various business topics ranging from marketing and banking to personnel and recruitment.

Teaching Methods

- Interactive

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Oral Exam | 50% |
| ▪ Written Exam | 50% |

Assessment criteria in detail

The final grade is based on

- a professional presentation on a relevant business topic
- a written exam including vocabulary test and essay

Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

39 h = Time of attendance exercise
59 h = Preparation and postprocessing exercise
52 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Skill level B2 (CEFR)/Business German I

Readings

- To be announced in class

Wirtschaftsenglisch II

Business English II

Modulnummer | 82-021-WSprachen02-H-0507

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommer

Kurstyp | Übung

Teilnehmerbeschränkung | 20

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen

Verantwortliche/r | Lawrence Diederich

Referenten | Lawrence Diederich und andere Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

In diesem Modul erwerben Studierende

- erweiterte Kommunikationskompetenzen in der Fachfremdsprache
- umfassendes wirtschaftliches Fachvokabular und sprachliche Strukturen auf Niveau B2+
- grundlegende professionelle Diskussionskompetenz in der Zielsprache
- Reflektionskompetenz durch umfangreiches Diskussionsfeedback
- Sozialkompetenz durch regelmäßige Gruppenarbeit mit Kommilitonen

Modulinhalt

- Accounting
- Banking
- Stocks and shares
- Market structure
- Takeovers & mergers
- Efficiency and employment
- Business ethics
- The role of government
- Exchange rates
- The business cycle
- International trade
- Economics and ecology

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|------------------------|-----|
| ▪ Mündliche Prüfung | 50% |
| ▪ Schriftliche Prüfung | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Note ergibt sich aus einer Diskussion zu einem Wirtschaftsthema und einer Klausur mit Vokabeltest und Essay. Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

- 39 h = Präsenzzeit Übung
- 59 h = Vor- und Nachbereitung Übung
- 52 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Erfolgreiche Teilnahme an Business English I

Literatur

- English for Business Studies by Ian MacKenzie, Cambridge UP

Business English II

Wirtschaftsenglisch II

Module Number | 82-021-WSprachen02-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Practical course

Participation limit | 20

Creditable for | Compulsory elective

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Lawrence Diederich and other Employees

Learning Outcomes

This module helps students to

- learn and practice a comprehensive set of business vocabulary at level B2+
- acquire basic professional presentation skills in the target language
- practice the necessary skills for professional discussions
- enhance overall communicative competence
- improve self-reflection competence due to substantial discussion feedback

Module Content

- Accounting
- Banking
- Stocks and shares
- Market structure
- Takeovers & mergers
- Efficiency and employment
- Business ethics
- The role of government
- Exchange rates
- The business cycle
- International trade
- Economics and ecology

Teaching Methods

- Interactive

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Oral Exam | 50% |
| ▪ Written Exam | 50% |

Assessment criteria in detail

The final grade is based on an oral discussion on a relevant business topic and a written exam including vocabulary test and essay. Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

- 39 h = Time of attendance exercise
- 59 h = Preparation and postprocessing exercise
- 52 h = Exam preparation
- 150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business English I

Readings

- English for Business Studies by Ian MacKenzie, Cambridge UP

Wirtschaftsfranzösisch II

Business French II

Modulnummer | 82-021-WSprachen04-H-0507
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | Sommer
Kurstyp | Übung
Teilnehmerbeschränkung | 15
Anrechenbar für | Wahlpflicht
Unterrichtsstunden | 3 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Französisch
Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen
Verantwortliche/r | Lawrence Diederich
Referent/in | Laura Witschel

Lernziele/Kompetenzen

In diesem Modul erwerben Studierende

- erweiterte Kommunikationskompetenzen in der Fachfremdsprache
- umfassendes wirtschaftliches Fachvokabular und sprachliche Strukturen auf Niveau B2+
- grundlegende professionelle Diskussionskompetenz in der Zielsprache
- Reflektionskompetenz durch umfangreiches Diskussionsfeedback
- Sozialkompetenz durch regelmäßige Gruppenarbeit mit Kommilitonen

Modulinhalt

- Diverse Themen aus dem Bereich Wirtschaft, z.B. Firmenstruktur, Produktion, Vertrieb.
- Lexik für professionelle Diskussionen in der Fachfremdsprache

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|------------------------|-----|
| ▪ Mündliche Prüfung | 50% |
| ▪ Schriftliche Prüfung | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus

- einer professionellen Präsentation zu einem Wirtschaftsthema
- einer Klausur mit Vokabeltest und Essay

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

39 h = Präsenzzeit Übung
59 h = Vor- und Nachbereitung Übung
52 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Wirtschaftsfranzösisch I

Literatur

- Wird im Unterricht besprochen

Business French II

Wirtschaftsfranzösisch II

Module Number | 82-021-WSprachen04-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Practical course

Participation limit | 15

Creditable for | Elective

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | French

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Laura Witschel

Learning Outcomes

This module helps students to

- learn and practice a comprehensive set of business vocabulary at level B2+
- acquire basic professional presentation skills in the target language
- practice the necessary skills for professional discussions
- enhance overall communicative competence
- improve self-reflection competence due to substantial discussion feedback
- develop social skills during group work with fellow students

Module Content

- Various subject areas related to business and economics, e.g. company structure, production, distribution.
- Lexis for professional presentations

Teaching Methods

- Interactive

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Oral Exam | 50% |
| ▪ Written Exam | 50% |

Assessment criteria in detail

The final grade is based on

- a professional presentation on a relevant business topic
- a written exam including vocabulary test and essay

Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

39 h = Time of attendance exercise
59 h = Preparation and postprocessing exercise
52 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business French I

Readings

- To be announced in class

Wirtschaftsspanisch II

Business Spanish II

Modulnummer | 82-021-WSprachen06-H-0507
Abschluss des Studiengangs | Bachelor
Semester | Sommer
Kurstyp | Übung
Teilnehmerbeschränkung | 15
Anrechenbar für | Wahlpflicht
Unterrichtsstunden | 3 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Spanisch
Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen
Verantwortliche/r | Lawrence Diederich
Referent/in | Yolanda Gabás

Lernziele/Kompetenzen

In diesem Modul erwerben Studierende

- erweiterte Kommunikationskompetenzen in der Fachfremdsprache
- umfassendes wirtschaftliches Fachvokabular und sprachliche Strukturen auf Niveau B2+
- grundlegende professionelle Diskussionskompetenz in der Zielsprache
- Reflektionskompetenz durch umfangreiches Diskussionsfeedback
- Sozialkompetenz durch regelmäßige Gruppenarbeit mit Kommilitonen

Modulinhalt

- Diverse Themen aus dem Bereich Wirtschaft, z.B. Firmenstruktur, Produktion, Vertrieb.
- Lexik für professionelle Präsentationstechniken in der Fachfremdsprache

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|------------------------|-----|
| ▪ Mündliche Prüfung | 50% |
| ▪ Schriftliche Prüfung | 50% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus

- einer professionellen Präsentation zu einem Wirtschaftsthema
- einer Klausur mit Vokabeltest und Essay

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig

Arbeitsaufwand (in Stunden)

39 h = Präsenzzeit Übung
59 h = Vor- und Nachbereitung Übung
52 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Wirtschaftsspanisch I

Literatur

- Lernplattform www.negocios-online.de (LIAS)

Business Spanish II

Wirtschaftsspanisch II

Module Number | 82-021-WSprachen06-H-0507

Degree | Bachelor

Semester | Summer

Course Type | Practical course

Participation limit | 15

Creditable for | Elective

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | Spanish

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Yolanda Gabás

Learning Outcomes

This module helps students to

- learn and practice a comprehensive set of business vocabulary at level B2+
- acquire basic professional presentation skills in the target language
- practice the necessary skills for professional discussions
- enhance overall communicative competence
- improve self-reflection competence due to substantial discussion feedback
- develop social skills during group work with fellow students

Module Content

- Various subject areas related to business and economics, e.g. company structure, production, distribution.
- Lexis for professional presentations in a business setting

Teaching Methods

- Interactive

Grading

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Oral Exam | 50% |
| ▪ Written Exam | 50% |

Assessment criteria in detail

The final grade is based on

- a professional presentation on a relevant business topic
- a written exam including vocabulary test and essay

Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

39 h = Time of attendance exercise
59 h = Preparation and postprocessing exercise
52 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business Spanish I

Readings

- www.negocios-online.de (ILIAS)