

Modulhandbuch für den Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (B. A.)

am Fachbereich Wirtschaft der Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft

(Stand: 29.01.2016)

Inhaltsverzeichnis

PFLICHTFÄCHER UND BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE WAHLFÄCHER	4
BWL BA 01	Wirtschaftsmathematik und -informatik5
BWL BA 03	Grundlagen der Unternehmensführung7
BWL BA 04	Betriebliche Werschöpfung9
BWL BA 05	Volkswirtschaftslehre.....11
BWL BA 07	Externes Rechnungswesen13
BWL BA 08	Quantitative Sozialforschung.....15
BWL BA 09	Internes Rechnungswesen17
BWL BA 10	Controlling19
BWL BA 11	Investition und Finanzierung.....21
BWL BA 13	Organisation23
BWL BA 14	Mitarbeiterführung und Arbeitsgestaltung25
BWL BA 15	Marketing.....28
WAHLFÄCHER UND SPEZIALISIERUNGSMODULE	30
BWL BA 02	Web-Business31
BWL BA 06	Volkswirtschaftslehre - Vertiefung.....33
BWL BA 20	Logistik und Supply Chain Management35
BWL BA 23	Produktions- und Dienstleistungsmanagement37
BWL BA 25	Marketingmanagement und Konsumkritik39
BWL BA 29	Interdisziplinäre Kunstübungen – erweiterter Kunstbegriff.....41
BWL BA 50	Alternative Ansätze in der Wirtschaftsforschung42
BWL BA 51	Social Business Management.....45
BWL BA 52	Sustainable Entrepreneurship47
BWL BA 53	Nachhaltigkeitsmanagement49
BWL BA 54	Social Banking51
BWL BA 55	Social Finance.....53
BWL BA 56	Social Innovation55
BWL BA 57	Betriebswirtschaftliche Projektarbeit57
BWL BA 59	Green Human Resource Management58
BWL BA 60	Wirtschaft und soziale Verantwortung60
BWL BA 61	Handelsmanagement und Arbeit im Handel62
BWL BA 62	Kreativität und Kunsttransfer ins Marketing64
BWL BA 63	Kultur, Arbeit, Ästhetik in der Unternehmensführung66
BWL BA 71	Betriebswirtschaftliche Vertiefung I68
BWL BA 72	Betriebswirtschaftliche Vertiefung II69
KUNST	70
BWL BA 26	Bildende und darstellende Künste im Überblick71
BWL BA 27	Kunstprozesse73
BWL BA 28	Eigenständiges Kunstprojekt „Tandem“75
BWL BA 30	Großes Abschlussprojekt.....76
STUDIUM GENERALE.....	77
BWL BA 32	Philosophie und Bildung78
BWL BA 33	Kunst und Gesellschaft80

STUDIENARBEITEN	82
BWL BA 16 Wirtschaftswissenschaftliches Seminar	83
BWL BA 58 Forschungswerkstatt.....	85
BWL BA 22 Bachelor-Abschluss-Modul.....	87

Pflichtfächer und betriebswirtschaftliche Wahlfächer

BWL BA 01 Wirtschaftsmathematik und -informatik

Modul: BWL BA 01	Modultitel: Wirtschaftsmathematik und -informatik	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 70 Stunden
		davon Selbststudium: 140 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Verfahren der Differential- und Integralrechnung sowie der Wahrscheinlichkeitsrechnung zur Lösung einfacher ökonomischer Probleme einzusetzen, • Relevanz und Herausforderungen der Datenverarbeitung in Unternehmen zu erkennen und einzuschätzen, • in anderen Fächern, die sich mathematischer Modelle bedienen, den Vorlesungen und Übungen zu folgen, • Aufgaben aus dem studentischen Alltag (Erstellung von Präsentationen und Seminararbeiten) und anderen Modulen (bspw. zur Finanzmathematik) mit dem PC zu bearbeiten. 	
Inhalte des Moduls:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung <ul style="list-style-type: none"> • Entwurf ökonomischer Modelle • Funktionen, Maximierungskalküle, Gleichgewichte • Zusammenhang zwischen Modell und Realität • Zweck ökonomischer Modelle 2. Differentialrechnung <ul style="list-style-type: none"> • Differentialrechnung mit Funktionen einer Veränderlichen und Anwendungsbeispiele • Ableitungen der Grundfunktionen, Ableitungsregeln, zweite und höhere Ableitungen • Differentialrechnung mit Funktionen mehrerer Veränderlicher • Partielle Ableitungen erster Ordnung und höherer Ordnung • Ökonomische Anwendungsbeispiele zur Differentialrechnung 3. Integralrechnung <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Integralrechnung • Hauptsatz der Differential- und Integralrechnung, Stammfunktionen • Flächeninhalt zwischen zwei Kurven und weitere Übungen zur Integralrechnung • Ökonomische Anwendungsbeispiele 4. Optimierung <ul style="list-style-type: none"> • Notwendige und hinreichende Bedingungen für Extremstellen • Die Lagrange-Methode 5. Grundbegriffe der Wahrscheinlichkeitsrechnung <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Wahrscheinlichkeitsrechnung • Wahrscheinlichkeiten mehrerer Ereignisse • Bedingte Wahrscheinlichkeiten • Stochastische Abhängigkeit und Unabhängigkeit von Ereignissen • Satz von der totalen Wahrscheinlichkeit • Satz von Bayes 	

	<p>6. Wirtschaftsinformatik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktion und Aufgaben der Datenverarbeitung in Unternehmen und Organisationen • Ausgewählte Probleme der Datenverarbeitung in Unternehmen und Lösungsansätze • Einführung in Office-Software: Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Datenbanken
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung: Wirtschaftsmathematik Freiwillige Übung: Wirtschaftsmathematik Vorlesung/Übung: Wirtschaftsinformatik und praktische Informatik</p>
Lernformen:	<p>Im Rahmen der Veranstaltungen ‚Wirtschaftsmathematik und -informatik‘ werden für die Wirtschaftswissenschaft wesentliche Methoden der Mathematik und Informatik in einer seminaristischen Vorlesung vermittelt. In der Vorlesung und Übung werden theorie- und praxisrelevante Aufgaben bearbeitet.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>Klausur (90 Minuten) und Fallstudie in praktischer Informatik</p>
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre</p>
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bleymüller, J. u. a.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Verlag Vahlen, 2015. Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden, Vieweg & Sohn Verlag, 2013. Tietze, J.: Übungsbuch zur angewandten Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden, Vieweg & Sohn Verlag, 2014. Hasenkamp, Stahlknecht: Wirtschaftsinformatik, Springer-Verlag, Berlin 2005. Hasenkamp, Stahlknecht: Arbeitsbuch Wirtschaftsinformatik, Springer, Berlin Heidelberg, 2006.</p>

BWL BA 03 Grundlagen der Unternehmensführung

Modul: BWL BA 03	Modultitel: Grundlagen der Unternehmensführung	
Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Eva-Maria Walker		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflicht
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 150 Stunden	davon Kontaktzeit: 45 Stunden
		davon Selbststudium: 105 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Keine	Sprache: deutsch/englisch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Methoden, Theorien und Gegenstandsbereiche des Fachs zu verstehen, zu analysieren und einzuordnen. • im Rahmen einer exemplarischen Unternehmensfallstudie ihre betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse anzuwenden (z.B. Strategie- und Branchenanalyse, SWOT-Analyse, Rechtsformwahl) • unterschiedliche Formen der Unternehmensführung (v.a. Shareholder-, vs. Stakeholder-Ansatz) in ihren Auswirkungen auf die Interessen der Anspruchsgruppen kritisch reflektieren zu können und wirtschaftspolitisch einzuordnen. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Die Veranstaltung befasst sich mit den Grundlagen der Unternehmensführung als einem der zentralen Gegenstandsbereiche der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre.</p> <p>Grundgedanke der Veranstaltung ist es, Unternehmensführung als einen interessenpluralistischen Prozess zu begreifen, der sich weder nur auf ein betriebswirtschaftliches Modell stützen, noch – in der Praxis – lediglich einer Anspruchsgruppe des Unternehmens Rechnung tragen kann. Vielmehr soll es darum gehen, grundlegende Strategien, Modelle und Entscheidungsprozesse in der Unternehmensführung interdisziplinär und interessenpluralistisch zu analysieren. Konkret geschieht dies z.B. für die</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmenskontrolle (Shareholder- vs. Stakeholder-orientierte Unternehmensführung): Wie unterscheiden sich die beiden Ansätze, welchen Interessen dient die jeweilige Form der Unternehmenskontrolle und warum gilt die Shareholder-Orientierung häufig als die effizientere Kontrollform? • Unternehmensmitbestimmung: Dient diese lediglich der Senkung von Kontrollkosten (wie z.B. die Institutionenökonomik argumentiert) oder ist es nicht vielmehr ethisch-moralisch angemessen, die Interessen der Beschäftigten institutionell abzusichern? • Strategische Unternehmensentscheidungen: Erfolgen diese tatsächlich nur nach dem Prinzip des „homo oeconomicus“ oder müssen hier nicht noch andere Menschenbilder /Entscheidungsmodelle (z.B. mikropolitische Prozesse) Berücksichtigung finden? • grundlegende Unternehmensentscheidungen wie Standort-, Rechtsformwahlwahl und finanzwirtschaftliche Entscheidungskriterien 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Seminar	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht und teilnehmerzentrierte Methoden (z.B. eine Gruppenarbeit zur Erarbeitung der Fallstudie)	

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur und Fallstudie
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bea, Fridl, Schweitzer (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Stuttgart: Lucius & Lucius.</p> <p>Boltanski, Luc/Chiapello, Eve (2003): Der neue Geist des Kapitalismus. Konstanz.</p> <p>Diaz-Bone, Rainer (2015): Die „Economie des conventions“: Grundlagen und Entwicklungen der neuen französischen Wirtschaftssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag.</p> <p>Hall, Peter A./Soskice, David (2001): Varieties of capitalism: The institutional foundations of comparative advantage. Oxford: Oxford University Press.</p> <p>Rehn, Götz (Hrsg.) (2011): Rudolf Steiner: Wirtschaft – Ideen zur Neugestaltung. Stuttgart: Freies Geistesleben.</p> <p>Schanz, Günther (2014): Eine kurze Geschichte der Betriebswirtschaftslehre. Konstanz: UVK.</p> <p>Schreyögg, Georg /Koch, Jochen (2010): Grundlagen des Managements. Wiesbaden: Gabler.</p>

BWL BA 04 Betriebliche Werschöpfung

Modul: BWL BA 04	Modultitel: Betriebliche Wertschöpfung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 4	Arbeitsbelastung gesamt: 120 Stunden	davon Kontaktzeit: 45 Stunden
		davon Selbststudium: 75 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • sind mit Beschaffung, Produktion und Absatz als grundlegenden Wertschöpfungsprozessen in Unternehmen vertraut • kennen Aufgabenbereiche, Ziele, Struktur und relevante Kriterien der wesentlichen Planungs- und Entscheidungsprobleme der genannten Bereiche auf strategischer, taktischer und operativer Ebene • können einfache Verfahren zur Lösung der betreffenden Probleme anwenden und kritisch beurteilen 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Ziele von Produktions-, Beschaffungs- und Materialwirtschaft • Typologie von Produktionsprozessen • Systematik der Produktionsfaktoren • Ausgewählte Modelle der Produktions- und Kostentheorie (Leontief- und Gutenberg-Technologien) • Elementare Planungsverfahren des Produktionsmanagements (Bedarfsplanung, Auftragsplanung, Lagerdisposition) • Aufgaben und Ziele des Marketing • Marketing-Mix, insbes. Produkt- und Kommunikationspolitik • Integrative Planung einer Unternehmensgründung 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung mit Übung: Grundlagen der Beschaffungs-, Material- und Produktionswirtschaft Seminaristische Vorlesung: Grundlagen der Absatzwirtschaft	
Lernformen:	Wissensvermittlung durch Vorlesung und Selbststudium anhand verschiedener Quellen. Interaktive Lösung theorie- und praxisrelevanter Übungsaufgaben und Integration durch anwendungsbezogene Fallstudien.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Modulabschlussprüfung: schriftliche Klausur (60 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-) Literatur:	Bloech, J./Geldermann, J.: Grundlagen der Produktionswirtschaft, in: Schweitzer, M./Baumeister, A. [Hg.]: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Aufl., Berlin: Erich Schmidt, 2015. Dinkelbach, W./Rosenberg, O.: Erfolgs- und umweltorientierte Produktionstheorie, 5. Aufl., Berlin u.a.: Springer, 2004. Homburg, Chr./Krohmer, H.: Marketingmanagement, Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 3. Aufl.,	

	<p>Wiesbaden: Gabler, 2009.</p> <p>Kotler, Ph./Armstrong, G./Saunders, J./Wong, V: Grundlagen des Marketing, 5. Aufl., München: Pearson Studium, 2011.</p> <p>Kummer, S. [Hg.]/Grün, O./Jammerneegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, München: Pearson Studium, 2. Aufl., 2009.</p> <p>Olbrich, R.: Marketing: Eine Einführung in die marktorientierte Unternehmensführung, 2. Aufl., Berlin et al.: Springer, 2006.</p> <p>Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, München: Pearson Studium, 3. Aufl., 2015.</p>
--	--

BWL BA 05 Volkswirtschaftslehre

Modul: BWL BA 05	Modultitel: Volkswirtschaftslehre	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Steffen Koolmann		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 150 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 90 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden kennen die Grundlagen verschiedener ökonomischer Paradigmen und Themenfelder. Sie können sowohl makroökonomische Fragestellungen analysieren als auch den Zusammenhang zur betriebswirtschaftliche Theorie und Praxis herstellen.	
Inhalte des Moduls:	Übersicht über die Geschichte des Wirtschaftens (Jäger und Sammler, Ackerbau und Viehzucht, Feudalismus, Industrialisierung, Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft) sowie die Genese ökonomischer Paradigmen (Physiokratie, Merkantilismus, Klassik, Politische Ökonomie, Neoklassik, Keynesianismus, Neoliberalismus, Umweltökonomik, Gemeingüterökonomik, etc.). Vermittlung empirischen Wissens über ökonomische Themenfelder (ökonomische Sektoren und Akteure, Produktion und Einkommen, Geld- und Finanzsystem, Ordnungspolitik und staatliche Interventionen, Arbeit und Erwerbslosigkeit, Ungleichheit und Armut, Globalisierung und Nachhaltigkeit, Wohlstand und Zufriedenheit, etc.).	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Seminar; das Seminar sieht Gruppen- und Eigenarbeiten zur exemplarischen Anwendung der gewonnenen Erkenntnis auf Fallbeispiele vor	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht mit Vorlesungselementen, Referaten, Gruppenarbeiten und -diskussionen	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Regelmäßige aktive Teilnahme, schriftlich ausgearbeitetes Referat (mit Präsentation)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-) Literatur:	Becker, Gary S.: Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens, Tübingen 1993. Brodbeck, Karl-Heinz: Die fragwürdigen Grundlagen der Ökonomie, Darmstadt 2009. Chang, Ha-Joon: Economics: The User's Guide. Pelicanbooks 2014 Jäger, Johannes / Springler, Elisabeth (2012): Ökonomie der internationalen Entwicklung. Mandelbaum Verlag Heine, Michael/Herr, Hansjörg: Volkswirtschaftslehre – Paradigmenorientierte Einführung in die Mikro- und Makroökonomie. Oldenbourg Verlag 2003 Mankiw, Gregory: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart 2008. Mill, John Stuart: Principles of Political Economy (1848).	

	<p>Mirowski, Philip: More Heat than Light, Economics as Social Physics, Physics as Nature's Economics. Cambridge 1989.</p> <p>Mises, Ludwig von: Grundprobleme der Nationalökonomie, Jena 1933.</p> <p>Schumpeter, Joseph A.: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie, Stuttgart 2005.</p> <p>Smith, Adam: Theory of Moral Sentiments (1759).</p> <p>Smith, Adam: Wealth of Nations (1776).</p> <p>Varian, Hal R.: Grundzüge der Mikroökonomik, Oldenburg 2007.</p> <p>Weber, Max: Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie (1922)</p> <p>Auszüge aus Primärquellen (ökonomische Klassiker)</p>
--	--

BWL BA 07 Externes Rechnungswesen

Modul: BWL BA 07	Modultitel: Externes Rechnungswesen	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1 (empfohlen)	Modulart: Pflichtmodul (BWL mit Praxis); Wahlmodul (BWL ohne Praxis)
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: Deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Ziel der Veranstaltung ist es, die Studierenden mit der Technik des betrieblichen Rechnungswesens vertraut zu machen. Dabei wird besonderer Wert auf die grundlegenden Probleme der doppelten Buchführung gelegt. Die Studierenden sollen nach der Veranstaltung in der Lage sein, sämtliche in einem Unternehmen anfallenden Geschäftsvorfälle vollständig zu erfassen, zu ordnen und zu dokumentieren. Darüber hinaus werden die Studierenden insbesondere mit der Erstellung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses vertraut gemacht.	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Die Buchführung im System des betrieblichen Rechnungswesens • Inventar und Inventur • Bilanzaufbau • Bilanzverändernde Geschäftsvorfälle • Kontenaufbau und Kontentypen • Buchungssätze und ihre Buchung auf Konten • Buchungsabläufe zwischen Eröffnungs- und Schlussbilanz • Erfolgsermittlung • Betriebliche Umsatzprozesse • Umsatzsteuer • Gesamtkostenverfahren und Umsatzkostenverfahren • Anschaffung bzw. Herstellung von Sachvermögen • Personalaufwendungen • Rechnungslegungsinstrumente nach HGB • Funktionen des Jahresabschlusses • Allgemeine Bewertungsgrundsätze • Bewertungsvereinfachungsverfahren • Bewertung von Forderungen • Abschreibungen auf Sachanlagevermögen • Rechnungsabgrenzungsposten • Rückstellungen 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch integrierte Fallstudienarbeit gefestigt, verknüpft und angewandt wird.	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht zur Vermittlung der Grundlagen mit Rückkopplung zum beruflichen Alltag der Studierenden; Fallstudienarbeit in Seminarform; Diskussion im Plenum; Selbststudium.	

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	schriftliche Klausur (60 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre mit Praxis; Betriebswirtschaftliches Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre ohne Praxis; sinnvolle Grundlage für das Modul BA 11 – Investition und Finanzierung.
(Grundlagen-) Literatur:	Bieg, Hartmut: Buchführung. 8. Aufl., Herne 2015. Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz/Waschbusch, Gerd: Externes Rechnungswesen. 6. Aufl., München 2012. Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz/Waschbusch, Gerd: Externes Rechnungswesen in Übungen. München 2012. Döring, Ulrich/Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss. 14. Aufl., Berlin 2015. Wöhe, Günter/Kußmaul, Heinz: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik. 9. Aufl., München 2015. Eisele, Wolfgang/Knobloch, Alois Paul: Technik des betrieblichen Rechnungswesens: Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen. 8. Aufl., München 2011.

BWL BA 08 Quantitative Sozialforschung

Modul: BWL BA 08	Modultitel: Quantitative Sozialforschung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Pflichtmodul (BWL mit Praxis) bzw. Wahlmodul (BWL ohne Praxis)
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Modul Wirtschaftsmathematik und -informatik (BA 01)	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Anwendungsmöglichkeiten und die Bedeutung der Statistik für die empirisch geleitete Forschung • kennen grundlegende Methoden der deskriptiven und der induktiven Statistik sowie deren jeweilige Möglichkeiten und Grenzen • sind in der Lage, zur Lösung gegebener Probleme eine geeignete empirische Untersuchung zu planen, Messinstrumente zu entwickeln, Datenmaterial zu beschaffen, geeignete deskriptive und induktive Analysemethoden auszuwählen, diese mit Hilfe einer statistischen Standardsoftware anzuwenden, die Ergebnisse kritisch zu interpretieren und als Grundlage betriebswirtschaftlicher Entscheidungen zu nutzen 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Zwecksetzungen der Statistik und Anwendungsbereiche in der Wirtschaftswissenschaft • Erhebung, Auswertung, Darstellung von Daten unterschiedlicher Skalenniveaus • Lage- und Streuungsmaße univariater Daten • Kontingenz- und Korrelationsmaße multivariater Daten • Lineare Regression • Stichprobenziehung und Schätzverfahren • Formulierung, Operationalisierung und Testen von Hypothesen • Spezielle Testprobleme (t-Tests, Varianzanalysen) 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Übung zur Quantitativen Sozialforschung	
Lernformen:	Bearbeitung theorie- und praxisrelevanter Aufgaben, Informationserarbeitung aus verschiedenen Quellen, Informationsvermittlung, Fallstudienarbeit, Übungsaufgaben	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit (schriftliche Fallstudienarbeit und mündliche Präsentation)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre mit Praxis; Betriebswirtschaftliches Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre ohne Praxis	
(Grundlagen-)	Caputo, A. u. a.: Arbeitsbuch Statistik, 5. Aufl., Berlin u. a.: Springer,	

Literatur:	2008. Fahrmeir, L. u. a.: Statistik: Der Weg zur Datenanalyse, 7. Aufl., Berlin u. a.: Springer, 2010. Wewel, M. C.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL: Methoden, Anwendung, Interpretation, 3. Aufl., München: Pearson Studium, 2014. Wickham, H.: ggplot2: Elegant graphics for data analysis, Dordrecht u. a.: Springer, 2009.
-------------------	--

BWL BA 09 Internes Rechnungswesen

Modul: BWL BA 09	Modultitel: Internes Rechnungswesen	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Pflichtmodul (BWL mit Praxis); Wahlmodul (BWL ohne Praxis)
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen, es wird jedoch der vorherige Abschluss des Moduls Betriebliche Wertschöpfung (BA 04) empfohlen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Zwecksetzungen und den Grundaufbau „traditioneller“, prozessorientierter sowie wertstrombezogener Kosten- und Erlösrechnungssysteme • beherrschen grundlegende Methoden zur Erfassung, Aufbereitung und Verwendung für die Unternehmensführung relevanter – schwerpunktmäßig kosten- und erlösbezogener – Informationen • sind in der Lage, entsprechende vorbereitende, laufende und fallbezogene Auswertungen selbstständig vorzunehmen • besitzen ein Verständnis für die zweckabhängige Gestaltung sowie die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes von Kosten- und Erlösinformationen zur Fundierung operativer, taktischer und strategischer betriebswirtschaftlicher Entscheidungen • können die Wirkungen unterschiedlicher Methoden und Begriffe des internen Rechnungswesens auf das Verhalten von Menschen in Organisationen kritisch reflektieren. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung, Teilbereiche und Rechengrößen des internen Rechnungswesens • Kostenkategorien und Kostenzurechnungsprinzipien • Grundzüge der Kostenartenrechnung • Grundzüge der kostenstellenbezogenen Kostenplanung und -kontrolle • Kostenträgerstück- und -zeitrechnung, kurzfristige Betriebserfolgsrechnung • Prozessorientierte Kalkulation und Prozesskostenmanagement • Wertstromorientierte Rechnungssysteme 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Übung zum Internen Rechnungswesen	
Lernformen:	Bearbeitung theorie- und praxisrelevanter Aufgaben, Informationserarbeitung aus verschiedenen Quellen, Informationsvermittlung, Praxisvortrag, Fallstudienarbeit, Übungsaufgaben	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und	schriftliche Klausur (60 Minuten)	

Dauer der Prüfung):	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre mit Praxis; Betriebswirtschaftliches Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre ohne Praxis
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Ewert, R./Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, 6. Aufl., Berlin u. a.: Springer, 2005.</p> <p>Haberstock, L./Breithecker, V.: Kostenrechnung I: Einführung, 12. Aufl., Berlin: Erich Schmidt, 2004.</p> <p>Haberstock, L./Breithecker, V.: Kostenrechnung II: (Grenz-)Plankostenrechnung, 9. Aufl., Berlin: Erich Schmidt, 2004.</p> <p>Horngren, C. T./Datar, S. M./Foster, G.: Cost accounting: A managerial emphasis, 13. Aufl., Upper Saddle River (NJ): Pearson/Prentice Hall, 2010.</p> <p>Kilger, W./Pampel, J./Vikas, K.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 12. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2007.</p> <p>Schunter, J. G./Zirkler, B.: Vom Standard Costing zum Value Stream Costing: Eine Analyse auf dem Gebiet der US-amerikanischen Kostenrechnung, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2007, S. 83–99.</p> <p>Schweitzer, M./Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, 8. Aufl., München: Vahlen, 2003.</p> <p>Selders, J.: Controlling und unternehmerisches Denken – nicht unbedingt ein Widerspruch!: Dialogische Führung und das Instrument der Wertbildungsrechnung bei dm drogeriemarkt, in: Controller Magazin 32 (2007), Nr. 1, S. 85–89.</p> <p>Weber, J./Weißberger, B. E.: Einführung in das Rechnungswesen, 8. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2010.</p>

BWL BA 10 Controlling

Modul: BWL BA 10	Modultitel: Controlling	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Pflichtmodul (BWL mit Praxis) / Wahlmodul (BWL ohne Praxis)
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung des Controllings für die Unternehmensführung einzuschätzen, • das Verhältnis zwischen Führung und Controlling zu charakterisieren, • die grundlegenden Controllinginstrumente in typischen Situationen einzusetzen und • die Vor- und Nachteile der Controllinginstrumente zu diskutieren. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen: Selbstverständnis und Aufgaben des Controlling • Balanced Scorecard • Kostenmanagement: Grundlagen, Zero Base Planning und Target Costing • Kontrollrechnungen • Entscheidungsrechnungen: Preisuntergrenzen • Verrechnungspreise • Budgetierung und Beyond Budgeting • Investitionscontrolling • Ökonomische Theorie und Controlling 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung: Controlling Freiwillige Übung zum Controlling Übung: Controlling mit Excel</p>	
Lernformen:	<p>Im Rahmen der Veranstaltungen ‚Controlling‘ werden wesentliche Methoden und Konzepte des Controlling in einer seminaristischen Vorlesung vermittelt, Problemstellungen als planspielgestützte Kurzfallstudien bearbeitet, Lösungsansätze in Gruppenarbeit entwickelt und im Gespräch mit dem Dozenten reflektiert und bewertet.</p>	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (90 Minuten) und Fallstudie mit Excel	
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre mit Praxis; Betriebswirtschaftliches Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre ohne Praxis</p>	
(Grundlagen-)	Battenfeld, D.: Interne Marktorientierung durch Verrechnungspreise.	

Literatur:	<p>Diskussionsbeitrag Nr. 279 des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der FernUniversität in Hagen, 1999</p> <p>Ewert, Ralf u. Wagenhofer, Alfred: Interne Unternehmensrechnung, 6. Auflage, Springer Verlag, Berlin 2005.</p> <p>Horvath, Peter: Controlling, 10. Auflage, Verlag Vahlen, München 2006.</p> <p>Kaplan, Robert S. u. Norton, David P.: Balanced Scorecard – Strategien erfolgreich umsetzen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 1997.</p> <p>Weber, Jürgen und Schäffer, Utz (2006): Einführung in das Controlling, 11. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</p> <p>Weber, J. u. Schäffer, U.: Balanced Scorecard & Controlling – Implementierung – Nutzen für Manager und Controller – Erfahrungen in deutschen Unternehmen, Gabler Verlag, Wiesbaden 2000.</p> <p>Horvath & Partners (Hrsg.): Balanced Scorecard umsetzen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2007.</p>
-------------------	--

BWL BA 11 Investition und Finanzierung

Modul: BWL BA 11	Modultitel: Investition und Finanzierung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2 (empfohlen)	Modulart: Pflichtmodul (BWL mit Praxis); Wahlmodul (BWL ohne Praxis)
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen, es wird jedoch der vorherige Abschluss der Module BA 01 – Wirtschaftsmathematik und -informatik sowie BA 07 – Externes Rechnungswesen empfohlen	Sprache: Deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden grundlegende Kenntnisse über das vielfältige Methodenspektrum der Investitions- und Finanzierungstheorie zu vermitteln. Nach der Veranstaltung kennen die Studierenden entscheidungsbezogene Finanzierungsmöglichkeiten und Investitionsrechenverfahren und können die adäquate Investitionsrechnung für die gegebene betriebliche Entscheidungssituation auswählen und anwenden.	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebliche Einordnung der Investitionsrechnung • Statische Verfahren der Investitionsrechnung • Finanzmathematische Grundlagen der Investitionsrechnung • Klassische dynamische Verfahren der Investitionsrechnung • Erweiterung der Kapitalwertmethode • Optimale Nutzungsdauer und optimaler Ersatzzeitpunkt • Das Marktzinsmodell in der Investitionsrechnung • Finanzierungsarten – Systematisierungsansätze • Offene und stille Selbstfinanzierung • Finanzierung aus Rückstellungen • Finanzierung durch Vermögensumschichtung • Umfinanzierung • Finanzmärkte • Außenfinanzierung durch Eigenkapital • Außenfinanzierung durch Fremdkapital 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch integrierte Fallstudienarbeit gefestigt, verknüpft und angewandt wird.	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht zur Vermittlung der Grundlagen mit Rückkopplung zum beruflichen Alltag der Studierenden; Fallstudienarbeit in Seminarform; Diskussion im Plenum; Selbststudium.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und	schriftliche Klausur (60 Minuten)	

Dauer der Prüfung):	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre mit Praxis; betriebswirtschaftliches Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre ohne Praxis.
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Beike, Rolf/Schlütz, Johannes: Finanznachrichten lesen – verstehen – nutzen. 6. Aufl., Stuttgart 2015.</p> <p>Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz/Waschbusch, Gerd: Finanzierung in Übungen. 3. Aufl., München 2013.</p> <p>Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz/Waschbusch, Gerd: Investition in Übungen. 3. Aufl., München 2015.</p> <p>Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz: Finanzierung. 2. Aufl., München 2009.</p> <p>Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz: Investition. 3. Aufl., München 2016.</p> <p>Däumler, Klaus-Dieter/Grabe, Jürgen: Anwendung von Investitionsrechnungsverfahren in der Praxis. 5. Aufl., Herne 2010.</p> <p>Däumler, Klaus-Dieter/Grabe, Jürgen: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung. 13. Aufl., Herne 2014.</p> <p>Eilenberger, Guido: Betriebliche Finanzwirtschaft. 8. Aufl., München 2013.</p> <p>Gräfer, Horst/Schiller, Bettina/Rösner, Sabrina: Finanzierung. 8. Aufl., Berlin 2014.</p> <p>Hölscher, Reinhold: Investition, Finanzierung und Steuern. München 2010.</p> <p>Kruschwitz, Lutz/Husmann, Sven: Finanzierung und Investition. 7. Aufl., München 2012.</p> <p>Kruschwitz, Lutz: Investitionsrechnung. 14. Aufl., München 2014.</p> <p>Perridon, Louis/Steiner, Manfred/Rathgeber, Andreas: Finanzwirtschaft der Unternehmung. 16. Aufl., München 2012.</p> <p>Wöhe, Günter/Bilstein, Jürgen/Ernst, Dietmar/Häcker, Joachim: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 11. Aufl. 2013.</p>

BWL BA 13 Organisation

Modul: BWL BA 13	Modultitel: Organisation	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Begriffe und Konzepte der Organisationslehre einzuordnen, • aktuelle Konzepte der Organisationsforschung vor dem Hintergrund der Entwicklung des Faches zu beurteilen, • die Gestaltungsparameter der Organisation zur Bildung geeigneter (strategiekonformer, anreizkompatibler, motivierender) Strukturkonfigurationen anzuwenden, • Interdependenzen zwischen Organisation, Personal und Führung zu erkennen und einzuordnen, • grundlegende Methoden der Organisation auf Praxisfälle anzuwenden. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Die Veranstaltung ‚Grundlagen der Organisationsgestaltung‘ führt ein in die Begrifflichkeit betriebswirtschaftlicher Organisationslehre und zeigt die theoretische Entwicklung der Disziplin seit Weber und Fayol auf. Im Mittelpunkt stehen dann die zentralen Parameter der organisatorischen Strukturgestaltung, d.h. der organisatorischen Differenzierung (Arbeitsteilung) und der organisatorischen Integration (Koordination). Aus den Gestaltungsparametern abgeleitete aufbauorganisatorische Konfigurationen wie funktionale, divisionale, Matrix-, Netzwerk und Projektorganisation werden hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile (Motivationswirkung, Schnittstellenmanagement, strategische Ausrichtung u.a.) kritisch geprüft. Neben der formalen Dimension der geplanten Organisationsstrukturgestaltung werden emergente und informale Prozesse (Unternehmenskultur, Mikropolitik, Pfadabhängigkeit) als wesentliche Determinanten des tatsächlichen Organisationsgeschehens erfasst. Insbesondere werden innovative Formen der Organisation (Selbstorganisation, Teal-Organisationen) anhand aktueller Fallstudien sowohl aus Sicht der individuellen Beschäftigten (Motivationswirkung) sowie der Gesamtunternehmung (Kordinationswirkung, Zielerreichung) analysiert.</p> <p>Die Veranstaltung ‚Organisation aus sozialorganischer Perspektive‘ betrachtet anhand von Fallstudien die Interaktion von Organisation, Aktoren und Führung (Kooperation) im sozialen Organismus der Unternehmung.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung/Übung: Grundlagen der Organisationsgestaltung Vorlesung/Übung: Organisation aus sozialorganischer Perspektive	
Lernformen:	Vorlesungselemente dienen zur Wissensvermittlung der grundlegenden Konzepte und Theorien, die kritische Reflektion der vorgestellten Ansätze erfolgt jedoch in interaktiver Form durch Gruppenarbeit und Diskussion im	

	Plenum. Anhand von integrierten Kurzfallstudien erarbeiten die Studierenden außerdem konkrete Lösungsansätze für praxisbezogene Problemstellungen im Bereich Organisation. In der Übung wird eine umfangreiche Praxisfallstudie in dialogischer Form von Studierenden und Dozent aufgearbeitet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (90 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bea, F. X. und E. Göbel: Organisation. Stuttgart, Lucius&Lucius, 2002.</p> <p>Laloux, F. (2014). Reinventing Organizations: A Guide to Creating Organizations Inspired by the Next Stage of Human Consciousness, Nelson Parker.</p> <p>Malone, T. W. (2004). The Future of Work: How the New Order of Business Will Shape Your Organization, Your Management Style and Your Life. Boston, Harvard Business Review Press.</p> <p>Rehn, Götz E.: Modelle der Organisationsentwicklung, Bern und Stuttgart, 1979.</p> <p>Rosenstiel, L. v.: Grundlagen der Organisationspsychologie. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, 2003.</p> <p>Schreyögg, G.: Organisation. Wiesbaden, Gabler. 2008.</p> <p>Schreyögg, G. und J. Koch: Grundlagen des Managements. Wiesbaden, Gabler, 2009.</p> <p>Steiner, Rudolf: Nationalökonomischer Kurs, Dornach, 1931.</p> <p>Steiner, Rudolf: Wirtschaft – Ideen zur Neugestaltung. Hrsg. Götz Rehn; Stuttgart, 2011.</p> <p>Witzenmann, Herbert: Sozialorganik – Ideen zu einer Neugestaltung der Wirtschaft, Pforzheim, 1998.</p>

BWL BA 14 Mitarbeiterführung und Arbeitsgestaltung

Modul: BWL BA 14	Modultitel: Mitarbeiterführung und Arbeitsgestaltung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Ziel der Veranstaltung ist der reflektierte Umgang mit den zentralen Theorien und Ansätzen des Mitarbeitermanagements und der Führungsforschung sowie die Befähigung, praktische Probleme in den Bereichen Arbeitsgestaltung, Motivation und Führung analytisch zu durchdringen und mittels der Gestaltungsinstrumente der Personal- und Führungsfunktionen qualifizierte Lösungen zu entwickeln. Die Studierenden werden in die Lage versetzt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die theoretische und praktische Entwicklung von Mitarbeitermanagement und Personalwissenschaft sowie der Führungsforschung nachzuvollziehen und neuere Ansätze vor diesem Hintergrund kritisch einzuordnen • die heterogenen Interessen von Arbeitnehmern und Arbeitgebern in Bezug auf die Ausgestaltung des Arbeitssystems und der Führungsfunktionen zu identifizieren • Methoden und Instrumentarien des Mitarbeitermanagements sowie Führungsstile und -ansätze vor dem Hintergrund dieser Interessenpluralität zu beurteilen • rechtliche Fragen des Mitarbeitermanagements strukturiert zu bearbeiten • alternative Konzeptionen der Führung zu analysieren und zu bewerten • die Einbettung von Personal- und Führungsaufgaben in den Gesamtorganismus der Unternehmung sowie das gesellschaftliche Umsystem zu erfassen und daraus Schlüsse für die in der individuellen, organisationalen und gesellschaftlichen Dimension sinnvolle Gestaltung des innerbetrieblichen Arbeitssystems zu ziehen. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Mitarbeitermanagement ist zu einem strategischen Erfolgsfaktor der Unternehmensführung geworden. Es durchdringt alle Tätigkeitsfelder der Unternehmung und betrifft (und beschäftigt) neben der Personalabteilung ein breites Spektrum von Akteuren und Funktionen (Mitarbeiter, Führungskräfte, Mitarbeitervertreter; Strategie, Organisation, Produktion, Unternehmensentwicklung etc.). Dabei haben die Akteure des Personalmanagements jeweils unterschiedliche Interessen und Bedürfnisse, denen durch die zunehmend individualisierte Gestaltung der Personalfunktionen Rechnung getragen wird. Hier geht das Modul insbesondere auch auf Ansätze zur Lebensphasenorientierung in der Personalarbeit ein. Heterogen sind auch die Bedürfnisse und Vorstellungen der Akteure zu ‚guter‘ Führung – hier gilt es insbesondere die Führungssituation als interaktiven Prozess zwischen Führern und Geführten zu verstehen.</p> <p>Die Veranstaltung bietet einen Überblick über Optionen der Gestaltung</p>	

	<p>des Arbeitssystem sowie der Führungsbeziehung. Sie umfasst im Einzelnen folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung des Gegenstands der Personalwirtschaft (Akteure des Personalmanagements, organisationaler und institutioneller Rahmen) • Einführung in konkurrierende Theoriekonzepte der Personalwirtschaftslehre (Motivationstheorien u.a.) • Gestaltungsoptionen des Mitarbeitermanagements: Mitarbeiterplanung und –beschaffung, Arbeitsgestaltung (Mitarbeitereinsatz, Arbeitsplatzgestaltung, Arbeitszeit), Mitarbeiterentwicklung, Anreizsysteme und Personalbeurteilung • Gestaltungsoptionen der Führungsaufgabe • Theorieansätze und Konzepte der Führung im historischen Kontext <p>Die in der Veranstaltung vorgestellten Modelle und Instrumentarien werden jeweils aus rechtlicher, strategischer, motivations-theoretischer und ökonomischer Perspektive analysiert und mit konkreten Anwendungsbeispielen verbunden.</p> <p>In der Übung wird anhand einer umfassenden Fallstudie die sozialorganische Perspektive als ganzheitlicher und integrativer Ansatz von Führung und Mitarbeitermanagement eingeführt und diskutiert. Integrativer Bestandteil des Moduls ist weiterhin die Veranstaltung ‚Personal- und Arbeitsrecht‘, die den gesetzesrechtlichen Rahmen des Mitarbeitermanagements thematisiert. Im Unterschied zu vielen anderen Managementbereichen (Strategie, Organisation, Führung, Planung und Kontrolle) ist der Gestaltungsspielraum in der Arbeitsgestaltung wesentlich durch nationalgesetzliche Vorgaben determiniert.</p>
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung/Übung: Arbeitsgestaltung und Motivation Vorlesung/Übung: Führung und Mitarbeitermanagement aus sozialorganischer Perspektive Vorlesung/Übung: Personal- und Arbeitsrecht</p>
Lernformen:	<p>Vorlesungselemente dienen zur Wissensvermittlung der grundlegenden Konzepte und Theorien, die kritische Reflektion der vorgestellten Ansätze erfolgt in interaktiver Form durch Gruppenarbeit und Diskussion im Plenum.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>Seminararbeit (Personal) und Klausur (Führung und Arbeitsrecht, 60 Minuten)</p>
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre</p>
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bröckermann, Reiner: Personalwirtschaft. Stuttgart; Schäffer-Poeschel, 2007. Holtbrügge, Dirk: Personalmanagement. Berlin: Springer, 2007. Marr, Rainer und Stitzel, Michael: Personalwirtschaft. Ein konfliktorientierter Ansatz. München: Verlag moderne industrie, 1979. Neuberger, Oswald: Führen und führen lassen, Stuttgart, 2002. Oechsler, Walter A.: Personal und Arbeit. München: Oldenbourg 2006. Preis, Ulrich: Arbeitsrecht, Praxis-Lehrbuch zum Individualarbeitsrecht, 3. Aufl. Schmidt, 2009. Rehn, Götz E.: Die „Befreiung“ der Führung. In: Dellbrügger, Peter/ Werner, Götz (Hrsg.): Wozu Führung? Dimensionen einer Kunst, 82-</p>

	<p>92, Karlsruhe: KIT Scientific Publishing, 2013.</p> <p>Rehn, Götz E./ Mollenhauer, Micheal/ Sommerlatte, Tom: Aus Erkenntnis zu einer Haltung gelangen. In: Keuper, Frank/Sommerlatte, Tom (Hrsg.): Vertrauensbasierte Führung – Credo und Praxis, Heidelberg: Springer, 2016.</p> <p>Schreyögg, Georg und Koch, Jochen: Grundlagen des Managements. Wiesbaden: Gabler, 2009.</p> <p>Steiner, Rudolf: Wirtschaft – Ideen zur Neugestaltung. Hrsg. Götz Rehn; Stuttgart, 2011.</p> <p>Von Rosenstiel, Lutz: Grundlagen der Organisationspsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2003.</p>
--	--

BWL BA 15 Marketing

Modul: BWL BA 15	Modultitel: Marketing	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 180 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 120 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • im Rahmen des Prozesses der strategischen Marketingplanung eine Marketingstrategie in operative Maßnahmen umzusetzen und • zur Informationsbeschaffung grundlegende Marktforschungstechniken einzusetzen. 	
Inhalte des Moduls:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Käuferverhalten <ul style="list-style-type: none"> • Kaufentscheidungen • Beeinflussung des Kaufverhaltens • Werbewirkungsmessung 2. Vertiefung der Marketinginstrumente aus der ABWL II <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationspolitik • Produkt- und Markenpolitik • Preispolitik • Distributionspolitik • Verkaufspsychologie 3. Marktforschung <ul style="list-style-type: none"> • Marktforschungsexperimente • Messung von Einstellungen • Fragebogendesign und Quantitative Marktforschung 4. Strategisches Marketing 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung: Marketing Freiwillige Übung: Marketing	
Lernformen:	Im Rahmen der Veranstaltungen „Marketing“ werden wesentliche Methoden und Konzepte des Marketing in einer seminaristischen Vorlesung vermittelt, konkrete Problemstellungen als (teilweise planspielgestützte) Kurzfallstudien bearbeitet, Lösungsansätze in Gruppenarbeit entwickelt und im Gespräch mit dem Dozenten reflektiert und bewertet. In der Fallstudie führen die Studierenden in Kleingruppen eine empirische Untersuchung durch und werten die erhobenen Daten aus. An dem von ihnen erhobenen Datensatz vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse in der Datenanalyse aus dem Modul Statistik und empirische Forschung.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (60 Minuten) und Fallstudie	
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	

(Grundlagen-) Literatur:	<p>Becker, Jochen: Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, 8., überarb. und erw. Aufl., Vahlen, München, 2006.</p> <p>Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 10., überarb. Aufl., Wiesbaden 2001.</p> <p>Bruhn, M. (2007): Kommunikationspolitik, 4. Aufl. Vahlen, München, 2007</p> <p>Esch (Hrsg.): Moderne Markenführung, 4. Aufl.</p> <p>Herrmann, A./Homburg, C.: Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, 2., aktual. Aufl., Wiesbaden 2000.</p> <p>Homburg/Krohmer: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden 2003.</p> <p>Hüttner, M.: Grundzüge der Marktforschung, 7., überarb. Aufl., Oldenbourg 2002.</p> <p>Kloss: Werbung, München 2003.</p> <p>Kotler, P. / Bliemel, F.: Marketing-Management, 10. Auflage, Schäffer-Poeschl, Stuttgart, 2001.</p> <p>Nieschlag/Dichtl/Hörschgen: Marketing, Berlin 2002.</p> <p>Meffert, Heribert: Markenmanagement, Gabler, Wiesbaden, 2005.</p> <p>Olbrich, Rainer: Marketing, 2. Aufl., Springer, Berlin, 2006.</p> <p>Olbrich, R. u. Battenfeld, D.: Preispolitik: Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch, Berlin 2007.</p> <p>Parasuraman, A.: Marketing Research, Addison-Wesley, Reading u. a., 1986.</p> <p>Simon, H. u. Fassnacht, M.: Preismanagement. Strategie – Entscheidung – Analyse – Umsetzung, Wiesbaden 2008.</p>
-------------------------------------	--

Wahlfächer und Spezialisierungsmodule

BWL BA 02 Web-Business

Modul: BWL BA 02	Modultitel: Web Business	
Modulverantwortlicher: Dr. Tilo Hildebrandt		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3 – 6 (empfohlen)	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 30 Stunden Vorlesung/Seminar 30 Stunden Online E-Learning
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen; Mindestteilnehmerzahl: 5	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden erhalten einen umfassenden Überblick zu den ökonomischen Prozessen im Web auf der Basis des Mediums Internet. Die Studierenden werden: <ul style="list-style-type: none"> • den Aufbau und die Charakteristika des Internet kennen lernen, • Rationalisierungspotenziale des Internet bewerten, • Marketing und Vertrieb mit dem Internet lernen, • Controlling und Optimierung des Web-Business praktisch anwenden und • ökonomische Strategien im Web umsetzen können. 	
Inhalte des Moduls:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Basisinnovation Internet <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsnetze • World Wide Web • Interaktive Massenmedien 2. Ökonomie in Netzwerken <ul style="list-style-type: none"> • Industrie 4.0 • Potenziale und Skaleneffekte • Produktions-, Transaktionskosten 3. Netzeffekte und virtuelle Communitys <ul style="list-style-type: none"> • Technische Potenziale • Aufbau und Wachstum 4. Wertschöpfungsketten <ul style="list-style-type: none"> • Marktformen • Vergütungsformen • Ertragsmodelle 5. Praxis des Web-Business <ul style="list-style-type: none"> • Hauptfragen zur Web-Präsenz • Analyse der Zielgruppe (Soll-Konzept) • Vorlage zum Aufbau einer Präsenz • Struktur, Eigenschaften, Usability 6. Vertrieb im Web <ul style="list-style-type: none"> • Konversionspyramide • Conversion Tracking • Berichtswesen • Controlling • ROI-Rechnungen 7. Marketing im Web <ul style="list-style-type: none"> • Kooperatives Marketing • Suchmaschinenoptimierungen 	

	<ul style="list-style-type: none"> • CRM, Newsletter (Texten) • Social Marketing • PPC, PPV, PPS Modelle • Marketingplan <p>8. Betriebswirtschaftliches Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kalkulationsgrundlagen • Potenzialberechnungen • ROI Rechnungen • Ganzheitliches Reporting • Dynamische Optimierung <p>9. Strategien im Web-Business</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prinzipien als Orientierungshilfen • Wachstumsstrategien
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch integrierte Fallstudienarbeit gefestigt, verknüpft und angewandt wird.
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht, E-Learning, fallstudienbasierte Partner- und Gruppenarbeit, Diskussion im Plenum
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	schriftliche Klausur (60 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Konsum und Handel im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Hildebrandt, T. (2015): Web-Business Basiswissen. E-Learning Kurs W3L-Verlag, Witten</p> <p>Hildebrandt, T. (2016): Web-Business Controlling und Optimierung. DBV-Verlag, Gernsbach</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Schmidt, Holger (Hrsg.): Die Potenziale der Internet Ökonomie. ISBN 3-89843-046-4</p> <p>Zerdik, et al.: Die Internet Ökonomie. ISBN 3-540-66877-2</p> <p>Hagel, John (1997): Net Gain – Profit im Netz: Märkte erobern mit virtuellen communities. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-409-18959-9</p> <p>Hudetz, Kai (Hrsg., 2005): E-Commerce im Handel – Status quo und Perspektiven. Gernsbach: dbv ISBN 3-88640-109-X</p> <p>Peters, Ralf (2010): Internet-Ökonomie. Heidelberg, Springer-Verlag.</p>

BWL BA 06 Volkswirtschaftslehre - Vertiefung

Modul: BWL BA 06	Modultitel: Volkswirtschaftslehre - Vertiefung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Steffen Koolmann		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2.	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: BA 05 Volkswirtschaftslehre	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden kennen die Grundlagen des ordnungs- und wirtschaftspolitischen Instrumentariums und haben einen Überblick über wirtschaftspolitische Imperative relevanter ökonomischer Paradigmen. Sie können aktuelle wirtschaftspolitische Diskurse reflektieren und die jeweiligen Implikationen für ihre betriebswirtschaftliche Praxis abschätzen.	
Inhalte des Moduls:	Übersicht über das ordnungs- und wirtschaftspolitische Instrumentarium von Staaten und Staatenbünden in einer globalisierten Welt. Aufbauend auf dem wirtschaftstheoretischen Grundwissen aus der Veranstaltung VWL werden die wirtschaftspolitischen Imperative relevanter ökonomischer Paradigmen (Liberalismus, Neoklassik, Keynesianismus, Politische Ökonomie, Gemeingüterökonomik, etc.) erörtert und kontrastiert. Arbeit oder Fallstudie zu einer selbstgewählten wirtschaftspolitischen Problemstellung aus differenzierten Perspektiven.	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Seminar; das Seminar sieht Gruppen- und Eigenarbeiten zur exemplarischen Anwendung der gewonnenen Erkenntnis auf Fallbeispiele vor.	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht mit Vorlesungselementen, Referaten, Gruppenarbeiten und -diskussionen, Fallstudie	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Regelmäßige aktive Teilnahme, schriftlich ausgearbeitetes Referat (mit Präsentation)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Ökonomie und Gesellschaft“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-) Literatur:	Brodbeck: Karl-Heinz: Grundlagen der Wirtschaftspolitik, Würzburg 1998 Daly, Herman: Beyond Growth. The Economics of Sustainable Development. East Sussex 1997. Felderer, Bernhard und Stefan Homburg: Makroökonomik und neue Makroökonomik. Berlin 2005 Friedman, Milton: Capitalism and Freedom (1962) Georgescu-Roegen, Nicholas: The Entropy Law and the Economic Process. Cambridge (Mass.) 1971. Hass, Egmont: Stabilitätspolitik in der sozialen Marktwirtschaft. Schwalbach/Ts. 2010	

	<p>Hayek, Friedrich A.: Studies in Philosophy, Politics and Economics, London 1967.</p> <p>Heine, Michael und Herr, Hansjörg: Volkswirtschaftslehre – Paradigmenorientierte Einführung in die Mikro- und Makroökonomie. Oldenbourg Verlag 2003</p> <p>Jäger, Johannes / Springler, Elisabeth: Ökonomie der internationalen Entwicklung. Mandelbaum Verlag 2012</p> <p>Keynes, John Maynard: The General Theory of Employment, Interest, and Money (1936)</p> <p>Klump, Rainer: Wirtschaftspolitik – Instrumente, Ziele und Institutionen. Pearson 2013</p> <p>Mankiw, Gregory Nicholas: Macroeconomics, New York 2002</p> <p>Ostrom, Elinor: Governing the Commons. The Evolution of Institutions of Collective Action, Cambridge (Mass) 1990.</p> <p>Schumpeter, Joseph A.: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie (1942)</p> <p>Auszüge aus Primärquellen (ökonomische Klassiker)</p>
--	---

BWL BA 20 Logistik und Supply Chain Management

Modul: BWL BA 20	Modultitel: Logistik und Supply Chain Management	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4 / 6	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: BA 04 – Betriebliche Wertschöpfung, BA 01 – Wirtschaftsmathematik und – informatik; Mindestteilnehmerzahl: 4	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Aufgaben, Ziele und Rahmenbedingungen der Logistik als funktions- und organisationsübergreifender Querschnittsfunktion • können wichtige logistische Entscheidungsprobleme identifizieren, einordnen, strukturieren und formal darstellen • kennen die wesentlichen ökonomischen, ökologischen und sozialen Wirkungszusammenhänge im Hinblick auf inner- und überbetriebliche Stoff- und Informationsflüsse und sind in der Lage, diese in ganzheitlicher Perspektive zu überblicken • kennen wesentliche Lösungsverfahren für logistische Entscheidungsprobleme und können diese, ggf. unter Einsatz informationstechnischer Hilfsmittel, anwenden • wissen um die Voraussetzungen, Möglichkeiten und Grenzen der unterschiedlichen Verfahren und sind in der Lage, geeignete Methoden für gegebene betriebliche Problemstellungen auszuwählen 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung logistischer Netzwerke (z.B. Standortplanung, strategische Lagerpositionierung) • Informationssysteme im Supply Chain Management • Nachfrage-, Bedarfs- und Available-to-Promise-Planung • Sicherheitsbestandsplanung und Bullwhip-Effekt • Distributions-, Transport- und Tourenplanung • Lineare und gemischt-ganzzahlige lineare Optimierung 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen	
Lernformen:	Fallstudienarbeit in Kleingruppen mit EDV-Einsatz, Wissensvermittlung aus verschiedenen Quellen, Diskussion in Gruppen und im Plenum, Praktikervortrag und/oder Exkursion	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit (schriftliche und mündliche Fallstudienarbeit)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Nachhaltiges Wertschöpfungs- und Logistik-Management“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-)	Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management, 4th ed.,	

Literatur:	<p>Harlow: Financial Times Prentice-Hall, 2011.</p> <p>Gehrlein, W. V.: Operations Management Cases, Boston (MA) u.a.: McGraw-Hill/Irwin, 2005.</p> <p>Simchi-Levi, D./Chen, X./Bramel, J.: The Logic of Logistics: Theory, Algorithms, and Applications for Logistics and Supply Chain Management, 2. Aufl., Berlin u.a.: Springer, 2004.</p> <p>Stadtler, H./Kilger, C. (Hrsg.): Supply Chain Management and Advanced Planning: Concepts, Models, Software and Case Studies, 4. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer, 2008.</p> <p>Tayur, S./Ganeshan, R./Magazine, M.: Quantitative Models for Supply Chain Management, Boston/Dordrecht/London: Kluwer, 1999.</p> <p>Thonemann, U. u.a. (Hrsg.): Supply Chain Excellence im Handel: Trends, Erfolgsfaktoren und Best-Practice-Beispiele, Wiesbaden: Gabler, 2005.</p> <p>Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2010.</p>
-------------------	---

BWL BA 23 Produktions- und Dienstleistungsmanagement

Modul: BWL BA 23	Modultitel: Produktions- und Dienstleistungsmanagement	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3 / 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: BA 04 – Betriebliche Wertschöpfung, BA 01 – Wirtschaftsmathematik und – informatik; Mindestteilnehmerzahl: 4	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen strategische, taktische und operative Ziele, Aufgaben und Restriktionen des Managements betrieblicher Leistungserstellung (Sachgüterproduktion und Dienstleistung) • kennen unterschiedliche Konzepte und Systeme zur Planung der Leistungserstellung, die wesentlichen darin zur Anwendung kommenden Methoden und Verfahren sowie deren jeweilige Einsatzvoraussetzungen, Stärken und Schwächen • können unterschiedliche Typen der Leistungserstellung nach planungsrelevanten Merkmalen unterscheiden und jeweils geeignete Konzepte zur Planung und -steuerung der betreffenden Leistungsprozesse auswählen • kennen die Spezifika der Dienstleistungserstellung in Abgrenzung zur Sachgüterproduktion und die Möglichkeiten und Grenzen des Transfers jeweiliger produktionstheoretischer Konzepte 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Sachgüterproduktion und Dienstleistungsprozesse • Produktionsplanungs- und -steuerungssysteme, ERP-System • Push-, Pull- und hybride Konzepte • MRP-II-Konzept • Just-in-time-Konzept, Lean Production und Kanban • Theory of Constraints und Drum-Buffer-Rope-Konzept • Grundzüge der Warteschlangentheorie, Möglichkeiten der Anwendung zur Prozessplanung • Bestandssteuernde Verfahren, CONWIP-Konzept 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen	
Lernformen:	Wissensvermittlung aus verschiedenen Quellen, Fallstudienarbeit in Kleingruppen mit EDV-Einsatz, Diskussion in Gruppen und im Plenum, Praktikervortrag und/oder Exkursion	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Mündliche Prüfung (30 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Nachhaltiges Wertschöpfungs- und Logistik-Management“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	

(Grundlagen-) Literatur:	<p>Gehrlein, William V.: Operations Management Cases, Boston (MA) u.a.: McGraw-Hill/Irwin, 2005.</p> <p>Goldratt, E. M./Cox, J.: The goal: A process of ongoing improvement, 3rd ed., Great Barrington (MA): North River Press, 2004.</p> <p>Hopp, W. J./Spearman, M. L.: Factory Physics, 3. Aufl., Boston (MA) u. a.: McGraw-Hill, 2007.</p> <p>Johnston, R. u.a.: Cases in Operations Management, 3rd ed., Harlow u.a.: Prentice Hall Financial Times, 2003.</p> <p>Suri, R.: Quick response manufacturing: A companywide approach to reducing lead times, New York (NY): Productivity Press, 1998.</p> <p>Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3. Aufl., München: Pearson Studium, 2015.</p> <p>Vollmann, T. E./Berry, W. L./Whybark, D. C.: Manufacturing planning and control systems for supply chain management: The definitive guide for professionals, 5th ed., McGraw-Hill, 2004.</p> <p>Zelewski, S./Hohmann, S./Hügens, T.: Produktionsplanungs- und -steuerungssysteme: Konzepte und exemplarische Implementierungen mithilfe von SAP R/3, München: Oldenbourg, 2008.</p>
-------------------------------------	--

BWL BA 25 Marketingmanagement und Konsumkritik

Modul: BWL BA 25	Modultitel: Marketingmanagement und Konsumkritik	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen; Mindestteilnehmerzahl: 5	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • integrierte Marketingstrategien für nationale und internationale Märkte zu entwerfen, • verschiedene Methoden zur Informationsbeschaffung und -analyse zu bewerten, • Konsumentenleitbilder (z.B. neoklassische vs. informations-ökonomische) auf die Ausgestaltung konkreter Marketingstrategien hin zu überprüfen, • Marketingstrategien hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf nachhaltiges Konsumentenverhalten kritisch zu reflektieren. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Im Mittelpunkt stehen Methoden des Entwurfs von integrierten Marketingstrategien und ihre operative Umsetzung mittels ausgewählter Marketing- und Kommunikationsinstrumente auf nationalen und internationalen Märkten. Als Lehrmaterial dienen ausgewählte wissenschaftliche Veröffentlichungen und Fallbeispiele z. B. im Bereich des Nachhaltigkeitsmarketings.</p> <p>Dabei werden Marketingstrategien eben nicht zwangsläufig als Instrumente zur Absatzsteigerung begriffen, sondern auch als Kommunikationsmittel über Unternehmensdienstleistungen/-produkte in die organisationale Umwelt. Dann kann Marketing aber auch zum nachhaltigen bzw. kritischen Konsumverhalten anregen.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung: Marketingmanagement Vorlesung: Konsumkritik	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht mit Gruppenarbeiten und Fallbeispielen	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit	
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Konsum und Handel“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Backhaus, K./Büschken, J./Voeth, M. 2003: Internationales Marketing, 5., überarb. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2003.</p> <p>Backhaus, K. u .a. (2016): Multivariate Analysemethoden – eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin, Springer Gabler 2016.</p> <p>Baumgarth: Markenpolitik, 3. Aufl., Wiesbaden 2008.Berndt,</p>	

	<p>R./Hermanns, A.: Handbuch Marketing-Kommunikation: Strategien - Instrumente – Perspektiven, Gabler Verlag, 2012.</p> <p>Becker: Marketing Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, Verlag Vahlen 2009.</p> <p>Braun, N./ Keuschnigg, M. (2013): Konsum, Kaufverhalten und Konformität, in: ebd. (Hrsg.): Wirtschaftssoziologie II. Anwendungen. München, S. 129-152</p> <p>Bruhn, M.: Unternehmens- und Marketingkommunikation: Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement, 3. Auflage, Verlag Vahlen, München 2014.</p> <p>Deresky, H. K. 2008: International Management: Managing Across Borders and Cultures, 6th edition, Prentice Hall.</p> <p>Esch (Hrsg.): Moderne Markenführung, 4. Aufl.</p> <p>Helsen, K./Kotabe, M. 2007: International Marketing Management, 4th edition, John Wiley & sons.</p> <p>Kenning, Peter & Wobker, Inga (2013): Ist der „mündige Verbraucher“ eine Fiktion? Ein kritischer Beitrag zum aktuellen Stand der Diskussion um das Verbraucherleitbild in den Wirtschaftswissenschaften und der Wirtschaftspolitik, in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik: zfwu, Jg. 14, Heft 2, S.282-300.</p> <p>Kotler/Bliemel: Marketing-Management. Analyse, Planung und Verwirklichung, München 2006.</p> <p>Olbrich. u.a. (2012): Marktforschung – Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch, Springer, Berlin 2012.</p> <p>Reisch, Lucia A. & Oehler, Andreas (2009): Behavioral Economics: Eine neue Grundlage für die Verbraucherpolitik, in: Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung, Jg. 78, Heft 3, S. 30-43.</p>
--	---

BWL BA 29 Interdisziplinäre Kunstübungen – erweiterter Kunstbegriff

Modul: BWL BA 29	Modultitel: Interdisziplinäre Kunstübungen – erweiterter Kunstbegriff	
Modulverantwortlicher: Prof. Thomas Egelkamp, Prof. Andrea Heidekorn		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5 (empfohlen)	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 105 Stunden
		davon Selbststudium: 105 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Mindestteilnehmerzahl: 8	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Der Studierende erlebt die Kunst als fachübergreifend und interdisziplinär. In Vorlesungen und praktischen Seminaren erfährt er künstlerisches Empfinden und Handeln als wesentliche Qualitäten, die in allen menschlichen Lebensbereichen und Arbeitsfeldern wirksam werden können. Der Einsatz künstlerischer Methoden im Sinne des erweiterten Kunstbegriffes wird an Beispielen erkundet.	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Interdisziplinäre Ansätze künstlerischen Arbeitens • Der erweiterte Kunstbegriff • Kunst und Kommunikation • Künstlerische Übungen als Förderung von Schlüsselkompetenzen • Sozialkünstlerische Übungen <p>Die Übertragung künstlerischer Erfahrungen und Arbeitsformen auf andere Arbeitsfelder, hier v. a. in Zusammenhang mit der Betriebswirtschaft, ist der Inhalt dieser Einheit. Kunst als Mittel zur Entdeckung, Entfaltung und Gestaltung menschlicher, sozialer, wirtschaftlicher Problembereiche wird greifbar.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung, Seminar	
Lernformen:	Kompaktseminar Vorlesungen und Informationsvermittlung Praktische Übungen in Seminarform Bearbeitung theoretischer und praxisrelevanter Themen	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Teilnahmenachweise werden durch regelmäßige und aktive Mitarbeit erworben. Scheinerwerb durch Portfolio, das zeitnah zu erstellen ist.	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Kunst in der Unternehmensgestaltung“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre.	
(Grundlagen-) Literatur:	nach Bedarf	

BWL BA 50 Alternative Ansätze in der Wirtschaftsforschung

Modul: BWL BA 50	Modultitel: Alternative Ansätze in der Wirtschaftsforschung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: Keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Pluralität der Ansätze und Richtungen ökonomischer und wirtschaftswissenschaftlicher Forschung zu erfassen und • die vorgestellten ökonomischen Theorien auf praktische Probleme anzuwenden und die Theorien kritisch zu reflektieren. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Die konkreten Inhalte werden auf der Grundlage aktueller Entwicklungen in der ökonomischen Theorie von Zeit zu Zeit angepasst und jeweils zu Beginn des Moduls bekannt gegeben; exemplarische Inhalte entsprechend dem aktuellem Stand sind:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Spieltheorie und Allmenderessourcen <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand der Spieltheorie • Spiele in strategischer und extensiver Form <ul style="list-style-type: none"> ○ Gleichgewichte in dominanten Strategien ○ Das Nash-Gleichgewicht ○ Teilspielperfekte Gleichgewichte ○ Das wiederholte Gefangenendilemma ○ Nash-Gleichgewichte in gemischten Strategien • Allmenderessourcen <ul style="list-style-type: none"> ○ Die Tragödie der Allmende: Ein Gefangenendilemma ○ Allmenderessourcen als n-Personen Gefangenendilemma ○ Die Verfassung der Allmende 2. Experimentelle Wirtschaftsforschung <ul style="list-style-type: none"> • Kooperation: Investition in öffentliche Güter • Fairness: Das Ultimatum- und das Diktatorspiel • Solidarität: Das Solidaritätsspiel • Interaktion zwischen kooperationsbereiten (social man) und rein nutzenorientiert handelnden (rational man) Individuen 3. Entscheidungsverhalten zwischen Rationalität und Irrationalität <ul style="list-style-type: none"> • Ökonomische Rationalität • Psychologische Rationalität • Rationalität, Emotion und Intuition 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seminaristische Vorlesung: Spieltheorie und Allmenderessourcen 2. Seminaristische Vorlesung: Experimentelle Wirtschaftsforschung 3. Seminaristische Vorlesung: Entscheidungsverhalten zwischen Rationalität und Irrationalität 	
Lernformen:	<p>Im Rahmen der Veranstaltungen zu dem Modul „Alternative Ansätze in der Wirtschaftsforschung“ werden ausgewählte ökonomische Theorien in einer seminaristischen Vorlesung vermittelt, Lösungsansätze in Gruppenarbeit entwickelt und im Gespräch mit dem Dozenten reflektiert und bewertet.</p>	

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Mündliche Prüfung (30 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Akerlof, G. A. u. Shiller, R. J.: Animal Spirits – Wie Wirtschaft wirklich funktioniert, Campus Verlag 2009.</p> <p>Becker, G. S. (1992): The economic way of looking at life, Nobel Lecture, Dezember 1992.</p> <p>Bettman, J. R./Luce, M. F./Payne, J. W. (1998): Constructive consumer choice processes, in: Journal of Consumer Research 25, Nr. 3, S. 187–217.</p> <p>Block, W. E./Barnett, W., II (2012): Transitivity and the money pump, in: The Quarterly Journal of Austrian Economics 15, Nr. 2, S. 237–251.</p> <p>Camerer, C. F. u. Thaler, R. H.: Anomalies – Ultimatums, Dictators and Manners, in: Journal of Economic Perspectives, 1995, S. 209 – 219.</p> <p>Camerer, C. F. u. Fehr, E.: When does „Economic Man“ dominate social behavior?, in: Science, Vol. 311, S. 47 ff.</p> <p>Carter, J. R. u. Irons, M. D.: Are Economists different, and if so why?, in: Journal of Economic Perspectives, 1991, S. 171 – 177.</p> <p>Diekmann, A./Voss, T. (2004a): Die Theorie rationalen Handelns: Stand und Perspektiven, in: Diekmann, A./Voss, T. [Hrsg.]: Rational-Choice-Theorie in den Sozialwissenschaften, München: Oldenbourg, S. 13–29.</p> <p>Diekmann, A./Voss, T. [Hrsg.] (2004b): Rational-Choice-Theorie in den Sozialwissenschaften, München: Oldenbourg.</p> <p>Dijksterhuis, A. (2004): Think different: The merits of unconscious thought in preference development and decision making, in: Journal of Personality and Social Psychology 87, Nr. 5, S. 586–598.</p> <p>Dijksterhuis, A./Nordgren, L. F. (2006): A theory of unconscious thought, in: Perspectives on Psychological Science 1, Nr. 2, S. 95–109.</p> <p>Dijksterhuis, A. u. a. (2006): On making the right choice: The deliberation-without-attention effect, in: Science 311, S. 1005–1007.</p> <p>Frank, R. H. et al: Does Studying Economics Inhibit Cooperation, in: Journal of Economic Perspectives, 1993, S. 159 – 171.</p> <p>Fudenberg, Tirole: Game Theory, MIT 1991.</p> <p>Furubotn, E.G. u. Richter, R.: Neue Institutionenökonomik: Eine Einführung und kritische Würdigung, 3. Aufl., 2003.</p> <p>Gigerenzer, G. (2007): Gut feelings: The intelligence of the unconscious, New York (NY): Viking.</p> <p>Gigerenzer, G./Goldstein, D. G. (1996): Reasoning the fast and frugal way: Models of bounded rationality, in: Psychological Review 103, Nr. 4, S. 650–669.</p> <p>Holler, Illing: Einführung in die Spieltheorie, Berlin 2006.</p> <p>Hopp, W. J./Spearman, M. L.: Factory Physics, 3. Aufl., Boston (MA) u. a.: McGraw-Hill, 2007.</p> <p>Kahneman, D. (2003): A psychological perspective on economics, in: American Economic Review 93, Nr. 2, S. 162–168.</p> <p>Kahneman, D. (2011): Thinking, fast and slow, New York (NY): Farrar, Straus and Giroux.</p> <p>Kahneman, D./Tversky, A. (1984): Choices, Values, and Frames, in: American Psychologist 39, Nr. 4, S. 341–350.</p>

	<p>Lehrer, J. (2009): How we think, New York (NY): Houghton Mifflin Harcourt.</p> <p>Mazar, N., Amir, O., Ariely D. (2008): The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance, Journal of Marketing Research, Vol. XLV, December 2008, S. 633–644.</p> <p>Myerson, R. B.: Game theory: Analysis of conflict, 4. Aufl., Cambridge (MA)/London: Harvard University Press, 1997.</p> <p>Ockenfels, A. u. Weimann, J.: Type and patterns: an experimental East-West-German comparison of cooperation and solidarity, in: Journal of Public Economics, 1999, S. 275 – 287.</p> <p>Ostrom, E.: Die Verfassung der Allmende – Jenseits von Staat und Markt, Tübingen 1999.</p> <p>Simon, H. A. (1982): Models of bounded rationality: Empirically grounded economic reason, Cambridge (MA): MIT Press.</p> <p>Simon, H. A. (1990): Invariants of human behavior, in: Annual Review of Psychology 41, S. 1–19.</p>
--	--

BWL BA 51 Social Business Management

Modul: BWL BA 51	Modultitel: Social Business Management	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Steffen Koolmann		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: Keine spezifischen; für Studierende der Spezialisierung „Social Innovation und Business Design“ wird der Abschluss des Moduls BA 56 empfohlen; Mindestteilnehmerzahl: 8	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden,</p> <ul style="list-style-type: none"> • wissen, worin sich das Management einer sozialorientierten bzw. gemeinnützigen Unternehmung (NGO) im Grundsatz von der Führung eines „klassischen“ Unternehmens unterscheidet, • können aufzeigen, wie in einer NGO die Bereiche Organisation (Strukturen und Prozesse), Steuerung (Planung und Kontrolle) sowie Willensbildung und Entscheidungsfindung gestaltet sein müssen, um erfolgreich am Markt zu bestehen, • beherrschen praktische Handhabungen, die es ihnen ermöglichen, selbst (haupt- oder ehrenamtlich) in einer NGO tätig werden zu können. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Perspektiven des Dritten Sektors und der Zivilgesellschaft – zukünftige Marktsegmente für gemeinnützige Organisationen • Die Behauptung von NGO im Spannungsfeld zwischen Markt und Staat • Ziel- und aufgabenorientierte Rechtsformen im Gemeinnützigkeitsbereich • Optimiertes System-, Marketing- und Ressourcenmanagement für eine erfolgreiche NGO 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>In der seminaristischen Veranstaltung werden mittels Fallstudien zunächst Ziele, Strategien und Strukturen erfolgreicher wie auch gescheiterter NGOs analysiert, reflektiert und problematisiert.</p> <p>In Form von fallspezifischen Gruppenarbeiten werden die Ergebnisse präsentiert und mit Kommilitonen, dem Dozenten und externen Experten bewertet.</p>	
Lernformen:	Vorlesung, Fallstudienarbeit, Gruppenarbeit	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Fallstudienarbeit	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in den Spezialisierungen „Social Innovation und Business Design“ und „NGO-Management“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	

(Grundlagen-) Literatur:	<p>Badelt, Christoph/Michael Meyer/Ruth Simsa (Hrsg.): Handbuch der Nonprofit Organisation. Strukturen und Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2007</p> <p>Birkhölzer, Karl/Ansgar Klein/Eckhardt Priller/Annette Zimmer (Hrsg.): Dritter Sektor/Drittes System. Theorie, Funktionswandel und zivilgesellschaftliche Perspektiven, VS: Wiesbaden 2005</p> <p>Fröse, Marlies W. (Hrsg.): Management Sozialer Organisationen. Beiträge aus Forschung und Praxis – Das Darmstädter Management-Modell, Haupt: Bern/Stuttgart/Wien 2005</p> <p>Helmig, Bernd/Robert Purtschert (Hrsg.): Nonprofit-Management – Beispiel für Best-Practices im Dritten Sektor, Gabler: Wiesbaden 2006</p> <p>Helmig, Bernd/Robert Purtschert/Reinbert Schauer, Dieter Witt (Hrsg.): Nonprofit-Organisationen und Märkte. 7. Internat. Colloquium der NPO-Forscher im März 2006 an der Universität Freiburg/Schweiz, DUV: Wiesbaden 2007</p> <p>Schwarz, Peter: Organisation in Nonprofit-Organisationen. Grundlagen, Strukturen, Haupt: Bern/Stuttgart/Wien 2005</p> <p>Schwarz, Peter/Robert Purtschert/Carles Giroud/Reinbert Schauer: Das Freiburger Management-Modell für Nonprofit-Organisationen, 6. Auflage, Haupt: Bern/Stuttgart/Wien 2009</p>
---------------------------------	--

BWL BA 52 Sustainable Entrepreneurship

Modul: BWL BA 52	Modultitel: Sustainable Entrepreneurship	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jacob Hörisch		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3 / 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen, es wird jedoch der vorherige Abschluss der Module BA 03 Grundlagen der Unternehmensführung, BA 04 Betriebliche Wertschöpfung“ und BA 05 Volkswirtschaftslehre empfohlen; Mindestteilnehmerzahl: 6	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftliche Zusammenhänge ganzheitlich wahrzunehmen, zu analysieren und zu gestalten, • Ökologische und soziale Auswirkungen von Unternehmertum zu erkennen und zu diskutieren • Bedürfnisse einzelner oder gesellschaftlicher Gruppen zu erkennen und Wege zur Befriedigung dieser Bedürfnisse zu finden, • Abstrakte (Geschäfts-)Ideen oder Innovationen in reale Problemlösungen (Produkte/Dienstleistungen) umzusetzen, • Geschäftsmodelle für die Umsetzung dieser Problemlösung zu entwickeln und die betreffende Umsetzung zu initiieren und zu begleiten, • Bestehende Konzepte und Fälle von Entrepreneurship zu bewerten, • Ihre Rolle als Unternehmer in Arbeitswelt und Gesellschaft zu erkennen und Initiative und unternehmerische Tatkraft zu entfalten. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffsklärung und verwandte Konzepte • Die Rolle von Entrepreneurship für nachhaltige Entwicklung • Dimensionen und Effekte von (sustainable) Entrepreneurship • Entrepreneurship und Innovation • Entwickeln von Geschäftsideen • Geschäftsmodelle (Business Model Canvas) • Business Plan • Start-Up Management & Finanzierung von Entrepreneurship • Phasen von Entrepreneurship • Chancen und Risiken von Entrepreneurship 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung: In der Vorlesung werden die inhaltlichen Grundlagen des Entrepreneurship vermittelt.</p> <p>Seminar: Die seminaristischen Sitzungen dienen dazu, dass Gelernte durch eigenständige Arbeiten zu reflektieren.</p> <p>Übung: In der Übung entwickeln die Studierenden eigene Geschäftsideen, sowie darauf aufbauend Geschäftsmodelle und Business-Pläne.</p>	
Lernformen:	Vorlesung; Gastvorträge; Übungsaufgaben; Fallstudien; Gruppenarbeit	

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Präsentation: Präsentation einer eigenständig entwickelten Geschäftsidee und eines Geschäftsmodell. Dauer ca. 45 Minuten.
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in den Spezialisierungen „Social Innovation & Business Design“ und „NGO-Management“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bygrave, W.; Zacharakis, A. (Hg.) (2011): Entrepreneurship. Hoboken, N.J: Wiley.</p> <p>Hörisch, J. (2015): The Role of Sustainable Entrepreneurship in Sustainability Transitions: A Conceptual Synthesis against the Background of the Multi-Level Perspective. Administrative Sciences 5, S. 286–300.</p> <p>Schaltegger, S. (2010): Unternehmerische Nachhaltigkeit als Treiber von Unternehmenserfolg und Strukturwandel, in: Wirtschaftspolitische Blätter, 57. Jg., Nr. 4, 495-503.</p> <p>Volkman, Christine K.; Tokarski, Kim Oliver; Ernst, Kati (2012): Social entrepreneurship and social business. An introduction and discussion with case studies. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Werner, G. W. (2008): Entrepreneurship I. Skript. Universität Karlsruhe (TH), Karlsruhe. Interfakultatives Institut für Entrepreneurship.</p> <p>Werner, G. W. (2008): Entrepreneurship II. Skript. Universität Karlsruhe (TH), Karlsruhe. Interfakultatives Institut für Entrepreneurship.</p> <p>Werner, G. W. (2013): Womit ich nie gerechnet habe. Berlin: Econ.</p> <p>Whitman, J. (2011): Social Entrepreneurship: An Overview. In: W. Bygrave und A. Zacharakis (Hg.): Entrepreneurship. Hoboken, N.J: Wiley, S. 563–582.</p>

BWL BA 53 Nachhaltigkeitsmanagement

Modul: BWL BA 53	Modultitel: Nachhaltigkeitsmanagement	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jacob Hörisch		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen, es wird jedoch der vorherige Abschluss der Module BA 03 „Grundlagen der Unternehmensführung“, BA 04 „Betriebliche Wertschöpfung“ und BA 05 „Volkswirtschaftslehre“ empfohlen; Mindestteilnehmerzahl: 6	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden haben Kenntnis der Grundlagen des Nachhaltigkeitskonzepts und können die Rolle von Unternehmen für Nachhaltigkeit analysieren. Sie setzen sich mit ökologischen und sozialen Fragestellungen in einem Unternehmen auseinander und können für spezifische Unternehmen Berührungspunkte der jeweiligen Kerngeschäftstätigkeit zu Themen unternehmerischer Nachhaltigkeit identifizieren.</p> <p>Die Studierenden können die Umsetzung systematischer Nachhaltigkeitsmanagementmaßnahmen in Unternehmen anstoßen, etablieren, evaluieren und weiterentwickeln. Sie kennen ausgewählte Standards des Nachhaltigkeitsmanagements und können Nachhaltigkeitsberichte fundiert analysieren.</p> <p>Die Studierenden kennen Methoden des Nachhaltigkeitsmanagement und können die Voraussetzungen für die Anwendung dieser Methoden benennen sowie die Umsetzung dieser Methoden in Unternehmen initiieren und begleiten. Sie sind in der Lage die Stakeholder/Anspruchsgruppen von Unternehmen zu identifizieren und können die Bedeutung der jeweiligen Anspruchsgruppen bewerten.</p>	
Inhalte des Moduls:	<p>Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Konzept der Nachhaltigkeit und seine Geschichte • Ethische Grundlagen der Nachhaltigkeit und Relevanz für Unternehmen <p>Nachhaltigkeitsmanagement in der Praxis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte zur Umsetzung unternehmerischer Nachhaltigkeit • Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagementsysteme • Standards und Zertifikate des Nachhaltigkeitsmanagements • Nachhaltigkeit und Strategie • Methoden unternehmerischen Nachhaltigkeitsmanagements • Stakeholder-Management • Nachhaltigkeit in Wertschöpfungsketten <p>Messung, Steuerung und Kommunikation der unternehmerischen Nachhaltigkeitsperformance</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> • Ökobilanzierung • Nachhaltigkeitskennzahlen • Sustainability Balanced Scorecard <p>Nachhaltigkeitsberichterstattung</p>
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung: In der Vorlesung werden die Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements vermittelt</p> <p>Seminar: Die seminaristischen Sitzungen dienen dazu, dass Gelernte durch eigenständige Arbeiten zu reflektieren und in praxisorientierten Übungen einzusetzen.</p>
Lernformen:	Vorlesung; Gastvorträge; Seminar; Fallstudien
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (60 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in den Spezialisierungen „Nachhaltige Unternehmensführung“ und „Nachhaltiges Wertschöpfungs- und Logistik-Management“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Carroll, A. B. (1991): The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. In: Business Horizons 34 (4), S. 39–48.</p> <p>Baumast, A.; Pape, J. (Hg.) (2013): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement. Stuttgart: UTB.</p> <p>Hörisch, J.; Freeman, R. E.; Schaltegger, S. (2014): Applying Stakeholder Theory in Sustainability Management: Links, Similarities, Dissimilarities, and a Conceptual Framework. Organization & Environment 27 (4), 328–346.</p> <p>Porter, M.; Kramer, M. (2011): Creating Shared Value. In: Harvard Business Review 94, S. 62–77.</p> <p>Schaltegger, S. (2010): Unternehmerische Nachhaltigkeit als Treiber von Unternehmenserfolg und Strukturwandel, in: Wirtschaftspolitische Blätter, 57. Jg., Nr. 4, 495-503.</p> <p>Schaltegger, S.; Herzig, C.; Kleiber, O.; Klinke, T.; Müller, J. (2007): Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen. Von der Idee zur Praxis: Managementansätze zur Umsetzung von Corporate Social Responsibility und Corporate Sustainability. Lüneburg: BMU/BDI/CSM.</p> <p>Schaltegger, S.; Hörisch, J.; Windolph, S.E; Harms, D. (2012): Corporate Sustainability Barometer 2012. Centre for Sustainability Management. Lüneburg.</p>

BWL BA 54 Social Banking

Modul: BWL BA 54	Modultitel: Social Banking	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 6 (empfohlen)	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen; Mindestteilnehmerzahl: 8	Sprache: Deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Ziel der Veranstaltung ist es zum einen, die Studierenden mit den klassischen Grundlagen des Bankwesens vertraut zu machen, wobei der Schwerpunkt auf die Funktionen, Risiken und Produkte von Banken sowie deren Beaufsichtigung gelegt wird. Zum anderen wird das Ziel verfolgt, den Studierenden die Bedeutung eines nachhaltigen Bankensektors für eine Volkswirtschaft zu vermitteln. Nach der Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein, die positiven und negativen Beiträge des Bankensektors für eine ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltige Entwicklung anhand aktueller Beispiele zu erläutern und innovative Ansätze und Entwicklungen im Bankensektor in Bezug auf ihre Nachhaltigkeit zu beurteilen.	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Transformationsfunktionen von Finanzintermediären • Bankenstruktur in Deutschland • Klassische Bankprodukte • Bankbetriebliche Risiken und Regulierung des Bankensektors • Alternative Bankensysteme • Banking und Nachhaltigkeit • Social Banking und Social Banks – Definitionen, Entwicklung und Akteure • Deklarationen und Leitfäden zur Förderung eines nachhaltigeren Bankwesens • Nachhaltigkeitsorientierte Bankprodukte • Impact Assessment der Leistungen von Social Banks • Risiken und aktuelle Herausforderungen von Social Banks 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch Praxisberichte gefestigt, verknüpft und angewandt wird.	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht zur Vermittlung der Grundlagen mit Rückkopplung zum beruflichen Alltag der Studierenden; Diskussion im Plenum; Selbststudium.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Social Banking, Finance	

	und Innovation“im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre;
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bieg, Hartmut/Krämer, Gregor/Waschbusch, Gerd: Bankenaufsicht in Theorie und Praxis. 4. Aufl., Frankfurt am Main 2011.</p> <p>Bouma, Jan/Jeucken, Marcel/Klinkers, Leon (Hrsg.): Sustainable Banking - The greening of finance. 2001.</p> <p>Büschgen, Hans E.: Bankbetriebslehre. 5. Aufl., Wiesbaden 1998.</p> <p>Eilenberger, Guido: Bankbetriebswirtschaftslehre. 8. Aufl., München 2012.</p> <p>Grill, Hannelore/Perczynski, Hans: Wirtschaftslehre des Kreditwesens. 49. Aufl., Troisdorf 2015.</p> <p>Hartmann-Wendels, Thomas/Pfingsten, Andreas/Weber, Martin: Bankbetriebslehre, 6. Aufl., Heidelberg 2015.</p> <p>Jeucken, Marcel: Sustainability in Finance: Banking on the Planet. 2004</p> <p>Jeucken, Marcel: Sustainable Finance & Banking: The Financial Sector and the Future of the Planet. 2002.</p> <p>Tolkmitt, Volker: Neue Bankbetriebslehre. 2. Aufl., Wiesbaden 2007.</p> <p>Yunus, Muhammad: Banker to the poor: The Story of the Grameen Bank. 2001.</p>

BWL BA 55 Social Finance

Modul: BWL BA 55	Modultitel: Social Finance	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5 (empfohlen)	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen; Mindestteilnehmerzahl: 8	Sprache: Deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Ziel der Veranstaltung ist es, die Studierenden mit innovativen und nachhaltigen Konzepten aus den Bereichen Investition und Finanzierung vertraut zu machen. Nach der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, aufzuzeigen, welche Faktoren einer größeren Nachhaltigkeit des Finanzsektors im Wege stehen und welche innovativen Ansätze zur Schaffung eines nachhaltig(er)en Finanzsektors mittlerweile entwickelt worden sind.	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Anlagekriterien • Nachhaltigkeitsratings • Mikrofinanz • Green Bonds • Crowd Funding • P2P-lending • Islamic Finance • Regionalgeld • Kunst und Finanzen • Energiewende und Finanzen 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch Praxisberichte gefestigt, verknüpft und angewandt wird.	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht zur Vermittlung der Grundlagen mit Rückkopplung zum beruflichen Alltag der Studierenden; Diskussion im Plenum; Selbststudium.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in den Spezialisierungen „Social Banking, Finance und Innovation“, „NGO-Management“ und „Ökonomie und Gesellschaft“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Boll, Dirk: Kunst ist käuflich – Freie Sicht auf den Kunstmarkt. Zürich 2009.</p> <p>Bouma, Jan/Jeucken, Marcel/Klinkers, Leon (Hrsg.): Sustainable Banking – The greening of finance. 2001.</p> <p>Martin Faust/Stefan Scholz (Hg.): Nachhaltige Geldanlagen – Produkte,</p>	

	<p>Strategien und Beratungskonzepte. Frankfurt am Main 2008.</p> <p>Felder-Kuzu, Naoko: Kleiner Einsatz, große Wirkung - Mikrofinanzierung und Mikrofranchising – Modelle gegen die Armut. Zürich 2008.</p> <p>Figge, Frank: Öko-Rating. Heidelberg 2000.</p> <p>Gassner, Michael/Wackerbeck, Philipp: Islamic Finance. 2. Aufl., Köln 2010.</p> <p>Hesse, Helmut/Issing, Otmar: Geld und Moral. München 1994.</p> <p>Mahlknecht, Michael: Islamic Finance. Weinheim 2008.</p> <p>Sons, Sebastian: „Islamic Finance“ und die Finanzmarktkrise. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Heft 20/2009, S. 33–38.</p> <p>Strebel-Aerni, Brigitte (Hrsg.): Standards für nachhaltige Finanzmärkte. Köln 2008.</p> <p>Thornton, Sarah: Sieben Tage in der Kunstwelt. 2. Aufl., Frankfurt am Main 2009.</p>
--	---

BWL BA 56 Social Innovation

Modul: BWL BA 56	Modultitel: Social Innovation	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen; Mindestteilnehmerzahl: 7	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • die duale Beziehung zwischen Institutionen/sozialen Strukturen und Akteurshandeln zu verstehen • alternative Strategien der ‚institutional work‘ und des institutionellen Wandels zu analysieren und zu bewerten • die Rolle von Identitäten und Diskursen im institutionellen Wandel zu verstehen • Projekte und Ansätze, die zu soziale Innovationen beitragen, zu entwickeln und zu gestalten 	
Inhalte des Moduls:	<p>In diesem Modul werden Unternehmen (Organisationen) und Unternehmer (Individuen) in ihrer Rolle als soziale Innovatoren und institutionelle Entrepreneurre betrachtet. Die Veranstaltung fokussiert dabei zunächst auf der Analyse der Interaktion zwischen Akteuren und Institutionen/Normen auf Basis aktueller wissenschaftlicher Literatur im Bereich Social Innovation und Institutional Change. Die Literaturarbeit macht dabei erkennbar, welche Strategien Akteure einsetzen, um Veränderung in den sozialen Normen herbeizuführen und wie sie beispielsweise Diskurse prägen, die ihrerseits zu institutionellen Veränderungen beitragen. Institutionen werden dabei gemäß Giddens ‚Aktor-Struktur-Dualismus‘ (Giddens, 1984) sowie Battilana et al.’s ‚paradox of embedded agency‘ (Battilana, Leca, Boxenbaum, 2009) in ihrer interaktionalen Konstituierung und dadurch auch in ihrer Gestaltbarkeit durch Akteure sichtbar. Die theoretische Arbeit wird ergänzt durch konkret-praktische Arbeit an einem eigenen Projekt zur sozialen Innovation im Lebensumfeld der Teilnehmer.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar und Übung	
Lernformen:	Referate und Präsentationen zu zentralen Forschungsergebnissen im Bereich Social Innovation und Institutional Change; interaktive Lernformen (Workshop, Projektarbeit u.a.) zur Durchdringung und Anwendung der zunächst theoretisch erarbeiteten Ansätze	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit (60% der Gesamtnote) und Präsentation (40% der Gesamtnote)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in den Spezialisierungen „Social Innovation and Business Design“ und „Social Banking, Finance and Innovation“ im	

	Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Das Modul basiert auf der Arbeit mit state-of-the-art Zeitschriftenaufsätzen zum Forschungsfeld Institutional Change und Social Innovation. Die Aufsätze werden jeweils zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt, um ihren aktuellen Bezug und Entwicklungsstand zu gewährleisten.</p> <p>Weitere Literatur:</p> <p>Bates, S. M. (2012). <i>The Social Innovation Imperative</i>. New York, McGraw-Hill.</p> <p>DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (Eds.). 1991. <i>The New Institutionalism in Organizational Analysis</i>. Chicago: University of Chicago Press.</p> <p>Hackenberg, H., & Empter, S. (Eds.). 2011. <i>Social Entrepreneurship - Social Business: Für die Gesellschaft unternehmen</i>. Wiesbaden: VS Verlag.</p> <p>Lang, R. and A. Schmidt, Eds.: <i>Individuum und Organisation</i>. Wiesbaden, Deutscher Universitäts-Verlag, 2007.</p> <p>Lawrence, T. B., & Suddaby, R. 2006. <i>Institutions and Institutional work</i>. In S. R. Clegg, C. Hardy, T. B. Lawrence, & W. R. Nord (Eds.), <i>Handbook of Organization Studies</i>, 2 ed.: 215-254. London: Sage.</p> <p>Ortmann, G., J. Sydow, et al.: <i>Theorien der Organisation</i>. Opladen, 2000.</p> <p>Schwartz, B. (2012). <i>Rippling: How Social Entrepreneurs Spread Innovation Throughout the World</i>. San Francisco, Jossey-Bass.</p> <p>Scott, W. R.: <i>Institutions and Organizations</i>. Thousand Oaks, Calif., Sage, 1995.</p> <p>Weibler, J. and J. Deeg: <i>Die Integration von Individuum und Organisation</i>. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008.</p>

BWL BA 57 Betriebswirtschaftliche Projektarbeit

Modul: BWL BA 57	Modultitel: Betriebswirtschaftliche Projektarbeit	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3 – 6	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: nach Bedarf
		davon Selbststudium: 210 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, in jedem Semester	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein Thema aus einem anwendungsbezogenen betriebswirtschaftlichen Problemfeld angemessen abzugrenzen, • dieses Thema weitgehend selbständig und unter Einsatz geeigneter betriebswirtschaftlicher Methoden zu bearbeiten, • die Wahl einer Vorgehensweise zur Bearbeitung der gegebenen Problemstellung und die Planung und Organisation der notwendigen Arbeitsschritte zu dokumentieren und kritisch zu reflektieren, • eigenständig Lösungsansätze für die betriebswirtschaftliche Problemstellung zu erarbeiten, systematisch darzustellen und in Beziehung zum betriebswirtschaftlichen Theoriekontext zu setzen, • eine schriftliche wissenschaftliche Arbeit in angemessener Form anzufertigen 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstständige Planung, Dokumentation und Reflexion eines Projekts in einem betriebswirtschaftlichen Handlungsfeld. • Schriftliche Dokumentation und Erläuterung, theoretische Kontextualisierung sowie kritische Reflexion der Arbeitsergebnisse. 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Weitgehend eigenständige Projektarbeit, individuelle Betreuung nach Bedarf	
Lernformen:	Weitgehend eigenständige anwendungsbezogene wissenschaftliche Arbeit unter bedarfsbezogener, individueller Betreuung.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Corsten, H./Corsten, H./Gössinger, R.: Projektmanagement, 2. Aufl., München u.a.: Oldenbourg, 2008.</p> <p>Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik – Methodik – Form, 15. Aufl., München: Vahlen, 2011.</p>	

BWL BA 59 Green Human Resource Management

Modul: BWL BA 59	Modultitel: Green Human Resource Management	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 6	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss des Moduls BA 14 Mitarbeiterführung und Arbeitsgestaltung oder äquivalente Leistung	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Mitarbeiter als zentrales Potential für die nachhaltige Entwicklung von Unternehmen zu erkennen und zu mobilisieren • Ansatzpunkte für nachhaltige Personalarbeit zu identifizieren, zu analysieren und umzusetzen • Die Funktionen der Personalarbeit (Rekrutierung, Personalentwicklung, ...) im Hinblick auf die nachhaltige Transformation von Unternehmen weiterzuentwickeln • Grüne Life-Work Spillover-Effekte für die Unternehmensentwicklung nutzbar zu machen 	
Inhalte des Moduls:	<p>Das Modul Green HRM erarbeitet systematisch Optionen für die Gestaltung eines nachhaltigen und umweltorientierten Personalmanagements in Unternehmen. Es adressiert dabei drei Handlungsfelder: (i) Green HRM ermöglicht auf der Mikro-Ebene Möglichkeiten zur Gestaltung individuell umweltorientierten Verhaltens (z.B. sensibler Umgang mit Energie am Arbeitsplatz, Recycling); (ii) Green HRM eröffnet auf der Instrumentenebene Optionen für die Verankerung und Weiterentwicklung der unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategie (z.B. durch die Rekrutierung und Beteiligung nachhaltig orientierter Mitarbeiter); (iii) Green HRM bildet eine Basis für die Entwicklung hin zu einer nachhaltigeren Unternehmenskultur (green transformation). Die Umweltorientierung im ‚Green HRM‘ verbindet sich dabei notwendig mit der sozialen, ökonomischen und kulturellen Dimension von Nachhaltigkeit (sustainable HRM). Der Ansatz betont die besondere Dringlichkeit und das Potential der Personalarbeit als Ressource für eine nachhaltige und klimaneutrale Arbeitsweise im Unternehmenskontext. Er sucht dabei gezielt nach Ansatzpunkten zur Überwindung der organisationaler Trägheit und Barrieren sowie der ‚attitude-behavior-gap‘ in der umweltspsychologischen Verhaltensforschung.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar	
Lernformen:	Referate und Präsentationen zu zentralen Ansatzpunkten des Green HRM; interaktive Lernformen (Gruppenarbeiten, Rollenspiele u.a.) zur nachhaltigen Entwicklung von Personalarbeit und Personalfunktionen	
Voraussetzungen für die Vergabe von	Seminararbeit (60% der Gesamtnote) und Präsentation (40% der Gesamtnote)	

Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Nachhaltige Unternehmensführung“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Das Modul basiert vor allem auf der Arbeit mit aktuellen Zeitschriftenaufsätzen zum Forschungsfeld Green HRM. Die Aufsätze werden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt, um ihren aktuellen Bezug und Entwicklungsstand zu gewährleisten.</p> <p>Weitere Literatur:</p> <p>Cohen, E. (2010). CSR for HR: A necessary partnership for advancing responsible business practices. Sheffield: Greenleaf.</p> <p>Ehnert, I. (2009). Sustainable Human Resource Management: A conceptual and exploratory analysis from a paradox perspective. Heidelberg: Physica-Verlag.</p> <p>Ehnert, I., Harry, W., & Zink, K. (2014). Handbook of sustainability and Human Resource Management. Springer: Berlin.</p> <p>Renwick, D. W. S., et al. (2013). "Green Human Resource Management: A Review and Research Agenda*." <i>International Journal of Management Reviews</i> 15(1): 1-14.</p> <p>Jackson, S. E., Renwick, D. W. S., Jabbour, C. J. C., & Muller-Camen, M. (2011). State-of-the-art and future directions for green Human Resource Management: Introduction into the special issue. <i>Zeitschrift für Personalforschung</i>, <i>25</i>(2), 99-116.</p> <p>Wehrmeyer, W. (ed) (1996). <i>Greening People: Human Resources and Environmental Management</i>. Sheffield: Greenleaf Publishing.</p> <p>Ramus, Catherine A. (2002). Encouraging innovative environmental actions: what companies and managers must do. <i>Journal of World Business</i>, <i>37</i>, 151-164.</p> <p>Sonenshein, S., DeCelles, K., & Dutton, J. (2014). It's not easy being green: Self-evaluations and their role in explaining support of environmental issues. <i>Academy of Management Journal</i>, <i>57</i>(1), 7-37.</p>

BWL BA 60 Wirtschaft und soziale Verantwortung

Modul: BWL BA 60	Modultitel: Wirtschaft und Soziale Verantwortung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Steffen Koolmann		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: BA 05 Volkswirtschaftslehre	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Ziel der Veranstaltung ist den Studierenden die Möglichkeit zu bieten ihre individuelle Haltung zum Verantwortungsprinzip zu entwickeln und die Konsequenzen hieraus einzuschätzen und zu bewerten. Am Ende der Veranstaltung können sie das Problem eines sozial verantwortlichen Wirtschaftens in den makroökonomischen und den mikroökonomischen Kontext einordnen,	
Inhalte des Moduls:	Zentrale Lerninhalte dieses Seminars sind das Verantwortungsprinzip in der Marktwirtschaft und die Stellungnahmen aus verschiedenen Perspektiven sowie die Betrachtung von alternativen Wirtschaftskonzepten. Weiter wird es um Leitideen modernen Wirtschaftens und Orte (Individuum, Markt, Gesellschaft) wirtschaftsethischer Verantwortung gehen. Die Teilnehmer beschäftigen sich mit dem Verhältnis von Markt, Eigeninteressen und Moral, Geltendmachung moralischer Werte unter den Bedingungen gesellschaftlicher Wirklichkeit sowie assoziativen Wirtschaftens und Mitverantwortung.	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung mit integrierten Fallstudien	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht zur Vermittlung von Grundlagen mit Schwerpunkt der Reflexion in Bezug auf wirtschaftliche Handlungen auf makroökonomischer und mikroökonomischer Ebene. Ein die Veranstaltung abschließender Workshop mit externen Experten ermöglicht den Studierenden das zuvor Erkannte zu einem eigenen Ansatz zur Übernahme sozialer Verantwortung zu verdichten.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Mündliche Prüfung	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in den Spezialisierungen „Nachhaltige Unternehmensführung“ und „Ökonomie und Gesellschaft“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-) Literatur:	Bertelsmann Stiftung (2006): Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Abrufbar unter: http://www.bertelsmannstiftung.de/cps/rde/xbcr/bst/CSR_lay.pdf Eisenstein, Charles (2013): Ökonomie der Verbundenheit. Berlin – München: Scorpio Verlag Franz, Jürgen H.(2014): Nachhaltigkeit, Menschlichkeit, Scheinheiligkeit.	

	<p>Philosophische Reflexionen über nachhaltige Themen. München: Oekom Verlag</p> <p>Heidbrink, Hirsch (Hg.) (2008): Verantwortung als Marktwirtschaftliches Prinzip. Zum Verhältnis von Moral und Ökonomie. Frankfurt/New York: Campus Verlag</p> <p>Helfrich, Sike (2012): Commons. Für eine neue Politik jenseits von Markt und Staat. In Silke Helfrich und Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.) (2008): Commons. Bielefeld: Transcript Verlag. Abrufbar unter http://www.boell.de/de/content/commons-fuer-eine-neue-politik-jenseits-von-markt-und-staat.</p> <p>Hemel, Ulrich (2007): Wert und Werte. Ethik für Manager – Leitfaden für die Praxis. München: Carl Hanser Verlag</p> <p>Pavan, Sukhdev (2013): Corporation 2020. Warum wir Wirtschaft neu denken müssen. München: oekom Verlag</p> <p>Priddat, Birger P. (2007): Moral als Indikator und Kontext von Ökonomie. In: Beschorner, Thomas und Kettner, Matthias und Nutzinger Hans G. und Panther, Stephan und Wieland, Josef (Hg.): Ethik und Ökonomie. Band 3. Marburg: Metropolis-Verlag.</p> <p>Rogall, Holger (Hg.) (2011): Jahrbuch Nachhaltige Ökonomie. ...im Brennpunkt: „Wachstum“. Marburg: Metropolis-Verlag.</p> <p>Rogall, Holger (Hg.) (2011): Grundlagen einer nachhaltigen Wirtschaftslehre. Volkswirtschaftslehre für Studierende des 21. Jahrhunderts. Marburg: Metropolis-Verlag.</p> <p>Ullrich, Peter (2005): Zivilisierte Marktwirtschaft. Eine wirtschaftsethische Orientierung. Freiburg im Breisgau: Herder Verlag.</p>
--	--

BWL BA 61 Handelsmanagement und Arbeit im Handel

Modul: BWLBA 61	Modultitel: Handelsmanagement und Arbeit im Handel	
Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Eva-Maria Walker		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3 / 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen; Mindestteilnehmerzahl: 5	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Modelle, Konzepte und Gegenstandsbereiche des Handelsmanagements sowie der (Organisation von) Arbeit im Handel zu verstehen, zu analysieren und einzuordnen. • im Rahmen einer Fallstudie ihre Kenntnisse anzuwenden und exemplarisch für einen Gegenstandsbereich der Veranstaltung (z.B. der Gestaltung der Zusammenarbeit von Industrie und Handel, der Führungskräfteentwicklung, den Arbeitsformen im Handel) kritisch zu reflektieren. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Gegenstand der Veranstaltung ist eine Einführung in das Handelsmanagement sowie in die (Organisation von) Arbeit im Handel. Der erste Teil der Veranstaltung führt in das Handelsmanagement und die Zusammenarbeit von Industrie und Handel ein:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Handelsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Geschichtliche Entwicklung des Handelsmarketing und Systembildung im Handel • Betriebstypenpolitik und innovative Betreuungskonzepte • Markenpolitik im Handel • Instrumente des Handelsmarketing 2. Zusammenarbeit von Industrie und Handel: Category Management und ECR <p>Im zweiten Teil der Veranstaltung geht es um die Frage, welche Auswirkungen spezifische Handelsfunktionen auf die konkrete Organisation von Arbeit in einem Handelsunternehmen haben bzw. wie Handelsunternehmen als Teil des Dienstleistungssektors diese konkret gestalten. Anders als Produktionsarbeit zeichnet sich nämlich Dienstleistungsarbeit, insb. im Handel, durch etliche Spezifika aus. Darunter zählen u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsformen im Handel: Interaktionsarbeit als spezifische Arbeitsform im Dienstleistungssektor und der unmittelbare Kontakt zum „Absatz“-markt bzw. den Kunden. • Arbeitsorganisation im Handel: (De-)zentralisierung der Organisationsstrukturen, Ökonomisierung aller Arbeitsbereiche, mikropolitische Prozesse • Führungskräfteentwicklung, Führungskonzepte und Qualifikationsprofile von Beschäftigten im Handel • Wandel in der Arbeitsorganisation im Handel: Digitalisierung und Industrie 4.0 	

Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Seminar
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht und teilnehmerzentrierte Methoden (z.B. eine Gruppenarbeit zur Erarbeitung der Fallstudie)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Konsum und Handel“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Ahlert, D., Kenning, P. (2007): Handelsmarketing, Springer Verlag 2007.</p> <p>Bauernhansl, T. et al. (Hrsg.)(2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendungen, Technologien, Migration. Springer Vieweg: Wiesbaden.</p> <p>Coughlan u.a.: Marketing Channels, Prentice Hall, 2008</p> <p>Reichwald, R. et al. (Hrsg.): Zukunftsfeld Dienstleistungsarbeit. Professionalisierung – Wertschätzung – Interaktion. Springer Gabler: Wiesbaden.</p> <p>Voss-Dahm, D. et al. (2012): Aufstiegs- und Karrierewege im Handel. München .</p> <p>Frey, C. B.; Osborne, M. A. (2013): The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation? Oxford. Working Paper Oxford Martin School.</p>

BWL BA 62 Kreativität und Kunsttransfer ins Marketing

Modul: BWL BA 62	Modultitel: Kreativität und Kunsttransfer ins Management	
Modulverantwortlicher: Prof. Thomas Egelkamp		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5 (empfohlen)	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 105 Stunden
		davon Selbststudium: 105 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Mindestteilnehmerzahl: 8	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Der Studierende erlebt Management als einen gestalterischen, schöpferischen Prozess. In Vorlesungen und praktischen Seminaren erfährt er, wie künstlerische Techniken sich in Managementprozesse transferieren lassen und diese dabei verändern. Der Studierende lernt darüber hinaus eine Vielzahl von Kreativtechniken und Methoden kennen, die sein Denken und Handeln in strategischen und operativen Managementprozessen erweitern.	
Inhalte des Moduls:	Die Veranstaltung identifiziert die Kernelemente zentraler Managementprozesse (Projektmanagement, Teammanagement, Innovationsmanagement, Wissensmanagement u.a.) aus betriebswirtschaftlicher Perspektive. Die Studierenden werden dann mit den Kernelementen von Kunstprozessen vertraut gemacht und prüfen Möglichkeiten des wechselseitigen Transfers Kunstprozess/Managementprozess. Dabei werden u.a. Konzepte des Design Managements einerseits vorgestellt, andererseits Anwendungen von Design- und Kunstmethoden im Management von Unternehmen erarbeitet. Themen im Einzelnen: <ul style="list-style-type: none"> • Managementprozesse als Kunstprozesse • Grenzen und Chancen des Managements von Kreativität und Design • Methoden der Kunst/des Designs in betriebswirtschaftlichen Aufgabenstellungen • Vermittlung von Kreativtechniken und -methoden, wie Brainwriting, Mindmap, Walt Disney Methode, Flow System etc. • Kunst- und Gestaltungsformate in der Teamentwicklung • Improvisation innerhalb der Prozessgestaltung • Visualisierungsmethoden im Projektmanagement • Künstlerische Methoden und Techniken in der Produktentwicklung/ im Innovationsmanagement 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar, Praktische Übungen, Vorlesung	

Lernformen:	Vorlesungselemente dienen zur Wissensvermittlung der grundlegenden Konzepte. Methoden und Ansätze des Transfers von Kunst ins Management werden im Anwendungsbezug (Fallstudien, Rollenspiele, Filmsequenzen o.ä.) in Gruppen interaktiv erarbeitet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Portfolio
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Kunst in der Unternehmensgestaltung“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre.
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bertram, U. (2010). Kunst fördert Wirtschaft. Zur Innovationskraft des künstlerischen Denkens. Dortmund, transcript.</p> <p>Kumar, V. (2012). 101 design methods: A structured approach for driving innovation in your organization, John Wiley & Sons.</p> <p>Eppler, M. J., et al. (2014). Creability: Gemeinsam kreativ-innovative Methoden für die Ideenentwicklung in Teams, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Dewey, J., et al. (1988). Kunst als Erfahrung, Surkamp.</p> <p>Buzan, T., et al. (2010). The mind map book: Unlock your creativity, boost your memory, change your life, Pearson BBC Active.</p> <p>Rummler, M. (2012). Innovative Lehrformen: Projektarbeit in der Hochschule: projektbasiertes und problemorientiertes Lehren und Lernen, Beltz.</p> <p>Bergmann / Daub (2008). Der Managementprozess. Systemisches Innovations- und Kompetenzmanagement: Grundlagen — Prozesse — Perspektiven. Wiesbaden, Gabler: 141-260.</p>

BWL BA 63 Kultur, Arbeit, Ästhetik in der Unternehmensführung

Modul: BWL BA 63	Modultitel: Kultur, Arbeit, Ästhetik in der Unternehmensführung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Susanne Blazejewski, Jun.-Prof. Dr. Eva-Maria Walker		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen; Mindestteilnehmerzahl: 5	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • gesellschaftliche Konzepte von Arbeit zu reflektieren und für einen konkreten Organisationskontext anzuwenden, • die Auswirkungen einer Ästhetisierung von Arbeit für Beschäftigte und Organisationen zu erkennen, • Unternehmensführung und Organisationsgeschehen in ihrer ästhetischen Dimension zu erkennen, zu analysieren, zu verstehen und in Ansätzen zu gestalten, • Unternehmen als ästhetisch gestalteten Raum zu erkennen • Die Bedeutung von Artefakten/Materialität für das Organisationsgeschehen zu verstehen 	
Inhalte des Moduls:	<p>Die Veranstaltung befasst sich mit der Kultur und Ästhetik von Arbeit. Dabei geht es zum einen um den Trend einer „Ästhetisierung von Arbeit“, der den tiefgreifenden Wandel in unserem gesellschaftlichen Verständnis von Arbeit beschreibt. So orientieren wir uns in unserem Selbstverständnis von Arbeit zunehmend an künstlerischen Lebens- und Arbeitsformen und schreiben Arbeit unseren „Lebens-Sinn“ zu. So dient Arbeit eben häufig nicht mehr nur zur Sicherung unserer ökonomischen, sondern auch der Sicherung unserer persönlichen Existenz. Diese Grenzverschiebung zwischen unserem Privat- und beruflichen Leben hat nicht nur Auswirkungen auf unsere Subjektkonstruktionen, sondern auch auf Organisationen.</p> <p>Zum zweiten arbeitet die Veranstaltung die ästhetische Dimension von Unternehmensführung und Organisationsgeschehen heraus und lenkt damit auch die Aufmerksamkeit auf die Notwendigkeit einer ästhetischen Gestaltung von Arbeitsorten und Arbeitsbeziehungen. In der ästhetischen Perspektive werden die Bedeutung von sinnlicher Wahrnehmung und Emotionalität für das Unternehmensgeschehen erkennbar und damit auch einem reflektierten Umgang zugänglich. U.a. werden Konzepte der dialogischen/ästhetischen Führung sowie der ästhetischen Gestaltung der Materialität im Organisationsraum eingeführt und anhand von Fallbeispielen aus der Literatur und der eigenen Praxis kritisch geprüft.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Übung	
Lernformen:	Vorlesungselemente dienen zur Wissensvermittlung der grundlegenden Konzepte und Theorien, die kritische Reflektion der vorgestellten Ansätze erfolgt in interaktiver Form durch Gruppenarbeit und Diskussion im Plenum.	

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit und Präsentation
Verwendbarkeit des Moduls	Spezialisierungsmodul in der Spezialisierung „Kunst in der Unternehmensgestaltung“ im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre.
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Apitzsch, B. et al. (2015): Flexibilität und Beschäftigungswandel. Beltz Juventa: Weinheim.</p> <p>Biehl-Missal, Brigitte (2011). Wirtschaftsästhetik. Wie Unternehmen die Kunst als Inspiration und Werkzeug nutzen. Gabler: Wiesbaden.</p> <p>Boehle, F. et al. (2010): Handbuch Arbeitssoziologie. VS Verlag: Wiesbaden.</p> <p>Boltanski, Luc; Chiapello, E. (2003): Der neue Geist des Kapitalismus. UVK: Konstanz.</p> <p>Brater, M., et al. (2011). Kunst als Handeln - Handeln als Kunst. Bielefeld: W. Bertelsmann.</p> <p>Hansen, H., et al. (2007). Aesthetic leadership. The Leadership Quarterly 18(6): 544-560.</p> <p>Krempf, S.-T. (2011): Paradoxien der Arbeit. Oder. Sinn und Zweck des Subjekts im Kapitalismus. Bielefeld. Transkript Verlag.</p> <p>Ladkin, D. (2008). Leading beautifully: How mastery, congruence and purpose create the aesthetic of embodied leadership practice. The Leadership Quarterly 19(1): 31-41.</p> <p>Neuberger, Oswald (1994). Zur Ästhetisierung des Managements. In: Schreyögg, Georg; Conrad, Peter (Hg.) Managementforschung 4. Dramaturgie des Managements. Laterale Steuerung. Berlin: S. 1-70.</p> <p>Strati, Antonio (1992). Aesthetic understanding of organizational life. In: Academy of Management Review, Jg. 17 (3), 568-581.</p>

BWL BA 71 Betriebswirtschaftliche Vertiefung I

Modul: BWL BA 71	Modultitel: Betriebswirtschaftliche Vertiefung I	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3 (empfohlen)	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jedes FS / HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine	Sprache: nach Maßgabe der Gasthochschule im Ausland
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Im Rahmen ihres Aufenthalts im Ausland erschließen sich die Studierenden vertiefende Aspekte ihrer zuvor gewählten Spezialisierung. Dazu wird mit den Studenten ein Lernkonzept erarbeitet, das sich an den Möglichkeiten der jeweiligen ausländischen Hochschule orientiert und das Curriculum an der Alanus Hochschule sinnvoll ergänzt. Darin werden die Lernziele klar definiert und die Anrechenbarkeit der ausländischen Leistungen im Vorfeld sichergestellt.	
Inhalte des Moduls:	In Abhängigkeit von den Angeboten der gastgebenden Hochschule im Ausland; ergänzende und vertiefende Themen zum Spezialisierungsangebot des Modulprogramms	
Art der Lehrveranstaltung(en):	In Abhängigkeit vom Angebot der gastgebenden Hochschule	
Lernformen:	Wird von der gastgebenden Hochschule festgelegt	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Wird von der gastgebenden Hochschule festgelegt	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre.	
(Grundlagen-) Literatur:	Wird von der gastgebenden Hochschule festgelegt	

BWL BA 72 Betriebswirtschaftliche Vertiefung II

Modul: BWL BA 72	Modultitel: Betriebswirtschaftliche Vertiefung II	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3 (empfohlen)	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 210 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jedes FS / HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine	Sprache: nach Maßgabe der Gasthochschule im Ausland
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Im Rahmen ihres Aufenthalts im Ausland erschließen sich die Studierenden vertiefende Aspekte ihrer zuvor gewählten Spezialisierung. Dazu wird mit den Studenten ein Lernkonzept erarbeitet, das sich an den Möglichkeiten der jeweiligen ausländischen Hochschule orientiert und das Curriculum an der Alanus Hochschule sinnvoll ergänzt. Darin werden die Lernziele klar definiert und die Anrechenbarkeit der ausländischen Leistungen im Vorfeld sichergestellt.	
Inhalte des Moduls:	In Abhängigkeit von den Angeboten der gastgebenden Hochschule im Ausland; ergänzende und vertiefende Themen zum Spezialisierungsangebot des Modulprogramms	
Art der Lehrveranstaltung(en):	In Abhängigkeit vom Angebot der gastgebenden Hochschule	
Lernformen:	Wird von der gastgebenden Hochschule festgelegt	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Wird von der gastgebenden Hochschule festgelegt	
Verwendbarkeit des Moduls:	Spezialisierungsmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-) Literatur:	Wird von der gastgebenden Hochschule festgelegt	

Kunst

BWL BA 26 Bildende und darstellende Künste im Überblick

Modul: BWL BA 26	Modultitel: Bildende und darstellende Künste im Überblick	
Modulverantwortlicher: Prof. Andrea Heidekorn, Prof. Thomas Egelkamp		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 3	Arbeitsbelastung gesamt: 90 Stunden	davon Kontaktzeit: 45 Stunden
		davon Selbststudium: 45 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Eine differenzierte Sinnes- und Wahrnehmungsschulung steht im Vordergrund des Studiums.</p> <p>Außerdem erlangen die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen künstlerischen Disziplinen (Bildende Kunst: Zeichnung, Darstellende Kunst: Schauspiel und Sprache, Eurythmie und Tanz).</p> <p>Die freiwillige Teilnahme am Kurs Atem-Stimme-Bewegung erweitert die Erfahrungen in den musikalischen Raum.</p> <p>Beobachtungs- und Einfühlungsvermögen in vorhandene Strukturzusammenhänge befähigen die Studierenden, sich spielerisch in gestalterische Vorgänge zu begeben.</p>	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Wahrnehmungslehre und Sinnesschulung • Detailliertes und ganzheitliches Erkennen und Erfassen • Strukturanalyse durch spielerisches Erforschen und Gestalten • Stoff- und Prozess Erfahrung durch künstlerisches Arbeiten in den verschiedenen künstlerischen Disziplinen • Ästhetisches Empfinden und Urteilen • solistisches und chorisches Erarbeiten von Raumwahrnehmung (Raumkoordinaten, Zonen, innerer und äußerer Raum), • Körperarbeit (Körperbau, Bewegungsmöglichkeiten, Körpersprache), • Entstehung und Gestaltung von Rhythmus und Zeit durch Bewegung, • Atem- und Stimmarbeit, Stimmschulung (Sprache und Gesang), • solistische und chorische Gestaltungsaufgaben (choreografisch, rezitatorisch, improvisatorisch) • Detailliertes und ganzheitliches Erfassen als wichtige Grundlage für die Arbeit mit logischen und mathematischen Zusammenhängen in der Betriebswirtschaft • Strukturanalyse und spielerisches Erforschen und Gestalten • Stoff- und Prozess Erfahrung durch künstlerisches Arbeiten in den verschiedenen künstlerischen Disziplinen erweitern die Wahrnehmung komplexer Strukturen und ermöglicht lebendigen kreativen Umgang mit sonst nur kausal erfassten Zusammenhängen • Ästhetisches Empfinden und Urteilen erweitert den Handlungsspielraum in Verbindung schaffende Tätigkeiten • Solistisches und chorisches Erarbeiten von Raumwahrnehmung erweitert die zunächst punktuelle Denkperspektive – der Wechsel zwischen eigenverantwortlicher und gruppen-, bzw. teambezogener Aktionsform wird zur Grundlage persönlicher Kompetenzerweiterung. 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Zeichnung als Wahrnehmungsschulung; Eurythmie; Schauspiel; freiwillige Übung: Atem-Stimme-Bewegung-Chor	
Lernformen:	Praktische künstlerische Übungen in wöchentlichen Seminaren, Vorträge	

	<p>zu einzelnen Themen mit anschließenden Referatsbeiträgen, Werkbetrachtungen mit anschließendem Gespräch, Gestaltungs- und Übungsaufgaben, praktische Tätigkeit und Reflexion.</p> <p>Die Reflexionsphasen unterstützen den inneren Übertragungsprozess erfahrener und geübter Fähigkeiten in das betriebswirtschaftliche Arbeitsfeld; sie dienen auch der Sicherung der intensiven Erfahrungsphasen.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>Teilnahmenachweis über die einzelnen Seminare durch regelmäßige und aktive Mitarbeit.</p> <p>Scheinerwerb durch Studienteilleistungen in den einzelnen Disziplinen als Voraussetzung für das Kolloquium am Ende des Semesters .</p> <p>Nach Absprache weitere Formen von Studienleistungen (z.B. Kolloquium, Eigenarbeit, Präsentation)</p>
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	nach Bedarf

BWL BA 27 Kunstprozesse

Modul: BWL BA 27	Modultitel: Kunstprozesse	
Modulverantwortlicher: Prof. Andrea Heidekorn, Prof. Thomas Egelkamp		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 3	Arbeitsbelastung gesamt: 90 Stunden	davon Kontaktzeit: 45 Stunden
		davon Selbststudium: 45 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Der künstlerische Prozess steht im Vordergrund des Studiums. Diesen erfährt der Studierende als einen intensiven und komplexen Entwicklungsvorgang. Ziel ist es, alle Phasen einer künstlerischen Arbeit als aufbauende Einheit zu begreifen. Dabei spielt das Unabsehbare und die Improvisation eine wesentliche Rolle während des Arbeitsprozesses. Das Modul ist in zwei Einheiten aufgeteilt: Einheit A: Künstlerische Prozesse im Bildnerischen Bereich Einheit B: Künstlerische Prozesse im Darstellenden Bereich	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung verschiedener Werkprozesse und Arbeitsformen (z. B. individuelle Arbeitsprozesse, Teamarbeit) • Spielmethoden als elementare Gestaltungsgrundlagen • Ideenfindung und Ideengestaltung • Konzept- und Projektentwicklung • Ornanalysen und Spurensuche als Voraussetzung für gestalterische Konzepte • Der künstlerische Weg als „Zielerfahrung“ • Teamarbeit und Kooperationsfähigkeit • Reflexionsvermögen und Selbstkritik • Präsentation und Dokumentation eines Projektes • Erweiterung der künstlerischen Ausdrucksfähigkeiten durch konzentrierte kontinuierliche Zusammenarbeit • Vertiefung und Schulung von Bewegung, Atem und Stimme (Sicherheit, Deutlichkeit, Ausdruck der eigenen Persönlichkeit) • Steigerung der Konfliktbereitschaft (Konflikt als Entwicklungsgrundlage) • Spielmethoden • Ideenfindung • Konzept- und Projektentwicklung • Teamorientierung / Teamarbeit • Der künstlerische Weg • Präsentation <p>Alle diese Arbeitsbereiche schulen emotionale, intelligente sowie soziale Kompetenzen in dem offenen, da zweckfreien, dennoch existentiellen, da zielgerichteten Raum der künstlerischen Tätigkeit. Die hier entwickelten und geschulten Fähigkeiten zeigen sich im beruflichen Alltag als Reflexions- und Handlungskompetenzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reflexionsvermittlung • Vertiefung und Schulung • Konfliktbereitschaft • Ausdrucksfähigkeit 	

	Persönlichkeitsbildung an selbstgestellten Aufgaben, mit einem Medium, das zunächst fremd und dem eigenen Berufsalltag verschieden ist, führt zu erweiterter Wirklichkeitserfahrung und ermöglicht kreative und individuelle Lösungswege auch im betriebswirtschaftlichen Arbeitsbereich (z. B. Übernahme und das Tragen von Verantwortlichen Tätigkeiten)
Art der Lehrveranstaltung(en):	Zwei Blockwochen
Lernformen:	Kompaktseminare, Projektarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Teilnahmenachweise werden durch regelmäßige und aktive Mitarbeit erworben. Präsentation des künstlerischen Projektes und schriftliche Dokumentation; Portfolio, das zeitnah zu erstellen ist, wahlweise zu einem Teilmodul (darstellende oder bildende Kunst)
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre.
(Grundlagen-) Literatur:	Wagenmann, Hans (2015): Inmitten der teilhabende Mensch. Kunst im Dialog, Alfter.

BWL BA 28 Eigenständiges Kunstprojekt „Tandem“

Modul: BWL BA 28	Modultitel: Eigenständiges Kunstprojekt „Tandem“	
Modulverantwortlicher: Prof. Andrea Heidekorn, Prof. Thomas Egelkamp		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 180 Stunden	davon Kontaktzeit: 30 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: BA 26 oder BA 27	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Entwicklung eines freien künstlerischen oder sozialkünstlerischen Projektes in Zusammenarbeit mit Studierenden anderer Fachbereiche	
Inhalte des Moduls:	<p>Entwicklung und Durchführung sowie abschließende Präsentation eines eigenen Kunstprojektes. Dies kann sein die Durchführung eines Kunstprojektes im Bereich bildende Kunst oder die Durchführung eines solistischen oder gemeinsamen Projektes im Bereich Darstellende Kunst, oder ein sozialkünstlerisches Projekt. Die Studierenden erarbeiten dieses Projekt in der Auseinandersetzung /Kooperation mit Studierenden anderer Fachrichtungen.</p> <p>Den Studierenden soll in diesem Modul die Möglichkeit gegeben werden, ganz in die jeweilige Kunstform einzutauchen und in einen Dialog mit Studierenden anderer Fachrichtung zu treten. Ein Dozent betreut das jeweilige Team, genannt Tandem.</p> <p>Kunst als Schulungsweg. Die eigene Biografie erhält unerwartete Impulse. In den Reflexionsphasen wird die Übertragung und Integration in das betriebswirtschaftliche Berufsfeld gesichert.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Zwei Blockwochen	
Lernformen:	Praktische Tätigkeit, regelmäßige Korrekturen und Reflexion	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Teilnahmenachweise werden durch regelmäßige und aktive Mitarbeit erworben. Scheinerwerb durch geeignetes Abschlussvorhaben (Aufführung, Projektdarstellung) sowie Portfolio, das zeitnah zu erstellen ist, Absprache mit verantwortlichen Dozenten	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre.	
(Grundlagen-) Literatur:	nach Bedarf	

BWL BA 30 Großes Abschlussprojekt

Modul: BWL BA 30	Modultitel: Großes Abschlussprojekt	
Modulverantwortlicher: Prof. Andrea Heidekorn, Prof. Thomas Egelkamp		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 6	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 180 Stunden	davon Kontaktzeit: 60 Stunden
		davon Selbststudium: 120 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreiche Teilnahme an den Modulen BA 26, BA 27, BA 28, in Ausnahmefällen Quereinstieg möglich	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Gemeinsames künstlerisches Abschlussprojekt aller Teilnehmer	
Inhalte des Moduls:	<p>Erwerb von sozialer Kompetenz (Lösung der eigenen Aufgabe mit und in der Gruppe)</p> <p>Erwerb von persönlicher Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundsätzlich: Erkennen und Durchführen der eigenen Aufgabenstellung im vorgegebenen Rahmen, Fähigkeiten wahrnehmen, einsetzen und steigern • emotional: künstlerischer Ausdruck und Qualität • rational: Planung und Abstimmung im Gesamtrahmen) • Steigerung von Belastbarkeit, Erleben von Üb-Qualität, positive Konfliktumsetzung, Dialogfähigkeit. 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Projekt	
Lernformen:	Reihe von Blockseminaren oder Tagesseminaren verteilt auf das Semester. Praktische Tätigkeit, Korrektur und Reflexion, Projektdokumentation	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Teilnahmenachweise werden durch regelmäßige und aktive Mitarbeit erworben Scheinerwerb durch Abschlusspräsentation in geeigneter Form und Kurzreflexion.	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre.	
(Grundlagen-) Literatur:	nach Bedarf	

Studium Generale

BWL BA 32 Philosophie und Bildung

Modul: BWL BA 32	Modultitel: Philosophie und Bildung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcelo da Veiga		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1–3 (empfohlen)	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 9	Arbeitsbelastung gesamt: 270 Stunden	davon Kontaktzeit: 90 Stunden
		davon Selbststudium: 180 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 3 Semester, jedes Semester	Teilnahmevoraussetzungen: keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sollen dazu in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> • sich die Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens anzueignen, Texte zu erschließen, argumentativ zu diskutieren und ihre Gedanken, Analysen und Arbeitsergebnisse zu präsentieren; • exemplarische geistesgeschichtliche Problemstellungen zu kontextualisieren; • ausgewählte philosophische Positionen und Texte, z. B. in Erkenntnistheorie, Metaphysik, Anthropologie, Kulturphilosophie, spiritueller oder praktischer Philosophie zu verstehen, zu erläutern und zu diskutieren; • die dadurch gewonnene eigenständige und kritische Reflexionsfähigkeit auf ihren Studiengang und ihre eigene Lebenswirklichkeit anzuwenden. <p>In jedem Semester werden verschiedene Veranstaltungen aus genannten Themenfeldern angeboten, um individuelle Schwerpunktsetzungen im eigenen Bildungsprozess zu ermöglichen. Interdisziplinäre Veranstaltungen und die gemeinsame Arbeit mit Studierenden anderer Fachrichtungen erweitern den Denkhorizont.</p>	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftliches Arbeiten (Analysieren und Schreiben von Texten, Argumentieren, Diskutieren, Präsentieren usw.) • Philosophie- und Ideengeschichte • Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie • Metaphysik und Ontologie • Philosophische Anthropologie • Kulturphilosophie und Interkulturelle Philosophie • Allgemeine Ethik und Bereichsethik (z. B. Wirtschafts-, Bio-, Medizin-, Tierethik) • Politische, Sozial- und Rechtsphilosophie • Spiritualität und Lebensentwurf, Religionsphilosophie 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung/Übung: Grundlagen der Organisationsgestaltung Vorlesung/Übung: Organisation aus sozialorganischer Perspektive</p>	
Lernformen:	<p>Lehrformen: Vorlesungen, Seminare, Workshops, Übungen, Exkursionen, praktische Übungen oder vergleichbare Lehrveranstaltungen. Lernformen: Lektüre, seminaristischer Unterricht, seminaristische Gruppenarbeit, Eigenarbeiten, Studienleistungen, Projektdokumentationen, Kolloquien, Symposien, Exkursionen, Protokolle.</p>	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits)	<p>Neben der Teilnahme an Veranstaltungen mit Vor- und Nachbereitungen sind grundsätzlich folgende Studienleistungen zur Vergabe von Leistungspunkten möglich: Schriftliche Arbeiten, Referate, Protokolle,</p>	

(Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Portfolios, Fachgespräche, Tests oder gleichwertige Beiträge zu einzelnen Veranstaltungen. Näheres zum Studiennachweis regelt der verantwortliche Lehrende – nach Rücksprache mit dem Modulverantwortlichen – zu Beginn der Lehrveranstaltung. Die möglichen Formen der Modulprüfung (studienbegleitende Prüfung) regelt allgemein die Prüfungsordnung und konkret der Modulbeauftragte. In der Regel besteht die Modulprüfung entweder aus einem Kolloquium, einer Klausur, einer Hausarbeit oder einem Portfolio.
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	Literatur wird semesteraktuell bekanntgegeben.

BWL BA 33 Kunst und Gesellschaft

Modul: BWL BA 33	Modultitel: Kunst und Gesellschafte	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Sascha Liebermann		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4–6 (empfohlen)	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 180 Stunden	davon Kontaktzeit: 90 Stunden
		davon Selbststudium: 90 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 3 Semester, jedes Semester	Teilnahmevoraussetzungen: keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende kultur- und sozialwissenschaftliche Kenntnisse erwerben und exemplarisch vertiefen, um so das Verständnis für die wechselseitigen Beziehungen zwischen Wirklichkeitsverständnis, Kunstverständnis und gesellschaftlicher Realität zu schulen; • das kreative Potential künstlerisch-gestalterischer Schaffensprozesse für die Gesellschaft und die eigene Biographie verstehen und reflektieren; • ausgewählte sozialwissenschaftliche Methoden und Theorien kennenlernen und mit ihnen umzugehen verstehen, um die Entwicklung und Gestaltbarkeit von Gesellschaft und Politik zu erörtern; • die Relevanz einer nachhaltigen Entwicklung in Gesellschaft, Umwelt, Politik, Wirtschaft, Kultur und dem eigenen Handeln erschließen; • die Herausforderungen und Potentiale einer globalisierten und diversifizierten Gesellschaft, insbesondere in Beruf und Alltag, erkennen und diskutieren; • ihre eigenen ästhetischen und gesellschaftlichen Standpunkte reflektieren und (weiter-)entwickeln. <p>In jedem Semester werden verschiedene Veranstaltungen aus den genannten Themenfeldern angeboten, um individuelle Schwerpunktsetzungen im eigenen Bildungsprozess zu ermöglichen. Interdisziplinäre Veranstaltungen und die gemeinsame Arbeit mit Studierenden anderer Fachrichtungen erweitern den Denkhorizont.</p>	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Kunst- und Kulturgeschichte • Ästhetik und Kunstphilosophie • Mensch und Welt im Spiegel der Kunst • Kunstprozesse und Persönlichkeitsbildung • Künstlerisches Handeln und seine gesellschaftliche Wirkung, soziale Kunst • Gesellschaftliche Phänomene untersuchen und verstehen • Sozialwissenschaftliche Methoden und Theorien begreifen und hinterfragen • Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung und ihre wissenschaftliche Erschließung • Analyse der Globalisierung in der Lebens- und Arbeitswelt • Ansätze der Einwanderungs- und Inklusionsforschung. 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung/Übung: Grundlagen der Organisationsgestaltung Vorlesung/Übung: Organisation aus sozialorganischer Perspektive	
Lernformen:	Lehrformen: Vorlesungen, Seminare, Workshops, Übungen, Exkursionen,	

	<p>praktische Übungen oder vergleichbare Lehrveranstaltungen. Lernformen: Lektüre, seminaristischer Unterricht, seminaristische Gruppenarbeit, Eigenarbeiten, Studienleistungen, Projektdokumentationen, Kolloquien, Symposien, Exkursionen, Protokolle.</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):</p>	<p>Neben der Teilnahme an Veranstaltungen mit Vor- und Nachbereitungen sind grundsätzlich folgende Studienleistungen zur Vergabe von Leistungspunkten möglich: Schriftliche Arbeiten, Referate, Protokolle, Portfolios, Fachgespräche, Tests oder gleichwertige Beiträge zu einzelnen Veranstaltungen. Näheres zum Studiennachweis regelt der verantwortliche Lehrende – nach Rücksprache mit dem Modulverantwortlichen – zu Beginn der Lehrveranstaltung. Die möglichen Formen der Modulprüfung (studienbegleitende Prüfung) regelt allgemein die Prüfungsordnung und konkret der Modulbeauftragte. In der Regel besteht die Modulprüfung entweder aus einem Kolloquium, einer Klausur, einer Hausarbeit oder einem Portfolio.</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Literatur wird semesteraktuell bekanntgegeben.</p>

Studienarbeiten

BWL BA 16 Wirtschaftswissenschaftliches Seminar

Modul: BWL BA 16	Modultitel: Wirtschaftswissenschaftliches Seminar	
Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Eva-Maria Walker		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 180 Stunden	davon Kontaktzeit: 30 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, halbjährlich	Teilnahmevoraussetzungen: Keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine durch den Betreuer vorgegebene betriebswirtschaftliche Problemstellung zu bearbeiten. Dies geschieht in Form einer Seminararbeit. • eine wirtschaftswissenschaftliche Seminararbeit zu erstellen, <ul style="list-style-type: none"> • die die vorgegebene betriebswirtschaftliche Problemstellung eigenständig analysiert, • die Lösungsansätze für die vorgegebene Fragestellung erarbeitet, • die Methoden (Primär-/Sekundäranalyse) zur Bearbeitung der gewählten Fragestellung aufzeigt, • die den für die Problemstellung relevanten betriebswirtschaftlichen Literaturkorpus – unterstützt durch die Beratung des Betreuers – aufarbeitet und mit Bezug auf die Fragestellung systematisiert. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Wissenschaftstheorie für die Betriebswirtschaftslehre (darunter: Konstruktivismus vs. Realismus; monodisziplinäre vs. interdisziplinäre Fundierung betriebswirtschaftlicher Grundbegriffe (z.B. Knappheit) und Handlungsmodelle (z.B. Entscheidung)), • Einführung in die Techniken wissenschaftlichen Arbeitens und Schreibens (darunter: Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie, Grundbegriffe der Erkenntnislogik, Arten von Aussagen), • Einführung in die Methoden zur Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen (Literaturrecherche, Sekundäranalyse, Primäranalyse), • Einführung in die Methoden der Datenauswertung (qualitativ/quantitativ/Methodenmix) • Einführung in die Güterkriterien wissenschaftlicher Arbeiten (Objektivität, Reliabilität, Validität). 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Übung	
Lernformen:	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesung, die einerseits die Vermittlung der o.g. Wissensbestände anstrebt und zum anderen vermittels teilnehmerzentrierten Methoden die Studierenden zu einer eigenständigen Auseinandersetzung mit ihrem Thema anregen und sie in diesem Prozess begleiten will. • Bedarfsbezogene, individuelle Betreuung bei der Erstellung der Seminararbeit. 	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und	Ein Seminar lebt von der regelmäßigen und aktiven Teilnahme <i>aller</i> Studierenden. Erst dann kann sich ein kollegiales Austauschforum entwickeln, von dem alle Teilnehmenden gleichermaßen profitieren. Teilnahmenachweise werden daher wie folgt erworben:	

Dauer der Prüfung):	<ul style="list-style-type: none">• die regelmäßige und aktive Teilnahme am Seminar,• Seminararbeit
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Kornmeier, Martin (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. Heidelberg: Physika-Verlag.</p> <p>Kruse, Otto (2010): Studieren, aber richtig - Lesen und Schreiben. Der richtige Umgang mit Texten im Studium. Konstanz: UVK.</p> <p>Rost, Friedrich (2012): Lern- und Arbeitstechniken für das Studium. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Schanz, Günther (2014): Eine kurze Geschichte der Betriebswirtschaftslehre. Konstanz: UVK.</p> <p>Theisen, Manuel René (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München: Vahlen.</p> <p>Wolfsberger, Judith (2010): Frei geschrieben. Mut, Freiheit und Strategie für wissenschaftliche Abschlussarbeiten. Wien: Böhlau Verlag.</p>

BWL BA 58 Forschungswerkstatt

Modul: BWL BA 58	Modultitel: Forschungswerkstatt	
Modulverantwortlicher: Dr. Steffen Koolmann		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5 (empfohlen)	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 180 Stunden	davon Kontaktzeit: 30 Stunden
		davon Selbststudium: 150 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, halbjährlich	Teilnahmevoraussetzungen: BA 16 Wirtschaftswiss. Seminar; mindestens 70 ECTS-Credits aus dem Bereich der betriebswirtschaftlichen Module	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine betriebswirtschaftliche Fragestellung eigenständig zu entwerfen, die wissenschaftliche/praktische Relevanz der Fragestellung angemessen zu begründen sowie diese in den aktuellen Forschungskontext einzuordnen. • ein Exposé für eine umfangreiche wissenschaftliche Arbeit zu erstellen, <ul style="list-style-type: none"> • die eine betriebswirtschaftliche Problemstellung eigenständig analysiert, • die Lösungsansätze für die gewählte Fragestellung erarbeitet, • die Methoden (Primär-/Sekundäranalyse) zur Bearbeitung der gewählten Fragestellung aufzeigt, • die den für die Problemstellung relevanten betriebswirtschaftlichen Literaturkorpus (weitgehend) selbständig aufarbeitet und mit Bezug auf die Fragestellung systematisiert. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholung und Vertiefung der Kenntnisse in der Wissenschaftstheorie für die Betriebswirtschaftslehre auf einem für einen angestrebten Bachelorabschluss angemessenen Niveau • Wiederholung und Vertiefung der Kompetenzen zum wissenschaftlichen Arbeiten und Schreiben auf einem für einen angestrebten Bachelor-Abschluss angemessenen Niveau (v.a. eigenständige Entwicklung und Bearbeitung einer wissenschaftlichen Fragestellung, Wahl der für die Bearbeitung geeigneten Methode (Sekundäranalyse/Primäranalyse (qualitativ/ quantitativ)), eigenständige Einordnung wissenschaftlicher Quellen, • Selbstständige Entwicklung einer betriebswirtschaftlichen Fragestellung, • Selbstständige Planung und Entwicklung eines Konzepts/Exposés zur Bearbeitung dieser Fragestellung. 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar	
Lernformen:	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnehmerzentrierte Methoden, sowohl auf individueller Ebene (z.B. Erarbeitung eines Clusters zur Vorbereitung des Exposés) als auch auf Gruppenebene. • Bedarfsbezogene, individuelle Betreuung bei der Erstellung des Exposés. 	
Voraussetzungen für die	Eine Forschungswerkstatt lebt von der regelmäßigen und aktiven	

Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Teilnahme <i>aller</i> Studierenden. Erst dann kann sich ein kollegiales Austauschforum entwickeln, von dem alle Teilnehmenden gleichermaßen profitieren. Teilnahmenachweise werden daher wie folgt erworben: <ul style="list-style-type: none"> • die regelmäßige und aktive Teilnahme an der Forschungswerkstatt, • die Präsentation des eigenen Exposés, • schriftliche Feedbacks zu mindestens drei Präsentationen von anderen Studierenden.
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre; Voraussetzung für BA 22 – Bachelor-Abschluss-Modul
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Huemer, Birgit & Rheindorf, Markus & Gruber, Helmut (2012): Abstract, Exposé und Förderantrag. Wien: Böhlau.</p> <p>Karmasin, Matthias & Ribing, Rainer (2011): Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten. Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten sowie Dissertationen. Wien: facultas wuv.</p> <p>Kornmeier, Martin (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. Heidelberg: Physika-Verlag.</p> <p>Sandberg, Berit (2013): Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.</p> <p>Schanz, Günther (2014): Eine kurze Geschichte der Betriebswirtschaftslehre. Konstanz: UVK.</p> <p>Theisen, Manuel René (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München: Vahlen.</p>

BWL BA 22 Bachelor-Abschluss-Modul

Modul: BWL BA 22	Modultitel: Bachelor-Abschluss-Modul	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 6	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 14	Arbeitsbelastung gesamt: 420 Stunden	davon Kontaktzeit: nach Bedarf
		davon Selbststudium: 360 Stunden (Abschluss-Arbeit) + 60 Stunden (Präsentation und Kolloquium)
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, in jedem Semester	Teilnahmevoraussetzungen: Module mit insgesamt mindestens 100 ECTS-Credits, darunter BA 58 Wirtschaftswissenschaftliche Forschungswerkstatt	Sprache: deutsch oder englisch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • beherrschen die Kernbereiche des Studiums und können mit den erlernten Methoden selbstständig ein betriebswirtschaftliches Problem bearbeiten • sind in der Lage, ein Thema zweckmäßig abzugrenzen • sind in der Lage, einschlägige Lehrmeinungen kommentierend und kritisch reflektierend wiederzugeben • sind in der Lage, sich mit der Problemstellung eigenständig auseinanderzusetzen, mögliche Lösungsansätze aufzuzeigen und in den Kontext bestehender Erkenntnisse einzuordnen • können gewonnene Erkenntnisse klar und nach anerkannten wissenschaftlichen Regeln aufzeigen und begründen 	
Inhalte des Moduls:	Über die konkrete Themenstellung verständigen sich die Studierenden mit der/dem jeweiligen Betreuer/-in	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Bachelor-Abschluss-Arbeit (Hausarbeit) Präsentation und Kolloquium (mündlich)	
Lernformen:	Weitgehend eigenständige wissenschaftliche Arbeit, Betreuung nach Bedarf	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Anfertigen einer Bachelor-Abschluss-Arbeit (Hausarbeit, 16 Wochen) und Präsentation und Kolloquium der Arbeit (45–60 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Brauner, D. J./ Vollmer, H.-U.: Erfolgreiches wissenschaftliches Arbeiten, 3. Aufl., Sternenfels: Verlag Wissenschaft & Praxis, 2008.</p> <p>Scheld, G. A.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten, 8. Aufl., Büren: Scheld Fachbibliothek-Verlag 2015.</p> <p>Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik – Methodik – Form, 15. Aufl., München: Vahlen, 2011.</p>	