

Modulhandbuch
BACHELOR OF ARTS
WIRTSCHAFT, GESELLSCHAFT, INNOVATION

am Fachbereich Wirtschaft der Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft

Version 2024-09-01 (HS 2024)

Inhalt

Pflichtfächer	1
Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	1
WGI BA 03 Grundlagen der Unternehmensführung.....	2
WGI BA 05 Volkswirtschaftslehre - Grundlagen	4
WGI BA 60 Wirtschaft und Gesellschaft	6
WGI BA 17 Praktische Datenverarbeitung.....	8
WGI BA 65 Interaktive Wertschöpfung und Innovation	9
WGI BA 67 Digitalisierung von Arbeit und Gesellschaft	11
WGI BA 14 Mitarbeitendenentwicklung und Arbeitsgestaltung	13
WGI BA 15 Marketing.....	15
WGI BA 66 Führung und Zusammenarbeit.....	17
WGI BA 56 Social Innovation	19
WGI BA 63 Arbeit, Ästhetik, Organisation	21
WGI BA 13 Organisation	23
WGI BA 62 Künstlerisches Handeln in Organisationen.....	25
WGI BA 52 Sustainable Entrepreneurship	27
Wahlfächer und Spezialisierungsmodule	29
WGI BA 07 Externes Rechnungswesen	30
WGI BA 06 Volkswirtschaftslehre – Vertiefung	32
WGI BA 11 Investition und Finanzierung	35
WGI BA 08 Quantitative Sozialforschung.....	37
WGI BA 29 Art is not an Island – Kunst als multidisziplinärer Arbeitsraum.....	39
WGI BA 53 Nachhaltigkeitsmanagement.....	41
WGI BA 09 Internes Rechnungswesen.....	43
WGI BA 25 Konsumkritik und Nachhaltigkeitsmarketing.....	45
WGI BA 50 Menschenbilder, Allmendegüter, Markt und Moral	47
WGI BA 10 Controlling	50
WGI BA 20 Nachhaltiges Lieferkettenmanagement	52
WGI BA 55 Social Finance.....	54
WGI BA 59 Green Human Resource Management.....	56
WGI BA 61 Handel, Monopole, KI in Marketing und Gesellschaft.....	58
WGI BA 23 Manufacturing and Service Operations Management	60
WGI BA 54 Social Banking.....	62

WGI BA 57	Betriebswirtschaftliche Projektarbeit.....	64
WGI BA 71	Betriebswirtschaftliche Vertiefung I.....	65
WGI BA 72	Betriebswirtschaftliche Vertiefung II.....	66
Kunst.....		67
WGI BA 26	Bildende und darstellende Künste	68
WGI BA 27	Prozesse in den Künsten.....	70
WGI BA 28	Eigenständiges Kunstprojekt „Tandem“	72
WGI BA 30	Großes Abschlussprojekt.....	73
Studium Generale.....		74
WGI BA 32	Philosophie und Bildung.....	75
WGI BA 33	Kunst und Gesellschaft	77
Studienarbeiten.....		79
WGI BA 16	Wissenschaftliches Seminar	80
WGI BA 58	Forschungswerkstatt	82
WGI BA 22	Bachelor-Arbeit.....	84

Pflichtfächer
Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation

WGI BA 03 Grundlagen der Unternehmensführung

Modul: BA 03	Modultitel: Grundlagen der Unternehmensführung	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 h	davon Kontaktzeit: 48 h
		davon Selbststudium: 77 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
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 wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge 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 und Ansätze der Unternehmensführung (v.a. Stakeholder-Ansatz, politischer Ansatz, Systemtheorie) in ihren Auswirkungen auf die Interessen der Anspruchsgruppen kritisch zu reflektieren. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Die Veranstaltung befasst sich mit den Grundlagen der Organisations- und Unternehmensführung als einem der zentralen Gegenstandsbereiche der Wirtschaftswissenschaften.</p> <p>Grundgedanke der Veranstaltung ist es, Unternehmensführung als einen interessenpluralistischen Prozess zu begreifen, der sich weder nur auf ein betriebswirtschaftliches Modell stützt 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</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normative Unternehmensentscheidungen: auf welcher Grundlage sollen/können gemeinsame Ziele und Leitwerte in Organisation formuliert und durchgesetzt werden? • Entscheidungen über die Rechtsform der Organisation • Strategische Unternehmensentscheidungen 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Seminar	
Lernformen:	Vorlesung, Diskussion und Übungen an Fallstudien	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (60 Minuten) und Seminararbeit (Fallstudie)	
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel	

	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Kieser, Alfred; Ebers, Mark (Hrsg.): Organisationstheorien. 8. Aufl., Stuttgart 2019.</p> <p>Schierenbeck, Henner/Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 19. Aufl., München 2016.</p> <p>Schreyögg, G. /Koch, J.: Grundlagen des Managements. 3. Aufl., Wiesbaden 2014.</p> <p>Weber, Wolfgang/Kabst, Rüdiger/Baum, Matthias: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 10. Aufl., Wiesbaden 2018.</p> <p>Wöhe, Günter/ Döring, Ulrich: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 27. Aufl., München 2020.</p>

WGI BA 05 Volkswirtschaftslehre - Grundlagen

Modul: BA 05	Modultitel: Volkswirtschaftslehre - Grundlagen	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Stephan Hankammer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 65 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen verschiedener ökonomischer Paradigmen und Themenfelder kennen. • makroökonomische Fragestellungen zu analysieren • volkswirtschaftliche Zusammenhänge und deren Modellierung zu verstehen. • den Zusammenhang zur betriebswirtschaftlichen Theorie und Praxis herzustellen. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Übersicht über die Geschichte des Wirtschaftens (Jäger und Sammler, Ackerbau und Viehzucht, Feudalismus, Kapitalismus, industrielle Revolution, Imperialismus, Kriege und Weltwirtschaftskrise, Globalisierung, Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft) • Übersicht über die Geschichte des ökonomischen Denkens (Physiokratie, Merkantilismus, Klassik, Kritik der Politischen Ökonomie, Historische Schule der Nationalökonomie, Neoklassik, Keynesianismus, Neoliberalismus etc.), sowie Genese ökonomischer Paradigmen. • Vermittlung empirischen und theoretischen 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):	Klausur (60 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	

<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Becker, Gary S. (1993): Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens., Tübingen</p> <p>Bontrup, Heinz-J. / Marquardt, Ralf-M. (2021): Volkswirtschaftslehre aus orthodoxer und heterodoxer Sicht. Eine Einführung. Oldenbourg: De Gruyter.</p> <p>Brodbeck, Karl-Heinz (2009): Die fragwürdigen Grundlagen der Ökonomie., Darmstadt</p> <p>Chang, Ha-Joon (2014): Economics: The User's Guide. Pelicanbooks</p> <p>Jäger, Johannes / Springler, Elisabeth (2012): Ökonomie der internationalen Entwicklung. Mandelbaum Verlag.</p> <p>Heine, Michael/Herr, Hansjörg (2013): Volkswirtschaftslehre – Paradigmenorientierte Einführung in die Mikro- und Makroökonomie. 4. Aufl. Oldenbourg Verlag</p> <p>Mankiw, Gregory (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart</p> <p>Marx, Karl (1876): Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie. Erster Band</p> <p>Mill, John Stuart (1848): Principles of Political Economy</p> <p>Milonakis, Dimitris/Fine, Ben (2009): From Political Economy to Economics. Method, the social and historical evolution of economic theory. London: Routledge</p> <p>Ricardo, David (1817): Über die Grundsätze der Politischen Ökonomie und der Besteuerung</p> <p>Schumpeter, Joseph A. (2005): Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie., Stuttgart</p> <p>Smith, Adam (1759): Theory of Moral Sentiments</p> <p>Smith, Adam (1776): Wealth of Nations</p> <p>Varian, Hal R. (2007): Grundzüge der Mikroökonomik., Oldenburg.</p> <p>von Mises, Ludwig (1933): Grundprobleme der Nationalökonomie, Jena.</p> <p>Weber, Max (1922): Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie</p>
--	---

WGI BA 60 Wirtschaft und Gesellschaft

Modul: BA 60	Modultitel: Wirtschaft und Gesellschaft	
Modulverantwortlich: Jun.-Prof. Dr. Verena Hermelingmeier		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verfügen über ein tiefgehendes Verständnis der sich historisch wandelnden Beziehung von Wirtschaft und Gesellschaft und können diese kritisch reflektieren • verstehen verschiedene Transformationsmodelle und können diese auf praktische Herausforderungen übertragen • verfügen über die Fähigkeit, transformative Ansätze in der Praxis kritisch zu beleuchten und ggf. weiterzuentwickeln • können selbst Ideen für transformative Ansätze an der Schnittstelle von Wirtschaft und Gesellschaft entwickeln 	
Inhalte des Moduls:	<p>Der Kurs untersucht die Rolle der Wirtschaft, des Wirtschaftens und wirtschaftlicher Akteure in gesellschaftlichen Kontexten. Dabei schauen wir uns an, welche Wirkung wirtschaftliche Entscheidungen auf Individuen, Gemeinschaften und die Gesellschaft als Ganzes haben und welche Verantwortung sich daraus im Kontext der Herausforderungen des 21. Jhds. ergeben. Zentraler Lerninhalt des Seminars ist die Betrachtung wirtschaftlicher Akteure als „Ko-produzenten“ gesellschaftlicher Strukturen und die Frage nach den aktiven Gestaltungsmöglichkeiten einer zukunftsfähigen Gesellschaft. Dabei nehmen wir insbesondere auch die Wechselbeziehung lokaler Kontexte und jeweiliger Logiken oder Ausprägungen des Wirtschaftens genauer unter die Lupe.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung mit Gruppenarbeit und empirischer Fallstudie	
Lernformen:	Seminar zur Vermittlung von Grundlagen. Die Bearbeitung einer empirischen Fallstudie ermöglicht es den Studierenden, das Gelernte auf die Modellierung lokaler Wirtschaftskonzepte anzuwenden.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (90 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	

<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Beck, U., Bonss, W., & Lau, C. (2003). The Theory of Reflexive Modernization: Problematic, Hypotheses and Research Programme. <i>Theory, Culture & Society</i>, 20(2), 1–33.</p> <p>Giddens, A. (1984). <i>The constitution of society. Outline of the theory of structuration</i>. University of California Press.</p> <p>Loorbach, D., Wittmayer, J., Avelino, F., von Wirth, T., & Frantzeskaki, N. (2020). Transformative innovation and translocal diffusion. <i>Environmental Innovation and Societal Transitions</i>.</p> <p>Loorbach, D., & Wijsman, K. (2013). Business transition management: Exploring a new role for business in sustainability transitions. <i>Journal of Cleaner Production</i>, 45, 20–28.</p> <p>Polanyi, K. (1944). <i>The great transformation: Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen</i> (H. Jelinek, Übers.; 15. Auflage). Suhrkamp.</p> <p>Rockström, J., Steffen, W., Noone, K., Persson, Å., Chapin, F. S., Lambin, E. F., Lenton, T. M., Scheffer, M., Folke, C., Schellnhuber, H. J., Nykvist, B., de Wit, C. A., Hughes, T., van der Leeuw, S., Rodhe, H., Sörlin, S., Snyder, P. K., Costanza, R., Svedin, U., ... Foley, J. A. (2009). A safe operating space for humanity. <i>Nature</i>, 461(7263), 472–475.</p> <p>Schneidewind, U. (2018). <i>Die große Transformation: Eine Einführung in die Kunst gesellschaftlichen Wandels</i> (Originalausgabe). FISCHER Taschenbuch.</p> <p>Schneidewind, U., & Singer-Brodowski, M. (2015). Vom experimentellen Lernen zum transformativen Experimentieren: Reallabore als Katalysator für eine lernende Gesellschaft auf dem Weg zu einer Nachhaltigen Entwicklung. <i>Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik</i>, 16(1), 10–23.</p> <p>Thornton, P. H., Ocasio, W., & Lounsbury, M. (2012). <i>The institutional logics perspective: A new approach to culture, structure, and process</i>. Oxford University Press.</p> <p>WBGU. (2011). <i>Welt im Wandel: Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation</i>. Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen.</p> <p>Westman, L., McKenzie, J., & Burch, S. L. (2020). Political participation of businesses: A framework to understand contributions of SMEs to urban sustainability politics. <i>Earth System Governance</i>, 3, 100044.</p>
--	---

WGI BA 17 Praktische Datenverarbeitung

Modul: BA 17	Modultitel: Praktische EDV	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 4	Arbeitsbelastung gesamt: 100 h	davon Kontaktzeit: 30 h
		davon Selbststudium: 70 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Aufgaben aus dem studentischen Alltag (Erstellung von Präsentationen und Seminararbeiten) und anderen Modulen (bspw. zur Finanzmathematik) mit dem PC zu bearbeiten.	
Inhalte des Moduls:	<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, Präsentation • Tools zur Zusammenarbeit in modernen Arbeitswelten 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Übung: Praktische Datenverarbeitung	
Lernformen:	Im Rahmen der Veranstaltung „Praktische Datenverarbeitung“ werden für die Wirtschaftswissenschaft wesentliche Methoden der Datenverarbeitung in einer seminaristischen Vorlesung vermittelt. Es werden praxisrelevante Aufgaben bearbeitet.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Fallstudie in praktischer Informatik	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(Grundlagen-) Literatur:	Hasenkamp, Stahlknecht: Wirtschaftsinformatik, Springer-Verlag, Berlin 2005. Hasenkamp, Stahlknecht: Arbeitsbuch Wirtschaftsinformatik, Springer, Berlin Heidelberg, 2006.	

WGI BA 65 Interaktive Wertschöpfung und Innovation

Modul: BA 65	Modultitel: Interaktive Wertschöpfung und Innovation	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Stephan Hankammer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des klassischen betrieblichen Wertschöpfungsmanagements wiederzugeben und die Grenzen kritisch zu diskutieren • Grundlagen des Innovationsmanagements und des Innovationsprozesses wiederzugeben und kritisch zu diskutieren • Verschiedene Akteure zu identifizieren, die in die betrieblichen Wertschöpfung miteinbezogen werden können • Konzepte des interaktiven Wertschöpfungsmanagements wiederzugeben • Die grundlegenden Aktivitäten und Prozesse verstehen, die erforderlich sind, um ein kundenorientiertes Wertschöpfungssystem zu implementieren • Einzelne Konzepte des interaktiven Wertschöpfungsmanagements und deren Implementierung praktisch implementieren können • Die ökologischen und sozialen Implikationen der interaktiven Wertschöpfung verstehen und in Einzelfällen analysieren können • Die ökonomischen, ökologischen und sozialen Vorteile und Nachteile der interaktiven Wertschöpfung aus einer multi-dimensionalen Stakeholderperspektive analysieren können. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die betriebliche Wertschöpfung • Einführung in das klassische Innovationsmanagement • Grundsätze und Konzepte zur Erklärung der Arbeitsteilung in wirtschaftlichen Aktivitäten • Einführung in das Grundkonzept der interaktiven Wertschöpfung • Analyse der Akteure des Wertschöpfungsmanagements und des Innovationsmanagements • Theorie, Technologien, praktische Anwendung und ökonomische, soziale und ökologische Bewertung von Konzepten der interaktiven Wertschöpfung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Mass Customization ○ Customer Co-Creation ○ Common-based peer production ○ Crowdsourcing ○ User Innovation ○ Open Innovation 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung: In der Vorlesung werden die inhaltlichen Grundlagen der interaktiven Wertschöpfung und des Innovationsmanagements vermittelt. Seminar: Die seminaristischen Sitzungen dienen dazu, dass Gelernte durch eigenständige Arbeiten zu reflektieren und in Übungen die erlernten Konzepte des interaktiven Wertschöpfungsmanagements anzuwenden.</p>	
Lernformen:	Vorlesung, Gastvorträge, Übungsaufgaben, Fallstudien, Gruppenarbeiten	

<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):</p>	<p>Seminararbeit</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Benkler, Y., & Nissenbaum, H. (2006). Commons-based peer production and virtue. <i>Journal of political philosophy</i>, 14(4), 394-419. Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J. (Eds.). (2006). <i>Open innovation: Researching a new paradigm</i>. Oxford University Press on Demand. Hankammer, S., & Kleer, R. (2018). Degrowth and collaborative value creation: Reflections on concepts and technologies. <i>Journal of Cleaner Production</i>, 197, 1711-1718. Piller, F., Möslin, K., Ihl, C., & Reichwald, R. (2017). <i>Interaktive Wertschöpfung kompakt</i>. Springer Gabler, Wiesbaden. Reichwald, R., & Piller, F. (2006). <i>Interaktive Wertschöpfung. Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung</i>, Springer-Gabler: Wiesbaden. Von Hippel, E. (2005). Democratizing innovation: The evolving phenomenon of user innovation. <i>Journal für Betriebswirtschaft</i>, 55(1), 63-78.</p>

WGI BA 67 Digitalisierung von Arbeit und Gesellschaft

Modul: BA 67	Modultitel: Digitalisierung von Arbeit und Gesellschaft	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Stephan Hankammer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden sind in der Lage <ul style="list-style-type: none"> • die Bedingungs- und Gestaltungsfaktoren in der Verwendung digitaler Technologien zu verstehen, • die gesellschaftlichen Folgen digitaler Innovationen – sowohl auf innerbetrieblicher Ebene für die Beschäftigten als auch auf der außerbetrieblichen Ebene für Bürger:innen und Konsument:innen – zu reflektieren und • Modelle und Konzepte zur Gestaltung digitaler Innovationen auf betrieblicher als auch gesellschaftlicher Ebene zu reflektieren und kontextabhängig anzuwenden. 	
Inhalte des Moduls:	Wenn von der Digitalisierung der Arbeits- und Lebenswelt die Rede ist, wird oftmals unterstellt, dass technische bzw. ökonomische Innovationen zwangsläufig auch gesellschaftliche Fortschritte mit sich bringen. Diese technikoptimistische Perspektive übersieht, dass Technik in ihrer Verwendung weder neutral ist noch, dass Technik Wirklichkeit eindeutig abbilden kann und damit immer auch Lücken der Unbestimmtheit verbleiben. Dies macht eine soziologische Perspektive auf Fragen der Digitalisierung von Arbeit und Gesellschaft in zweierlei Hinsicht notwendig: Zum einen geht es um die gesellschaftlichen Bedingungs- und Gestaltungsfaktoren in der Verwendung digitaler Technologien und zum anderen um die gesellschaftlichen Folgen digitaler Innovationen. Im Modul werden dabei v.a. die folgenden Fragen adressiert: <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Transformation von Arbeit und <i>arbeitsorganisationaler Wandel</i> (agile Arbeitsformen, Selbstführung, Neue Humanisierung der Arbeit vs. digitaler Taylorismus, Flexibilisierung von Arbeit) • Digitale Transformation und <i>Strukturwandel der Beschäftigung</i> (Plattformökonomie, Prekarisierung/Polarisierung/Substituierung von Arbeit) • Digitale Transformation und <i>Subjekt</i> (Sinn- und Gerechtigkeitsansprüche an Arbeit, Solidarität in der digitalen Arbeitswelt) • Digitale Transformation und <i>kapitalistische Produktionsmodelle</i> (u.a. Fragen der Verteilungsgerechtigkeit, ökonomische Polarisierung der Gesellschaft) • Digitale Transformation und <i>gesellschaftliche Gestaltung</i> (u.a. Konzepte und Methoden der digitalen Gestaltung, individuelle und kollektive Akteure der Gestaltung, Zielsetzungen der gesellschaftlichen Gestaltung) 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung	
Lernformen:	Impulsvorträge durch die Dozierende, gemeinsame Lektürearbeit an und mit den Basistexten der Veranstaltung, Reflexion der Vorlesungs- und Lektüreinhalte in Kleingruppen, Referate	

<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):</p>	<p>Seminararbeit Das Veranstaltungsformat erfordert die regelmäßige und aktive Teilnahme.</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Hirsch-Kreinsen, Hartmut (2020): Digitale Transformation von Arbeit. Entwicklungstrends und Gestaltungsansätze. Stuttgart. Nachtwey, Oliver & Staab, Philipp (2020): "Das Produktionsmodell des digitalen Kapitalismus", Soziale Welt, Sonderband 23: 285–304. Pfeiffer, Sabine (2021): Digitalisierung als Distributivkraft. Über das Neue am digitalen Kapitalismus. Bielefeld. Pongratz, Hans J. & Wetz, Friedrich (2011): Nachhaltige Innovation. Ein industriesoziologischer Ansatz zum Wandel in Unternehmen. Berlin.</p>

WGI BA 14 Mitarbeitendenentwicklung und Arbeitsgestaltung

Modul: BA 14	Modultitel: Mitarbeitendenentwicklung und Arbeitsgestaltung	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Ziel der Veranstaltung ist der reflektierte Umgang mit den zentralen Theorien und Ansätzen des Personalmanagements sowie die Befähigung, praktische Probleme in den Bereichen Arbeitsgestaltung und Motivation analytisch zu durchdringen und mittels der Gestaltungsinstrumente der Personalfunktionen qualifizierte Lösungen zu entwickeln. Die Studierenden werden in die Lage versetzt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die theoretische und praktische Entwicklung von Personalwissenschaft nachzuvollziehen und neuere Ansätze vor diesem Hintergrund kritisch einzuordnen • die heterogenen Interessen von Arbeitnehmern und Arbeitgebern in Bezug auf die Ausgestaltung des Arbeitssystems zu identifizieren • Methoden und Instrumentarien des Personalmanagements vor dem Hintergrund dieser Interessenpluralität zu beurteilen • rechtliche Fragen der Arbeitsgestaltung strukturiert zu bearbeiten • die Einbettung von Personalaufgaben 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>Mitarbeitendenentwicklung und Arbeitsgestaltung 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.</p> <p>Die Veranstaltung bietet einen Überblick über Optionen der Gestaltung des Arbeitssystems. 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, strategische und operative Funktionen) • Einführung in konkurrierende Theoriekonzepte der Personalwirtschaftslehre (Motivationstheorien u.a.) • Gestaltungsoptionen des Mitarbeitendenmanagements: Mitarbeitendenplanung und -beschaffung, Arbeitsgestaltung (Mitarbeitendeneinsatz, Arbeitsplatzgestaltung, Arbeitszeit), Mitarbeitendenentwicklung, Anreizsysteme und Personalbeurteilung • Politiken und Gestaltungsoptionen in der Beziehung Mitarbeitende- 	

	<p>Führungskraft</p> <p>Die in der Veranstaltung vorgestellten Modelle und Instrumentarien werden jeweils aus rechtlicher, strategischer, motivationstheoretischer und ökonomischer Perspektive analysiert und mit konkreten Anwendungsbeispielen verbunden.</p> <p>In der Übung werden aktuelle Themen und Herausforderungen des Personalmanagements in Gruppenarbeiten identifiziert, bearbeitet und entlang praktischer Anwendungen erfahren. 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):	Vorlesung und Übung: Mitarbeitendenentwicklung und Arbeitsgestaltung, Vorlesung und Übung: Personal- und Arbeitsrecht
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 (schriftlich und mündlich) zur Vorlesung/Übung Arbeitsgestaltung, Mitarbeitendenentwicklung und Motivation Klausur zur Vorlesung/Übung Personal- und Arbeitsrecht (60 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bartscher, T., Stöckl, J & Träger, T. (2017): Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. München: Pearson Holtbrügge, Dirk: Personalmanagement. Berlin: Springer, 2007.</p> <p>Kauffeld, S. (Hrsg.) (2018): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für BachelorOechsler, Walter A.: Personal und Arbeit. München: Oldenbourg 2006.</p> <p>Preis, Ulrich: Arbeitsrecht, Praxis-Lehrbuch zum Individualarbeitsrecht, 3. Aufl. Schmidt, 2009.</p> <p>Von Rosenstiel, Lutz: Grundlagen der Organisationspsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2003.</p> <p>Brox/Rüthers/Henssler, Arbeitsrecht, 20. Auflage 2020</p> <p>Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, 20. Auflage 2021</p> <p>Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht, 21. Auflage 2021</p>

WGI BA 15 Marketing

Modul: BA 15	Modultitel: Marketing	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 150 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 90 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <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. Die Marketinginstrumente und der Marketing-Mix <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 werden wesentliche Methoden und Konzepte des Marketings 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 einer Fallstudie führen die Studierenden in Kleingruppen eine empirische Untersuchung durch und werten die erhobenen Daten aus.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (60 Minuten) und Seminararbeit (Fallstudie)	
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	

	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<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>

WGI BA 66 Führung und Zusammenarbeit

Modul: BA 66	Modultitel: Führung und Zusammenarbeit	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: Mindestteilnehmendenzahl: 7 Höchstteilnehmendenzahl: 30	Sprache: deutsch/englisch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - aktuelle Führungsansätze zu verstehen und auf Fallsituationen anzuwenden - eigene Führungsmomente zu analysieren und kontextabhängig zu variieren - Herausforderungen an die Führungsaufgabe in Teams zu erkennen und systematisch zu bearbeiten - Zusammenhänge zwischen Führung, Motivation und Arbeitsgestaltung zu erkennen und systematisch zu bearbeiten - Führungsstile und Führungsmodelle zu vergleichen, kritisch einzuschätzen und historisch einzuordnen 	
Inhalte des Moduls:	<p>Neue Arbeits- und Organisationsformen (Selbst-/Kreisorganisation) und technologische Entwicklung (Digitalisierung) stellen neue Anforderungen an die Führungsrolle. Das Modul situiert Führungsansätze und -modelle zunächst in der Geschichte der Führungsforschung und fokussiert dann auf neuen Führungskonzeptionen, in denen Führungsaufgaben zunehmend lateral verteilt (u.a. shared leadership), als Beziehungsgeschehen (u.a. dialogische Führung), als Aufgabe der Mitarbeitenden selbst (Selbstführung) oder in ihrer unterstützenden und transformierenden Funktion (u.a. Coaching-Ansatz, servant leadership) verstanden werden.</p> <p>Die Führungsaufgabe verlagert sich in neueren Arbeitskonzeptionen zunehmend ins Team. Vor diesem Hintergrund bildet das Geschehen im Team (Teamprozesse, Teamentwicklung, Rollenverteilung im Team) einen weiteren Schwerpunkt des Moduls.</p> <p>Das Modul verbindet psychologische Ansätze der Führungs- und Teamforschung mit soziologischen, ästhetischen und ökonomischen Perspektiven.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	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.	
Lernformen:	Vorlesung und Übung	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Portfolio	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften	

	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Dietz, K.-M. and T. Kracht (2011). Dialogische Führung. Frankfurt/New York, Campus. Hatch, M. J., et al. (2005). The three faces of leadership: Manager, Artist, Priest. Malden, MA, Blackwell. Parris, D. L. and J. W. Peachey (2013). "A systematic literature review of servant leadership theory in organizational contexts." Journal of Business Ethics 113(3): 377-393. Pearce, C. L., et al. (2014). "Is shared leadership the key to responsible leadership?" Academy of Management Perspectives 28(3): 275-288. Sattelberger, T., et al., Eds. (2015). Das demokratische Unternehmen: Neue Arbeits- und Führungskulturen im Zeitalter digitaler Wirtschaft. Freiburg, Haufe. Schedlitzki, D. and G. Edwards (2017). Studying leadership: traditional and critical approaches, Sage. Steiger, T. M. and E. Lippmann (2013). Handbuch angewandte Psychologie für Führungskräfte: Führungskompetenz und Führungswissen, Springer-Verlag. Wunderer, R. (2011). Führung und Zusammenarbeit. Köln, Luchterhand. Yukl, G. (2010). Leadership in Organizations. Upper Saddle River, NJ, Pearson.</p>

WGI BA 56 Social Innovation

Modul: BA 56	Modultitel: Social Innovation	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 50h
		davon Selbststudium: 125 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: BA 13 Mindestteilnehmendenzahl: 7 Maximale Teilnehmendenzahl: 30	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die duale Beziehung zwischen 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 • Prozesse und Strategien, die zu sozialen Innovationen beitragen, zu entwickeln und zu gestalten 	
Inhalte des Moduls:	In diesem Modul werden Unternehmen (Organisationen) und Unternehmende (Individuen) in ihrer Rolle als soziale Innovatoren und institutionelle Entrepreneurre betrachtet. Die Veranstaltung fokussiert dabei zunächst auf die 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 sozialen Normen herbeizuführen und wie sie beispielsweise Diskurse beeinflussen, 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 Arbeit an Theorien und Forschungsstudien wird ergänzt durch Fallstudienarbeit.	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar	
Lernformen:	Referate und Präsentationen zu zentralen Forschungsergebnissen im Bereich Social Innovation und Institutional Entrepreneurship; interaktive Lernformen (Workshop, Fallstudien u.a.) zur Durchdringung und Anwendung der theoretischen Ansätze	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Das Veranstaltungsformat erfordert die regelmäßige und aktive Teilnahme. Seminararbeit	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	
(Grundlagen-)	Das Modul basiert auf der Arbeit mit aktuellen Zeitschriftenaufsätzen zum	

Literatur:	<p>Forschungsfeld Institutional Entrepreneurship und Social Innovation. Die Aufsätze werden jeweils zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt, um ihren aktuellen Bezug und Entwicklungsstand zu gewährleisten.</p> <p>Grundlegende Literatur:</p> <p>Bates, S. M. (2012). <i>The Social Innovation Imperative</i>. New York, McGraw-Hill.</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. Institutions and Institutional work. 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>
-------------------	--

WGI BA 63 Arbeit, Ästhetik, Organisation

Modul: BA 63	Modultitel: Arbeit, Ästhetik, Organisation	
Modulverantwortlich: Prof. Kathrin Böhm		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 bewusst ästhetisch gestalteten Raum zu erkennen und die Methoden und Intentionen der unterschiedlichen Herangehensweisen zu benennen und zu verstehen • Die Bedeutung von Artefakten/Materialität für das Organisationsgeschehen zu verstehen • Neue ästhetische Herangehensweisen der Präsentation und Kommunikation zu benutzen 	
Inhalte des Moduls:	<p>Die Veranstaltung befasst sich mit der Ästhetik von Arbeit, Organisation und Management.</p> <p>Dabei geht es zum einen um den Trend der „Ästhetisierung“ von Arbeit- und Wirtschaftsleben. Wir können beobachten wie Unternehmen, Arbeitsprozesse, Produkte und Dienstleistungen zunehmend in den Fokus ästhetischer Gestaltung rücken – mehr denn je geht es um das Aussehen, die Ausstrahlung, die Inszenierung und die Atmosphäre.</p> <p>Zum anderen wird in der Veranstaltung die ästhetische Dimension von Arbeit, Unternehmensführung, Corporate Identity und Organisationsgeschehen anhand von wissenschaftlichen Studien und Fallbeispielen herausgearbeitet. Damit wird die Aufmerksamkeit auf die Notwendigkeit sowie die Problematik von ästhetischer Gestaltung in/durch Organisationen und Arbeitsbeziehungen gelenkt.</p> <p>In der ästhetischen Perspektive werden die Bedeutung ‚Relationaler Ästhetik‘, sinnlicher Wahrnehmung, Emotionalität und partizipativer Gestaltung für das Unternehmensgeschehen erkennbar und damit auch einem reflektierten Umgang zugänglich. U.a. werden Design und Ästhetik-Konzepte, Theorien des Social Design, Embodied Knowledge, der sozialen Produktion von Raum sowie der Partizipation in der Raumgestaltung eingeführt und anhand von Fallbeispielen aus der Literatur und der eigenen Praxis kritisch geprüft. Zusammenhänge zu aktuellen Themen wie New Work, Dezentralisiertes Arbeiten und Neue Unternehmensformen werden entsprechend aufgezeigt und diskutiert.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Übung	

<p>Lernformen:</p>	<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>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige und aktive Teilnahme am Seminar • Vortrag • Seminararbeit
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Biehl-Missal, Brigitte (2011). <i>Wirtschaftsästhetik. Wie Unternehmen die Kunst als Inspiration und Werkzeug nutzen.</i> Gabler: Wiesbaden. Blundell Jones, P. & Petresu, D. & Till, Jeremy. (2013) <i>Architecture and Participation.</i> Perlego: London. Böhme, G. (2016). <i>Ästhetischer Kapitalismus.</i> Suhrkamp Verlag. Bourriaud, N. (1998). <i>Relational Aesthetics.</i> Les presses du reel: Dijon. Carr, A., & Hancock, P. (Eds.). (2003). <i>Art and aesthetics at work.</i> Springer. Hofmann, S. (2014). <i>Partizipation Macht Architektur.</i> Jovis Verlag: Berlin Lefebvre, H. (1991). <i>The production of space (Vol. 142).</i> Blackwell. (Original work published 1974) Neuberger, Oswald (1994). <i>Zur Ästhetisierung des Managements.</i> In: Schreyögg, Georg; Conrad, Peter (Hg.) <i>Managementforschung 4. Dramaturgie des Managements. Laterale Steuerung.</i> Berlin: S. 1-70. Massey, D. (2005) <i>for space.</i> SAGE Publications: London Reckwitz, Andreas (2008): <i>Elemente einer Soziologie des Ästhetischen,</i> in: Junge, Kay & Suber, Daniel & Gerber, Gerold (Hrsg.): <i>Erleben, Erleiden, Erfahren: Zur Konstitution sozialen Sinns jenseits instrumenteller Vernunft.</i> Bielefeld, S. 297-231. Strati, Antonio (1992). <i>Aesthetic understanding of organizational life.</i> In: <i>Academy of Management Review, Jg. 17 (3),</i> 568-581. Taylor, S. S., & Hansen, H. 2005. <i>Finding Form: Looking at the Field of Organizational Aesthetics.</i> <i>Journal of Management Studies, 42(6):</i> 1211–1231 Warren, S. 2008. <i>Empirical Challenges in Organizational Aesthetics Research: Towards a Sensual Methodology.</i> <i>Organization Studies, 29(4):</i> 559–580. Witz, Anne/Warhurst, Chris/Nickson, Denis (2003): <i>The Labour of Aesthetics and the Aesthetics of Organization.</i> In: <i>Organization 10(1),</i> 33-54. Wright, Stephen (2013). <i>Towards a Lexicon of Usership.</i> Arte Util Website (pdf online) https://museumarteutil.net/wp-content/uploads/2013/12/Toward-a-lexicon-of-usership.pdf</p> <p>Semesterspezifische Literatur wird zusätzlich jeweils zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.</p>

WGI BA 13 Organisation

Modul: BA 13	Modultitel: Organisation	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	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 Organisationsstruktur, sozialen und kulturellen Subsystemen der Organisation zu erkennen und einzuordnen, • grundlegende Methoden der Organisation auf Praxisfälle anzuwenden. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Die Veranstaltung führt ein in die Begrifflichkeit betriebswirtschaftlicher Organisationslehre und zeigt die theoretische Entwicklung der Disziplin seit Weber auf. Im Mittelpunkt stehen dann die zentralen Parameter der organisatorischen Strukturgestaltung, d.h. der organisatorischen Differenzierung (Arbeitsteilung) und der organisatorischen Integration (Koordination). 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) bearbeitet.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Übung	
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. In der Übung wird u.a. eine umfangreiche Praxisfallstudie in Gruppen bearbeitet.</p>	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (90 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>	
(Grundlagen-) Literatur:	Laloux, F. (2014). Reinventing Organizations: A Guide to Creating	

	<p>Organizations Inspired by the Next Stage of Human Consciousness, Nelson Parker.</p> <p>Kieser, Alfred; Ebers, Mark (Hrsg.): Organisationstheorien. Kohlhammer, 8. Aufl., Stuttgart 2019.</p> <p>Rosenstiel, L. v.: Grundlagen der Organisationspsychologie. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, 2003.</p> <p>Schreyögg, G. und Geiger, D.: Organisation. Wiesbaden, SpringerGabler. 2016.</p> <p>Steiner, Rudolf: Wirtschaft – Ideen zur Neugestaltung. Hrsg. Götz Rehn; Stuttgart, 2011.</p>
--	--

WGI BA 62 Künstlerisches Handeln in Organisationen

Modul: BA 62	Modultitel: Künstlerisches Handeln in Organisationen	
Modulverantwortlich: Anne von Hoyningen-Huene		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: Mindestteilnehmendenzahl: 7 Höchstteilnehmendenzahl: 24	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erleben und begreifen Management als einen gestalterischen, schöpferischen Prozess. • kennen Kreativtechniken und Innovationsmethoden, die ihr Denken und Handeln in strategischen und operativen Managementprozessen erweitern. • begreifen sich selbst als kreative und gestaltende Persönlichkeit. Sie können einschätzen, wann kreative und künstlerische Methoden eingesetzt werden und können ihre künstlerische Haltung in den Unternehmensalltag einbringen. 	
Inhalte des Moduls:	Das Seminar baut auf den bisher erworbenen Kenntnissen betriebswirtschaftlicher und künstlerischer Prozesse auf und führt diese zusammen. Ziel des Seminars ist es, mit den Studierenden einen individuellen Werkzeugkoffer zu erarbeiten, der von zielgerichteten Kreativitätstechniken bis hin zu ergebnisoffenen, künstlerischen Prozessen reicht und ein Verständnis dafür schafft, mit einer künstlerischen Haltung sowie einer stimmigen Methodik im unternehmerischen und organisationalen Kontext kreative und künstlerische Impulse zu setzen. Das Seminar ist darauf ausgerichtet, dass die Studierenden in Praxisbeispielen und in eigener Anwendung Erfahrungen mit den vorgestellten methodischen Ansätzen in unternehmerischen und organisationalen Fragestellungen sammeln und diese reflektieren. <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung stellt kreative Methoden und künstlerische Herangehensweisen zur Verfügung und diskutiert sie im Kontext wesentlicher Managementprozesse (z.B. Innovationsmanagement) und Kompetenzen (z.B. Teamführung) sowie aktueller neuer Trends (z.B. New Work). Ausgewählte Methoden werden von den Studierenden jeweils erprobt und anschließend individuell für die eigene Anwendung kritisch überprüft. 	
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.	

<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):</p>	<p>Portfolio</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Kumar, V. (2012). 101 design methods: A structured approach for driving innovation in your organization, John Wiley & Sons. Eppler, M. J., et al. (2014). Creability: Gemeinsam kreativ-innovative Methoden für die Ideenentwicklung in Teams, Schäffer-Poeschel. Buzan, T., et al. (2010). The mind map book: Unlock your creativity, boost your memory, change your life, Pearson BBC Active. Bergmann / Daub (2008). Der Managementprozess. Systemisches Innovations- und Kompetenzmanagement: Grundlagen — Prozesse — Perspektiven. Wiesbaden, Gabler: 141-260. Paufler, A. (2019) Führung – Kreativität – Innovation. Ein Leitfaden mit Denkstrategien und Denktaktiken für innovative Köpfe. Wiesbaden, Springer Eagleman, D., & Brandt, A. (2018). Kreativität - Wie unser Denken die Welt immer wieder neu erschafft. München: Siedler. Freygarten, S., Strunk, M. (2017): Komplementäre künstlerische Strategien. Ein Handbuch für Künstlerinnen, Berater und Multiplikatoren in Veränderungs- und Bildungsprozessen. Epubli. Lehmann, U. (Hrsg.) (2017): Wirtschaft trifft Kunst. Warum Kunst Unternehmen gut tut. Wiesbaden, Gabler.</p>

WGI BA 52 Sustainable Entrepreneurship

Modul: BA 52	Modultitel: Sustainable Entrepreneurship	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Stephan Hankammer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 6	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	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):	Seminararbeit	

<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Bygrave, W.; Zacharakis, A. (Hg.) (2011): Entrepreneurship. Hoboken, N.J: Wiley. 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. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley&Sons. Millner, R., & Vandor, P. (2014). Neues Unternehmertum: SocialEntrepreneurship und die Rolle des Umfelds. In Forschung zu Zivilgesellschaft, NPOs und Engagement (pp. 283-300). Springer VS, Wiesbaden. Schaltegger, S. (2010): Unternehmerische Nachhaltigkeit als Treiber von Unternehmenserfolg und Strukturwandel, in: Wirtschaftspolitische Blätter, 57. Jg., Nr. 4, 495-503. Schmidpeter, R. (2015). CSR, SustainableEntrepreneurship und Social Innovation–Neue Ansätze der Betriebswirtschaftslehre. In Corporate Social Responsibility (pp. 135-144). Springer Gabler, Berlin, Heidelberg. Volkmann, Christine K.; Tokarski, Kim Oliver; Ernst, Kati (2012): Social entrepreneurship and social business. An introduction and discussion with case studies. Wiesbaden: Springer Gabler. Whitman, J. (2011): Social Entrepreneurship: An Overview. In: W. Bygrave und A. Zacharakis (Hg.): Entrepreneurship. Hoboken, N.J: Wiley, S. 563–582.</p>

Wahlfächer und Spezialisierungsmodule

WGI BA 07 Externes Rechnungswesen

Modul: BA 07	Modultitel: Externes Rechnungswesen	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	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	Klausur (60 Minuten)	

(Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	Bieg, Hartmut/Waschbusch, Gerd: Buchführung. 9. Aufl., Herne 2017. 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. 16. Aufl., Berlin 2021. Wöhe, Günter/Kußmaul, Heinz: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik. 10. Aufl., München 2018. Eisele, Wolfgang/Knobloch, Alois Paul: Technik des betrieblichen Rechnungswesens. 9. Aufl., München 2019.

WGI BA 06 Volkswirtschaftslehre – Vertiefung

Modul: BA 06	Modultitel: Volkswirtschaftslehre – Vertiefung	
Modulverantwortlich: Jun.-Prof. Dr. Verena Hermelingmeier		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 105 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden entwickeln ein vertieftes Verständnis relevanter ökonomischer Paradigmen und können deren Prämissen und Grenzen kritisch hinterfragen. • Sie können die Relevanz verschiedener ökonomischer Paradigmen für aktuelle wirtschaftliche und gesellschaftliche Fragestellungen und Transformationsprozesse einschätzen und haben einen Überblick über deren wirtschaftspolitischen Imperative. • Sie können aktuelle wirtschaftspolitische Diskurse reflektieren und die jeweiligen Implikationen für ihre betriebswirtschaftliche Praxis abschätzen. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • <p>Im Kurs VWL II - Vertiefung liegt der Fokus auf der Kontextualisierung von VWL im 21. Jhd. und auf den wirtschaftstheoretischen und -politischen Überlegungen, die sich daraus ergeben. Aufbauend auf den wirtschaftstheoretischen Grundlagen aus der Veranstaltung VWL I werden ausgewählte ökonomische Paradigmen am Beispiel aktueller gesellschaftlich und ökonomisch relevanter Fragestellungen exemplarisch vertieft. Der Kurs gliedert sich grob in drei Teile:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kritische Betrachtung der kapitalistischen Wirtschaftsordnung & aktuelle Krisen 2) Neudefinition von Wohlstand & alternative Wirtschaftsparadigmen 3) Aktuelle Wirtschaftspolitik und ihre Neugestaltung <ul style="list-style-type: none"> • Aufbauend auf dem wirtschaftstheoretischen Grundwissen aus der Veranstaltung VWL - Grundlagen werden ausgewählte ökonomische Paradigmen (insbesondere nachhaltigkeitsorientierte ökonomische Theorien (z.B. ökologische Ökonomik, Umweltökonomik, Feministisch Ökonomik etc.) am Beispiel aktueller gesellschaftlich und ökonomisch relevanter Fragestellungen exemplarisch vertieft. • Dazu werden die theoretischen Grundlagen und wirtschaftspolitischen Imperative von Ansätzen nachhaltigen Wirtschaftens (z.B. Green Economy, Postwachstumsökonomie, Circular Economy, Care-Ökonomie, Gemeingüter- Ökonomik) erörtert und kontrastiert 	
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):	Klausur (90 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften</p> <p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation</p> <p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Brodbeck: Karl-Heinz (1998): Grundlagen der Wirtschaftspolitik, Würzburg.</p> <p>Daly, Herman (1997): Beyond Growth. The Economics of Sustainable Development. East Sussex.</p> <p>Federici, Silvia (2018): Re-enchanting the World. Feminism and the Politics of the Commons, Kairos/PM Press, Okland.</p> <p>Felderer, Bernhard / Homburg, Stefan (2005): Makroökonomik und neue Makroökonomik. Berlin.</p> <p>Georgescu-Roegen, Nicholas (1971): The Entropy Law and the Economic Process. Cambridge (Mass.) 1971.</p> <p>Heine, Michael / Herr, Hansjörg (2013): Volkswirtschaftslehre – Paradigmenorientierte Einführung in die Mikro- und Makroökonomie. 4. Aufl. Oldenbourg Verlag.</p> <p>Jäger, Johannes / Springler, Elisabeth (2012): Ökonomie der internationalen Entwicklung. MandelbaumVerlag .</p> <p>Klump, Rainer (2013): Wirtschaftspolitik – Instrumente, Ziele und Institutionen. Pearson.</p> <p>Notz, Gisela (2011): Theorien alternativen Wirtschaftens - Fenster in eine andere Welt. Schmetterling Verlag.</p> <p>Ostrom, Elinor (1990): Governing the Commons. The Evolution of Institutions of Collective Action, Cambridge (Mass).</p> <p>Rezai, A., Stagl, S. (2016): Ecological macroeconomics: Introduction and review, Ecological Economics 121.</p> <p>Schmelzer, Matthias / Vetter, Andrea (2019): Degrowth/Postwachstum zur Einführung. Hamburg: Junius Verlag.</p> <p>Schumpeter, Joseph A. (1942): Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie.</p> <p>Victor, Peter A. (2008): Managing Without Growth: Slower by Design, Not Disaster, Cheltenham.</p>

	Winker, Gabriele (2021): Solidarische Care-Ökonomie. Revolutionäre Realpolitik für Care und Klima. Bielefeld: transcript.
--	---

WGI BA 11 Investition und Finanzierung

Modul: BA 11	Modultitel: Investition und Finanzierung	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	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 Dauer der Prüfung):	Klausur (60 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	

<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Beike, Rolf/Schlütz, Johannes: Finanznachrichten lesen – verstehen – nutzen. 6. Aufl., Stuttgart 2015.</p> <p>Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz: Finanzierung. 3. Aufl., München 2016.</p> <p>Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz: Investition. 3. Aufl., München 2016.</p> <p>Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz/Waschbusch, Gerd: Finanzierung in Übungen. 4. Aufl., München 2017.</p> <p>Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz/Waschbusch, Gerd: Investition in Übungen. 3. Aufl., München 2015.</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; Helms, Nils: Investition und Finanzierung. 2. Aufl., München 2017.</p> <p>Kruschwitz, Lutz/Husmann, Sven: Finanzierung und Investition. 7. Aufl., München 2012.</p> <p>Kruschwitz, Lutz: Investitionsrechnung. 15. Aufl., München 2019.</p> <p>Perridon, Louis/Steiner, Manfred/Rathgeber, Andreas: Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Aufl., München 2017.</p> <p>Wöhe, Günter/Bilstein, Jürgen/Ernst, Dietmar/Häcker, Joachim: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 11. Aufl. 2013.</p>
--	--

WGI BA 08 Quantitative Sozialforschung

Modul: BA 08	Modultitel: Quantitative Sozialforschung	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	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, 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 • Stichprobenziehung und Schätzverfahren • Formulierung, Operationalisierung und Testen von Hypothesen • Spezielle Testprobleme (Mittelwert- und Medianvergleiche, Anpassungstests, Homogenitäts- und Unabhängigkeitstests) • Einfache und multiple lineare Regressionsanalyse 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung zur Quantitativen Sozialforschung mit integrierter Übung	
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 in mehreren Abschnitten)	
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	

<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Eid, M./Gollwitzer, M./Schmitt, M. (2015): Statistik und Forschungsmethoden, 4. Aufl., Weinheim u. a.: Beltz. Fahrmeir, L. u. a. (2016): Statistik: Der Weg zur Datenanalyse, 8. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer. Zucchini, W. u. a. (2009): Statistik für Bachelor- und Masterstudenten, Berlin/Heidelberg: Springer.</p>
--	--

WGI BA 29 Art is not an Island – Kunst als multidisziplinärer Arbeitsraum

Modul: BA 29	Modultitel: Art is not an Island – Kunst als multidisziplinärer Arbeitsraum	
Modulverantwortlich: Prof. Kathrin Böhm		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: Mindestteilnehmendenzahl: 6 Höchstteilnehmendenzahl: 24	Sprache: englisch / deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen die Spannbreite künstlerischer Praxis im globalen (post-) zeitgenössischem Kunstkontext • erleben Kunst als fachübergreifend und interdisziplinär • gewinnen vertiefte Einsicht in die Historie und Aktualität von Kunst und künstlerischer Kompetenz im Wirtschaftskontext • verstehen die Positionierung, Funktion und Ambition unterschiedlicher künstlerischer Methoden in Organisationen und Unternehmen • untersuchen die unterschiedlichen Ökonomien, die Kunst ermöglichen, und ökonomische Modelle, die sich aus künstlerischer Praxis ergeben • erschließen Dekolonialisierung und Intersektionalität als konzeptionelle und praxisnahe Frameworks • erfahren künstlerisches Denken und Handeln als wesentliche Qualitäten, die in allen menschlichen Lebensbereichen und Arbeitsfeldern wirksam werden können, Stichwort ‚Cultural Democracy‘ • Differenzieren Kunst als Möglichkeit und Erfahrung sowohl für ihre eigene persönliche Entwicklung als auch als operative Praxis in kollektiven und unternehmerischen Situationen 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Die Übertragung künstlerischer Erfahrungen und Arbeitsformen auf andere Arbeitsfelder, hier v. a. in Zusammenhang mit der Betriebswirtschaft, ist der Inhalt dieser Einheit. • Kunst wird greifbar zur Entdeckung, Entfaltung und Gestaltung menschlicher, sozialer, wirtschaftlicher Problembereiche. • Interdisziplinäre Ansätze künstlerischen Arbeitens • Erproben und Reflektieren einer selbstgewählten temporären künstlerischen Rolle und ihre Positionierung in einer Organisation/Unternehmen • Praxisnahes Begleiten eines komplexen Kunstevents und Analyse der Wirtschaftlichkeit und gesellschaftlichen Verortung • Erprobung der sich aus der künstlerischen Autonomie ableitenden Prinzipien der Selbstbestimmung und Repräsentation in kunstfremden Kontexten • Kunst, Kommunikation und Wissen: was vermittelt und Kunst und was schlägt sie vor als Installation, Intervention oder Operationalisierung 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung, Seminar, Exkursion	
Lernformen:	Kompaktseminar	

	Vorlesungen und Informationsvermittlung Projektarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Regelmäßige und aktive Mitarbeit Portfolio
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Illich, Ivan (1982). Vom Recht auf Gemeinheit. Rowohlt Taschenbuch: Hamburg</p> <p>Haiven, Max (2018). Art After Money Money After Art. Creative Strategies Against Financialisation. Pluto Press: London</p> <p>Raunig, Gerald (2017). Kunst und Revolution. Künstlerischer Aktivismus im langen 20. Jahrhundert. Transversal texts: Wien</p> <p>Steiner, Barbara (2011). Das eroberte Museum/The Captured Museum. Zu CARTE BLANCHE, einem Forschungsprojekt der Galerie für Zeitgenössische Kunst Leipzig. Jovis: Berlin</p> <p>Wright, Stephen (2013). Towards a Lexicon of Usership. Arte Util Website (pdf online) https://museumarteutil.net/wp-content/uploads/2013/12/Toward-a-lexicon-of-usership.pdf</p> <p>Fallon, Benjamin; Beech, Dave, Macdonal, Kirsteen; Vishmidt, Marina (2019) Work. Issue 9. PARSE Journal/Gothenburg (online)</p> <p>Witzgall, Susanne, Stakemeier, Kerstin (2014). Macht des Materials / Politik der Materialität. Diaphanes: Zürich</p> <p>Sholette, Gregory (2010). Dark Matter. Art and Politics in the Age of Enterprise Culture. Pluto: London</p> <p>Hiltbrunner, Michael; Schenker, Christoph (2003). Kunst der Öffentlichkeit. JPR-Editions: Genf</p> <p>Winker, Gabriele; Degele, Nina (2010). Intersektionalität. Zur Analyse sozialer Ungleichheit. Transcript Verlag: Bielefeld.</p>

WGI BA 53 Nachhaltigkeitsmanagement

Modul: BA 53	Modultitel: Nachhaltigkeitsmanagement	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Stephan Hankammer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: Deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen des Nachhaltigkeitskonzepts wiedergeben, • die Rolle von Unternehmen für Nachhaltigkeit analysieren, • ausgewählte Standards des Nachhaltigkeitsmanagements erklären, • für spezifische Unternehmen Berührungspunkte der jeweiligen Kerngeschäftstätigkeit zu Themen unternehmerischer Nachhaltigkeit identifizieren, • Nachhaltigkeitsberichte (kritisch) analysieren, • Konzepte und Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements wiedergeben, • Stakeholder/Anspruchsgruppen von Unternehmen identifizieren und die Bedeutung der jeweiligen Anspruchsgruppen bewerten, • Umsetzung systematischer Nachhaltigkeitsmanagementmaßnahmen in Unternehmen anstoßen, etablieren, evaluieren und weiterentwickeln, • Nachhaltigkeitsinnovationen verstehen und kritisch beurteilen. 	
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 • Die Rolle von Wirtschaftswachstum für Nachhaltige Entwicklung <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 • Nachhaltigkeitsinnovationen • Stakeholder-Management • Nachhaltigkeit in Wertschöpfungsketten <p>Messung, Steuerung und Kommunikation der unternehmerischen Nachhaltigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ökobilanzierung • Bewertung von Nachhaltigkeitsinnovationen • Nachhaltigkeitsberichterstattung 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Seminar	
Lernformen:	Vorlesung, Gastvorträge, Seminar, Fallstudien	

<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):</p>	<p>Klausur (60 Minuten)</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Baumast, A.; Pape, J. (Hg.) (2022): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement. Stuttgart: UTB. 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. Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. Organization & Environment, 29(2), 156-174. Porter, M.; Kramer, M. (2011): Creating Shared Value. In: Harvard Business Review 94, S. 62–77. Schaltegger, S. (2010): Unternehmerische Nachhaltigkeit als Treiber von Unternehmenserfolg und Strukturwandel, in: Wirtschaftspolitische Blätter, 57. Jg., Nr. 4, 495-503. Schaltegger, S.; Herzig, C.; Kleiber, O.; Klinke, T.; Müller, J. (2007): Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen. Von der Idee zur Praxis: Managementansätze zur Umsetzung von Corporate SocialResponsability und Corporate Sustainability. Lüneburg: BMU/BDI/CSM. Schaltegger, S.; Hörisch, J.; Windolph, S.E; Harms, D. (2012): Corporate Sustainability Barometer 2012. Centre for Sustainability Management. Lüneburg. Steurer, R., Langer, M. E., Konrad, A., & Martinuzzi, A. (2005). Corporations, stakeholders and sustainable development I: a theoretical exploration of business–society relations. Journal of business ethics, 61(3), 263-281.</p>

WGI BA 09 Internes Rechnungswesen

Modul: BA 09	Modultitel: Internes Rechnungswesen	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	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	
Lernformen:	Bearbeitung theorie- und praxisrelevanter Aufgaben, Informationserarbeitung aus verschiedenen Quellen, Informationsvermittlung, Praxisvortrag, Fallstudienarbeit, Übungsaufgaben	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (60 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	

<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Ewert, R./Wagenhofer, A. (2008): Interne Unternehmensrechnung, 7. Aufl., Berlin u. a.: Springer.</p> <p>Haberstock, L./Breithecker, V. (2008a): Kostenrechnung I: Einführung, 13. Aufl., Berlin: Erich Schmidt.</p> <p>Haberstock, L./Breithecker, V. (2008b): Kostenrechnung II: (Grenz-)Plankostenrechnung, 10. Aufl., Berlin: Erich Schmidt.</p> <p>Horngren, C. T./Datar, S. M./Rajan, M. (2012): Cost accounting: A managerial emphasis, 14. Aufl., Upper Saddle River (NJ): Pearson Prentice Hall.</p> <p>Kilger, W./Pampel, J. R./Vikas, K. (2012): Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 13. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Riebel, P. (1994): Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung, 7. Aufl., Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Schunter, J. G./Zirkler, B. (2007): Vom Standard Costing zum Value Stream Costing: Eine Analyse auf dem Gebiet der US-amerikanischen Kostenrechnung, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.</p> <p>Schweitzer, M. u. a. (2015): Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, 11. Aufl., München: Vahlen.</p> <p>Selders, J. (2007): Controlling und unternehmerisches Denken – nicht unbedingt ein Widerspruch! Dialogische Führung und das Instrument der Wertbildungsrechnung bei dm drogeriemarkt, in: Controller Magazin 32, Nr. 1, S. 85–89.</p> <p>Weber, J./Weißenberger, B. E. (2015): Einführung in das Rechnungswesen, 9. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p>
--	--

WGI BA 25 Konsumkritik und Nachhaltigkeitsmarketing

Modul: BA 25	Modultitel: Konsumkritik und Nachhaltigkeitsmarketing	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsumentensouveränität und Konsumentenschutz vor dem Hintergrund verschiedener Konsumentenleitbilder zu diskutieren. • Konsum und seine Wirkungen auf Menschen und Umwelt vor dem Hintergrund verschiedener Disziplinen (Soziologie, Psychologie, Naturwissenschaften, ...) zu kontextualisieren und zu reflektieren. • die Zusammenhänge zwischen Wirtschaftswachstum/Konsum und Treibhausgasemissionen sowie verschiedener Überlegungen zur Entkopplung dieses Zusammenhanges vor dem Hintergrund der Konsumabhängigkeit des Menschen zu diskutieren. • ausgewählte empirische Studien zum nachhaltigen Konsumentenverhalten zu verstehen, einzuordnen und kritisch zu würdigen. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Methodische Grundlagen qualitativer und quantitativer Studien zum nachhaltigen Konsumentenverhalten • Konsument:innensouveränität, Konsument:innenschutz und Konsument:innenleitbilder • ausgewählte empirische Studien zum nachhaltigen Konsument:innenverhalten • Glück und Konsum; Konsum und Klimawandel • Beeinflussung des Konsument:innenverhaltens: Nudging; Emissionszertifikatehandel; Transformation zur Nachhaltigkeit • Einstellung zur Nachhaltigkeit und das Attitude Behaviour Gap • Konsument:innenverantwortung und Wähler:innenverantwortung für den Klimaschutz 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung: Konsumkritik und Nachhaltigkeitsmarketing Seminar: Diskussion ausgewählter Aufsätze aus den Themengebieten der Veranstaltung	
Lernformen:	Seminaristische Unterricht mit Gruppenarbeiten	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Vortrag zu einem wissenschaftlichen Aufsatz Seminararbeit	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel	

	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Aertsens, J. et al. (2009): Personal Determinants of organic food consumption: a review, in: <i>British Food Journal</i>, Vol. 111, No. 10, 2009, S. 1140-1167.</p> <p>Ashaduzzaman et al. (2020): Predicting collaborative consumption behaviour: a meta-analytic path analysis on the theory of planned behaviour, in: <i>European Journal of Marketing</i>, Vol. 56, No. 4, 2022, S. 968-1013.</p> <p>Balderjahn et al. (2013): Consciousness for fair consumption: conceptualization, scale development and empirical validation, in: <i>International Journal of Consumer Studies</i>, 37 (2013), S. 546-555.</p> <p>Balderjahn et al. (2020): A Sustainable Pathway to Consumer Wellbeing. The Role of Anticonsumption and Consumer Empowerment, in: <i>The Journal of Consumer Affairs</i>, Summer 2020, Volume 54, Nr. 2, S. 456-488.</p> <p>Belk, R. W. et al. (1988): Possessions and the Extended Self, in: <i>Journal of Consumer Research</i>, Vol. 15, 1998, S. 139-167.</p> <p>Belk, R. W. et al. (2003): The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion, in: <i>Journal of Consumer Research</i>, Vol. 30, 2003, S. 326-351.</p> <p>Cian, L. (2011): How to measure brand image: a reasoned review, in: <i>The Marketing Review</i>, 2011, Vol. 11, No. 2, S. 165-187.</p> <p>Deresky, H. K. 2008: <i>International Management: Managing Across Borders and Cultures</i>, 6th edition, Prentice Hall.</p> <p>Easterlin, R. A. (2001): Income and Happiness: Towards a Unified Theory, in: <i>The Economic Journal</i>, 111 (July), S. 465-484.</p> <p>Jackson, Tim (2017): <i>Wohlstand ohne Wachstum – das Update: Grundlagen für eine zukunftsfähige Wirtschaft</i>, oekom Verlag.</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: <i>Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik: zfwu</i>, Jg. 14, Heft 2, S.282-300.</p> <p>Minton E. A. et al. (2022): Drivers of Sustainability and Consumer Well-Being: An Ethically-Based Examination of Religious and Cultural Values, in: <i>Journal of Business Ethics</i> (2022), 175:167-190.</p> <p>Reisch, Lucia A. & Oehler, Andreas (2009): Behavioral Economics: Eine neue Grundlage für die Verbraucherpolitik, in: <i>Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung</i>, Jg. 78, Heft 3, S. 30-43.</p> <p>Rothenberg, S. (2007): Sustainability through Servicizing, in <i>MITSloan Management Review</i>, 2007, Vol. 48, No. 2.</p> <p>Schwartz, S. H. (2012): An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values, in: <i>Online Readings in Psychology and Culture</i>, Unit 2, Subunit 1, Article 11.</p> <p>Sinn, H.-W. (2020): <i>Das grüne Paradoxon: Plädoyer für eine illusionsfreie Klimapolitik</i>.</p> <p>Torma et al. (2016): I nudge myself: Exploring ‘self-nudging’ strategies to drive sustainable consumption behaviour, in: <i>International Journal of Consumer Studies</i>, 2018, Vol. 42, S. 141-154.</p> <p>White, K. et al. (2019): How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework, in: <i>Journal of Marketing</i>, 2019, Vol. 83(3), S. 22-49.</p>

WGI BA 50 Menschenbilder, Allmendegüter, Markt und Moral

Modul: BA 50	Modultitel: Menschenbilder, Allmendegüter, Markt und Moral	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4.	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Möglichkeiten und Grenzen der Erkenntnisgewinnung zum Bild vom (ökonomischen) Menschen durch experimentelle Wirtschaftsforschung einzuschätzen. • die Ergebnisse der Forschung von E. Ostrom zur Selbstverwaltung von Allmendegütern auf Nachhaltigkeitsprobleme anzuwenden. • Probleme im Bereich der Nachhaltigkeit vor dem Hintergrund allokativen und distributiven Marktversagens zu diskutieren. • die Argumente für eine Reintegration von Ökonomie und politischer Philosophie nachzuvollziehen. • die Argumente für oder gegen Grenzen von Märkten kritisch zu reflektieren. • die Argumente für und gegen eine Wertneutralität des Staates kritisch zu diskutieren. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Experimentelle Wirtschaftsforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kooperation: Investition in öffentliche Güter • Fairness: Das Ultimatum- und das Diktatorspiel • Solidarität: Das Solidaritätsspiel • ausgewählte Artikel aus Fachzeitschriften zur experimentellen Wirtschaftsforschung <p>Spieltheorie und Allmenderessourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand der Spieltheorie • Spiele in strategischer und extensiver Form • Gleichgewichte in dominanten Strategien und das Nash-Gleichgewicht • Allmenderessourcen und die Tragödie der Allmende • Die Verfassung der Allmende <p>Marktversagen im Umweltbereich</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allokatives und distributives Marktversagen • Markt und Moral: moralische Grenzen der Allokation über Märkte • Grenzen der Wertneutralität des Staates 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung mit integrierten Übungen und Gruppenarbeiten	
Lernformen:	Im Rahmen der Veranstaltungen zu dem Modul „Menschenbilder, Allmendegüter, Markt und Moral“ werden ausgewählte ökonomische Theorien in einer seminaristischen Vorlesung vermittelt, Lösungsansätze in Gruppenarbeit entwickelt und im Gespräch mit den Dozierenden reflektiert und bewertet.	
Voraussetzungen für die	Gruppenpräsentation zur experimentellen Wirtschaftsforschung	

Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Mündliche Prüfung (15-30 Minuten) Klausur (60 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	Akerlof, G. A. u. Shiller, R. J.: Animal Spirits – Wie Wirtschaft wirklich funktioniert, Campus Verlag 2009. Battenfeld, D. (2023): Nachhaltigkeitsorientierte Preispolitik, in: Griese, K.-M. u. Schnitker, K. (Hrsg.): Nachhaltigkeitsmarketing, 2. Auflage, Springer Gabler Verlag, S. 175-216. Camerer, C. F. u. Thaler, R. H.: Anomalies – Ultimatums, Dictators and Manners, in: Journal of Economic Perspectives, 1995, S. 209 – 219. Camerer, C. F. u. Fehr, E.: When does „Economic Man“ dominate social behavior? in: Science, Vol. 311, S. 47 ff. Carter, J. R. u. Irons, M. D.: Are Economists different, and if so why?, in: Journal of Economic Perspectives, 1991, S. 171 – 177. Falk, A. u. Szech, N. (2013): Morals and Markets, in Science 340, 707 (2013). Collier, P. (2019): Sozialer Kapitalismus! - Mein Manifest gegen den Zerfall unserer Gesellschaft. Deimer, K., Pätzold, M. u. Tolkmitt, V. (2017): Ressourcen-allokation, Wettbewerb und Umweltökonomie, Springer Gabler, Berlin 2017. Drewello, H., Kupferschmidt, F. u. Sievering, O. (2018): Markt und Staat. Eine anwendungsorientierte Einführung in die allgemeine Volkswirtschaftslehre, Springer Gabler, Berlin 2018. Frank, R. H. et al: Does Studying Economics Inhibit Cooperation, in: Journal of Economic Perspectives, 1993, S. 159 – 171. Holler, Illing: Einführung in die Spieltheorie, Berlin 2006. Jackson, T. (2017): Wohlstand ohne Wachstum - das Update: Grundlagen für eine zukunftsfähige Wirtschaft, oekom Verlag. 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. Mazar, N. u. Zhong, C. (2010): Do green Products make us better people?, in: Psychological Science, 21(4), S. 494-498. 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. Ostrom, E.: Die Verfassung der Allmende – Jenseits von Staat und Markt, Tübingen 1999. Ostrom, E. (2011): Handeln statt Warten: Ein mehrstufiger Ansatz zur Bewältigung des Klimaproblems, in: Leviathan, 2011, Vol. 39, S. 447-458. Sandel, M. (2013): Market Reasoning as Moral Reasoning: Why Economists should re-engage with Political Philosophy, in: Journal of Economic Perspectives, Vol. 27, No. 4, S. 121-140. Sandel, M. (2015): Moral und Politik. Gedanken zu einer gerechten Gesellschaft, Verlag Ullstein, Berlin 2015. Sandel, M. (2016): Gerechtigkeit. Wie wir das Richtige tun. 4. Auflage, Verlag Ullstein, Berlin 2016.

	Small, D. E. u. Loewenstein, G. (2003): Helping a Victim oder Helping the Victim: Altruism and Identifiability, in: The Journal of Risk and Uncertainty, 26:1; 2003, S. 5-16.
--	---

WGI BA 10 Controlling

Modul: BA 10	Modultitel: Controlling	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden sind in der Lage,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. die Bedeutung des Controllings für die Unternehmensführung einzuschätzen, 2. das Verhältnis zwischen Führung und Controlling zu charakterisieren, 3. die grundlegenden Controllinginstrumente in typischen Situationen einzusetzen und 4. die Vor- und Nachteile verschiedener Controllinginstrumente zu diskutieren. 	
Inhalte des Moduls:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen: Selbstverständnis und Aufgaben des Controllings 2. Balanced Scorecard 3. Nachhaltigkeitscontrolling 4. Preisuntergrenzen und relevante Kosten 5. Verrechnungspreise 6. Budgetierung und Beyond Budgeting 7. Prognosen und Urteile in Einzel- und Gruppenentscheidungen: Noise-Audits zur Verbesserung der Entscheidungsqualität 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung mit integrierten Übungen und Gruppenarbeiten zum Controlling Übung: Controlling mit Excel	
Lernformen:	Im Rahmen der Veranstaltungen ‚Controlling‘ werden wesentliche Methoden und Konzepte des Controllings in einer seminaristischen Vorlesung vermittelt, Problemstellungen als planspielgestützte Kurzfallstudien bearbeitet, Lösungsansätze in Gruppenarbeit entwickelt und im Gespräch mit dem Dozenten reflektiert und bewertet.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (60 Minuten) und Seminararbeit (Fallstudie)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	
(Grundlagen-) Literatur:	Battenfeld, D.: Interne Marktorientierung durch Verrechnungspreise. Diskussionsbeitrag Nr. 279 des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der FernUniversität in Hagen, 1999 Ewert, Ralf u. Wagenhofer, Alfred: Interne Unternehmensrechnung, 6. Auflage,	

	<p>Springer Verlag, Berlin 2005.</p> <p>Hahn et al. (2009): Sustainable Value in der Automobilproduktion. Eine Analyse der nachhaltigen Performance der Automobilhersteller weltweit, Sustainable Value Research Ltd., Belfast, Marseille, Berlin 2009.</p> <p>Horvath & Partners (Hrsg.): BalancedScorecard umsetzen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2007.</p> <p>Horvath, Peter: Controlling, 10. Auflage, Verlag Vahlen, München 2006.</p> <p>Kahneman, Daniel u.a. (2021): Noise. Was unsere Entscheidungen verzerrt – und wie wir sie verbessern können. Siedler Verlag (München) 2021.</p> <p>Kaplan, Robert S. u. Norton, David P.: BalancedScorecard – Strategien erfolgreich umsetzen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 1997.</p> <p>Tschandl, M. u. Posch, A. (2012): Integriertes Umweltcontrolling. Von der Stoffstromanalyse zum Bewertungs- und Informationssystem, 2. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden.</p> <p>Weber, Jürgen und Schäffer, Utz (2006): Einführung in das Controlling, 11. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</p> <p>Weber, J. u. Schäffer, U.: BalancedScorecard& Controlling – Implementierung – Nutzen für Manager und Controller – Erfahrungen in deutschen Unternehmen, Gabler Verlag, Wiesbaden 2000.</p>
--	--

WGI BA 20 Nachhaltiges Lieferkettenmanagement

Modul: BA 20	Modultitel: Nachhaltiges Lieferkettenmanagement	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Elemente einer Lieferkette sowie die beteiligten Akteure und können diese für verschiedene Lieferketten speziell identifizieren • 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 die Aufgaben und Ziele des nachhaltigen Lieferkettenmanagements und wissen um Möglichkeiten und Grenzen des nachhaltigen Lieferkettenmanagements • kennen wesentliche Planungsaufgaben und -verfahren des Lieferkettenmanagements • können branchenspezifische Risiken einer Lieferkette identifizieren und kennen Möglichkeiten diesen entgegenzuwirken • kennen verschiedene Verfahren, um die Performance einer Lieferkette zu messen und können für spezifische Situationen geeignete Messinstrumente identifizieren bzw. Schwächen und Stärken der Herangehensweisen benennen • können Lieferkettentransparenz in die verschiedenen Dimensionen einordnen und kennen aktuelle Informationssysteme mit deren Vor- und Nachteilen 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Lieferketten und nachhaltiges Lieferkettenmanagement • Risiken in der Lieferkette • Informationen und Informationssysteme im Supply Chain Management • Lieferkettentransparenz • Supply Chain Performance und Messung 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen	
Lernformen:	Wissensvermittlung aus verschiedenen Quellen, Diskussion in Gruppen und im Plenum, je nach Gruppengröße ggf. Planspiele, Praktikervorträge und/oder Exkursion	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit (schriftliche und mündliche Fallstudienarbeit)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften	

	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Belvedere, V./Grando, A.: Sustainable operations and supply chain management. Hoboken: Wiley 2017. Bouchery, Y. u.a. (Hrsg.): Sustainable Supply Chains. A Research-Based Textbook on Operations and Strategy. Cham, s.l.: Springer International Publishing (Springer Series in Supply Chain Management, 4) 2017. Chopra, S./ Meindl, P.: Supply chain management. Strategy, planning, and operation. Sixth edition. Boston: Pearson, 2016. Sarkis, J. (Hrsg.) Handbook on the sustainable supply chain (Research handbooks in business and management series) 2019. Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, 6. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2017.</p>

WGI BA 55 Social Finance

Modul: BA 55	Modultitel: Social Finance	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	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:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	
(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, Strategien und Beratungskonzepte. 2. Aufl., Frankfurt am Main 2014.</p> <p>Felder-Kuzu, Naoko: Kleiner Einsatz, große Wirkung - Mikrofinanzierung und</p>	

	<p>Mikrofranchising – Modelle gegen die Armut. Zürich 2008. Figge, Frank: Öko-Rating. Heidelberg 2000. Gassner, Michael/Wackerbeck, Philipp: IslamicFinance. 2. Aufl., Köln 2010. Hesse, Helmut/Issing, Otmar: Geld und Moral. München 1994. Mahlknecht, Michael: IslamicFinance. Weinheim 2008. Strebel-Aerni, Brigitte (Hrsg.): Standards für nachhaltige Finanzmärkte. Köln 2008. Stüttgen, Manfred: Ethisch investieren. 2. Aufl., Frankfurt am Main, Bern et al. 2017.</p>
--	---

WGI BA 59 Green Human Resource Management

Modul: BA 59	Modultitel: Green Human Resource Management	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: BA 14 Mindestteilnehmendenzahl: 7 Maximale Teilnehmendenzahl: 30	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die Mitarbeitenden in ihrem Potential für die ökologische 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 ökologische Transformation von Unternehmen weiterzuentwickeln • Grüne Life-Work Spillover-Effekte für die Unternehmensentwicklung nutzbar zu machen 	
Inhalte des Moduls:	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 die gezielte Unterstützung individuellen 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 Arbeitsweise im Unternehmenskontext. Er sucht dabei gezielt nach Ansatzpunkten zur Überwindung von organisationaler Trägheit und Barrieren sowie der ‚attitude-behavior-gap‘.	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar	
Lernformen:	Vorlesung, Referate und Präsentationen zu zentralen Ansatzpunkten des Green HRM; interaktive Lernformen (Gruppenarbeiten, Anwendungsfälle)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Das Veranstaltungsformat erfordert die regelmäßige und aktive Teilnahme. Seminararbeit	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre	

	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<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>1. Renwick, D.W. (2018) Contemporary developments in green human resource management research. Routledge: London.</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. Zeitschrift für Personalforschung, 25(2), 99-116.</p> <p>Wehrmeyer, W. (ed) (1996). Greening People: Human Resources and Environmental Management. Sheffield: Greenleaf Publishing.</p>

WGI BA 61 Handel, Monopole, KI in Marketing und Gesellschaft

Modul: BA 61	Modultitel: Handel, Monopole, KI in Marketing und Gesellschaft	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: Mindestteilnehmendenzahl: 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 zu verstehen, zu analysieren und einzuordnen. • die Auswirkungen von Monopolen in Wirtschaft und Gesellschaft kritisch zu diskutieren. • die Entstehung von Monopolstrukturen am Beispiel von Amazon nachzuvollziehen. • den Reformbedarf in der Rechtsprechung zur Wettbewerbspolitik einzuordnen. • ein grundlegendes Verständnis für Anwendungen von Methoden der künstlichen Intelligenz im Bereich des Marketings zu entwickeln. • die ethischen und rechtlichen Probleme, die mit dem Einsatz von KI verbunden sein können, an Beispielen zu diskutieren. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Handelsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschichtliche Entwicklung des Handelsmarketing, Systembildung und Konzentration im Handel • Betriebstypenpolitik und innovative Betreuungskonzepte • Markenpolitik im Handel • Instrumente des Handelsmarketing • Zusammenarbeit von Industrie und Handel: Category Management und ECR <p>Monopole</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auswirkungen von Monopolen in Wirtschaft und Gesellschaft • Bewertung von Marktbeschränkungen durch Marktmacht in der Rechtsprechung • Entstehung von Monopolstrukturen am Beispiel von Amazon • Reformbedarf der Rechtsprechung <p>KI in Marketing und Gesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • KI in Marketing und CRM • Überwachtes, nicht überwachtes, selbst bestärkendes Lernen • Aktuelle Möglichkeiten und Grenzen von KI • Ethische und gesellschaftliche Probleme beim Einsatz von KI 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung mit integrierten Gruppenarbeiten	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht und teilnehmerzentrierte Methoden (z.B. Gruppenarbeiten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung,	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige und aktive Teilnahme am Seminar • Optional: Impulsreferat zu einem wissenschaftlichen Aufsatz • Klausur (60 Minuten) 	

<p>Umfang und Dauer der Prüfung):</p>	
<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Ahlert, D., Kenning, P. (2007): Handelsmarketing, Springer Verlag 2007. Brzustewicz u. Singh (2021): Sustainable Consumption in Consumer Behavior in the Time of Covid-19. Topic Modeling on Twitter Data using LDA. Guido, G. et al (2011): Targeting direct marketing campaigns by neural networks, in: Journal of Marketing Management, Vol. 27, Nos. 9–10, August 2011, S. 992–1006. Gunnarson (2007): Lessons learned: A case study using data mining in the newspaper industry, in: Database Marketing & Customer Strategy Management, Vol. 14, 4, 271–280. Khan, Lina M. (2017): Amazon’s Antitrust Paradox, in: The Yale Law Journal, 126:710. Ngai et al. (2009): Application of data mining techniques in customer relationship management: A literature review and classification, Expert Systems with Applications 36 (2009) 2592–2602. Yin Yang u. Keng L. Siau (2018): A Qualitative Research on Marketing and Sales in the Artificial Intelligence Age, MWAIS 2018 proceedings. Zahavi, J. u. Levin, N. (1997): Applying Neural Computing to Target Marketing, in: Journal of Direct Marketing, Vol. 11, No. 4, Fall 1997, S. 76 – 93.</p>

WGI BA 23 Manufacturing and Service Operations Management

Modul: BA 23	Modultitel: Manufacturing and Service Operations Management	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 6	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: englisch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	After completing this course, students will <ul style="list-style-type: none"> • know goals, tasks, and restrictions of manufacturing and service operations management • know different concepts and systems for operations planning and control, essential methods and procedures used in their context, as well as their respective scopes of application, strengths and weaknesses • be able to differentiate various types of operation by relevant characteristics and select appropriate concepts of operations planning and control • know the specifics of service operations in contrast to manufacturing operations, and be aware of the possibilities and limitations of transferring manufacturing-oriented concepts to a service operations context • have developed an understanding of current developments in operations management, in particular cyber-physical systems and digitization, and their implications for planning and control 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Characteristics of manufacturing and service operations • Production planning and control (PPC) systems and enterprise resource planning (ERP) systems • Push, pull, and hybrid concepts • MRP II concept • Just-in-time concept, lean management, and Kanban control • Theory of Constraints and drum-buffer-rope-concept • Elements of queueing theory and its applications for process planning and control • Input-output control concepts, CONWIP concept • Elements of Industry 4.0 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar with practical case study exercises	
Lernformen:	Knowledge transfer based on various sources, case study work (partially computer-based) in small student groups, group and plenary discussion; depending on group size, management simulation games, invited lectures and/or field trips	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Oral examination (30 minutes)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften	

	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Bordoloi, S./Fitzsimmons, J. A./Fitzsimmons, M. J. (2019): Service management: Operations, strategy, information technology, 9th ed., New York (NY): McGraw-Hill Education.</p> <p>Hopp, W. J. (2008): Supply chain science, Boston (MA) et al.: McGraw-Hill and Irwin.</p> <p>Hopp, W. J./Spearman, M. L. (2008): Factory physics: Foundations of manufacturing management, 3rd ed., Boston (MA) et al.: McGraw-Hill.</p> <p>Johnston, R./Clark, G. (2008): Service operations management: Improving service delivery, 3rd ed., Harlow et al.: Prentice Hall Financial Times.</p> <p>Johnston, R. et al. (2003): Cases in Operations Management, 3rd ed., Harlow: Prentice Hall Financial Times.</p> <p>Krajewski, L. J./Ritzman, L. P./Malhotra, M. K. (2013): Operations management: processes and supply chains, 10th ed., Upper Saddle River (NJ): Pearson.</p> <p>Olsen, T. L./Tomlin, B. (2019): Industry 4.0: Opportunities and Challenges for Operations Management, in: Manufacturing & Service Operations Management (online first).</p> <p>Slack, N./Lewis, M. (2011): Operations Strategy, 3rd ed., Harlow et al.: Prentice Hall Financial Times.</p> <p>Slack, N./Chambers, S./Johnston, R. (2010): Operations Management, 6th ed., Harlow et al.: Prentice Hall Financial Times.</p> <p>Zhong, R. Y. et al. (2017): Intelligent Manufacturing in the Context of Industry 4.0: A Review, in: Engineering 3, no. 5, October, pp. 616–630.</p> <p>Zijm, H. et al. [eds.] (2018a): Operations, logistics and supply chain management, New York (NY): Springer.</p> <p>Zijm, H. et al. (2018b): Perspectives on Operations Management Developments and Research, in: Zijm, H. et al. [eds.]: Operations, logistics and supply chain management, New York (NY): Springer, pp. 15–25.</p>

WGI BA 54 Social Banking

Modul: BA 54	Modultitel: Social Banking	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 6	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>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.</p>	
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:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	

<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Bieg, Hartmut/Krämer, Gregor/Waschbusch, Gerd: Bankenaufsicht in Theorie und Praxis. 5. Aufl., Frankfurt am Main 2021.</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>Hartmann-Wendels, Thomas/Pfingsten, Andreas/Weber, Martin: Bankbetriebslehre, 7. Aufl., Heidelberg 2019.</p> <p>Jeucken, Marcel: Sustainability in Finance: Banking on the Planet. 2005.</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>
--	--

WGI BA 57 Betriebswirtschaftliche Projektarbeit

Modul: BA 57	Modultitel: Betriebswirtschaftliche Projektarbeit	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3, 4, 5 oder 6	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: nach Bedarf
		davon Selbststudium: 175 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, halbjährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden sind in der Lage, <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 Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	
(Grundlagen-) Literatur:	Corsten, H./Corsten, H./Gössinger, R.: Projektmanagement, 2. Aufl., München u.a.: Oldenbourg, 2008. Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik – Methodik – Form, 15. Aufl., München: Vahlen, 2011.	

WGI BA 71 Betriebswirtschaftliche Vertiefung I

Modul: BA 71	Modultitel: Betriebswirtschaftliche Vertiefung I	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, halbjährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: nach Maßgabe der Gasthochschule im Ausland
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Im Rahmen ihres Aufenthalts an anderen Hochschulen (Auslandsaufenthalte u.a.) erschließen sich die Studierenden vertiefende Aspekte zu den bisher erworbenen Fachkenntnissen. 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:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(Grundlagen-) Literatur:	Wird von der gastgebenden Hochschule festgelegt	

WGI BA 72 Betriebswirtschaftliche Vertiefung II

Modul: BA 72	Modultitel: Betriebswirtschaftliche Vertiefung II	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 3	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, halbjährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: nach Maßgabe der Gasthochschule im Ausland
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Im Rahmen ihres Aufenthalts an anderen Hochschulen (Auslandsaufenthalte u.a.) erschließen sich die Studierenden vertiefende Aspekte zu den bisher erworbenen Fachkenntnissen. 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:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(Grundlagen-) Literatur:	Wird von der gastgebenden Hochschule festgelegt	

Kunst

WGI BA 26 Bildende und darstellende Künste

Modul: BA 26	Modultitel: Bildende und darstellende Künste	
Modulverantwortlich: Prof. Kathrin Böhm		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 3	Arbeitsbelastung gesamt: 75 h	davon Kontaktzeit: 45 h
		davon Selbststudium: 30 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • schärfen ihre Sinne und reflektieren ihre Wahrnehmungsfähigkeit, • verfügen über einen Überblick über verschiedene künstlerische Disziplinen (Bildende Kunst: Zeichnung; Darstellende Kunst: Schauspiel und Sprache, Eurythmie und Tanz), • entwickeln Beobachtungs- und Einfühlungsvermögen in vorhandene Strukturzusammenhänge und • sind in der Lage, sich spielerisch in gestalterische Vorgänge zu begeben. 	
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 Prozesserfahrung 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 Prozesserfahrung 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):	Übungen: Zeichnung als Wahrnehmungsschulung; Eurythmie; Schauspiel	
Lernformen:	Praktische künstlerische Übungen in wöchentlichen Seminaren Werkbetrachtungen mit anschließendem Gespräch, Gestaltungs- und Übungsaufgaben, praktische Tätigkeit und Reflexion.	

	Die Reflexionsphasen unterstützen den inneren Übertragungsprozess erfahrener und geübter Fähigkeiten in das betriebswirtschaftliche Arbeitsfeld; sie dienen auch der Sicherung der intensiven Erfahrungsphasen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Regelmäßige und aktive Mitarbeit Portfolio
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	wird veranstaltungsaktuell bekannt gegeben

WGI BA 27 Prozesse in den Künsten

Modul: BA 27	Modultitel: Prozesse in den Künsten	
Modulverantwortlich: Anne von Hoyningen-Huene		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 3	Arbeitsbelastung gesamt: 75 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 15 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • entwickeln ein Bewusstsein für den künstlerische Prozess als einen intensiven und komplexen Entwicklungsvorgang, • begreifen alle Phasen einer künstlerischen Arbeit als aufbauende Einheit, • sind zu kontinuierlicher konzentrierter Zusammenarbeit in der Lage, • erweitern ihre künstlerischen Ausdrucksfähigkeiten, • können ein künstlerisches Projekt dokumentieren und präsentieren, • können ihre eigene künstlerische Leistung reflektieren und mit Kritik und Konflikten umgehen, • sind in der Lage, emotionale, kognitive und soziale Kompetenzen in produktiver Weise zu verbinden, • können mit Unabsehbarem umgehen und Improvisation als wesentliche Rolle während des Arbeitsprozesses einsetzen • Entwickeln eine künstlerische Haltung, auch in Bezug auf den erweiterten Kunstbegriff 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Künstlerische Prozesse im Bildnerischen Bereich • Künstlerische Prozesse im Darstellenden Bereich • Werkprozesse und Arbeitsformen in individuellen und interaktiven Arbeitsprozessen • Spielmethode als elementare Gestaltungsgrundlagen • Ideenfindung und Ideengestaltung • Konzept- und Projektentwicklung • Ortsanalysen und Spurensuche als Voraussetzung für gestalterische Konzepte • Der künstlerische Weg als Gestaltungs- und „Zielerfahrung“ • Teamorientierung, Teamarbeit und Kooperationsfähigkeit • Vertiefung und Schulung von Bewegung, Atem und Stimme (Sicherheit, Deutlichkeit, Ausdruck der eigenen Persönlichkeit) • Auseinandersetzung mit künstlerischen Wahrnehmungsweisen sowie dem erweiterten Kunstbegriff • Präsentation künstlerischer Arbeiten und Prozesse <p>Alle diese Arbeitsbereiche schulen über künstlerische Erfahrungen emotionale, kognitive 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 Wahrnehmungs-, Reflexions- und Handlungskompetenzen.</p> <p>Die Auseinandersetzung mit Medien und Gestaltungsimpulsen, die zunächst fremd und dem eigenen Berufsalltag verschieden sind, führen zu einer Persönlichkeitsbildung an selbstgestellten Aufgaben ermöglichen eine</p>	

	erweiterte Wirklichkeitserfahrung sowie kreative und individuelle Lösungswege auch im betriebswirtschaftlichen Arbeitsbereich (z. B. Übernahme von Verantwortung).
Art der Lehrveranstaltung(en):	Blockveranstaltung
Lernformen:	Kompaktseminare, Projektarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Regelmäßige und aktive Mitarbeit, Präsentation des künstlerischen Projektes Portfolio
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation
(Grundlagen-) Literatur:	Wagenmann, Hans (2015): Inmitten des teilhabenden Menschen. Kunst im Dialog, Alfter. Dewey, J. (1988). Kunst als Erfahrung. Suhrkamp Stüttgen, J. (1998). <i>Zeitstau. Im Kraftfeld des erweiterten Kunstbegriffs von Joseph Beuys. Sieben Vorträge im Todesjahr von Joseph Beuys.</i> 2. Auflage. FIU-Verlag, Wangen 1998.

WGI BA 28 Eigenständiges Kunstprojekt „Tandem“

Modul: BA 28	Modultitel: Eigenverantwortliches künstlerisches Projekt „Tandem“	
Modulverantwortlich: Prof. Kathrin Böhm		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 150 h	davon Kontaktzeit: 30 h
		davon Selbststudium: 120 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden sind in der Lage <ul style="list-style-type: none"> • ein freies künstlerisches oder sozialkünstlerisches Projekt zu realisieren und dabei • mit Studierenden anderer Fachbereiche zusammenzuarbeiten. 	
Inhalte des Moduls:	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. 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, eine Dozentin betreut das jeweilige Team, genannt Tandem. Kunst als Schulungsweg. Die eigene Biografie erhält unerwartete Impulse. In den Reflexionsphasen wird die Übertragung und Integration in das betriebswirtschaftliche Berufsfeld gesichert.	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Blockveranstaltung Vorlesung Projekt-Werkstatt (Übung)	
Lernformen:	Projektarbeit, Reflexionen, Übung	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Regelmäßige und aktive Mitarbeit. Aufführung oder Präsentation Portfolio	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(Grundlagen-) Literatur:	wird veranstaltungsaktuell bekannt gegeben	

WGI BA 30 Großes Abschlussprojekt

Modul: BA 30	Modultitel: Großes Abschlussprojekt	
Modulverantwortlich: Bianca Lehnard		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 6	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 150 h	davon Kontaktzeit: 60 h
		davon Selbststudium: 90 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, ein umfangreiches künstlerisches Gemeinschaftsprojekt zu konzipieren und zu realisieren, • die Projektumsetzung weitgehend eigenständig zu organisieren, • die hierbei auftretenden gruppendynamischen Prozesse zu produktiv zu bewältigen und • als Gruppe durch intensive, ausdauernde praktische Übung einem hohen Anspruch an künstlerische Qualität und Ausdruck gerecht zu werden 	
Inhalte des Moduls:	Zusammenführung der verschiedenen Künste in Gruppenprozessen mit abschließender Performance in Verantwortung der Gruppe, begleitet durch die Dozenten	
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):	Regelmäßige und aktive Mitarbeit Abschlusspräsentation	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(Grundlagen-) Literatur:	wird veranstaltungsaktuell bekannt gegeben	

Studium Generale

WGI BA 32 Philosophie und Bildung

Modul: BA 32	Modultitel: Philosophie und Bildung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcelo da Veiga		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 1–3	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 9	Arbeitsbelastung gesamt: 225 h	davon Kontaktzeit: 90 Stunden
		davon Selbststudium: 135 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 3 Semester, jedes Semester	Teilnahmevoraussetzungen: —	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):	Vorlesung/Übung: Grundlagen der Organisationsgestaltung Vorlesung/Übung: Organisation aus sozialorganischer Perspektive	
Lernformen:	Lehrformen: Vorlesungen, Seminare, Workshops, Übungen, Exkursionen, praktische Übungen oder vergleichbare Lehrveranstaltungen. Lernformen: Lektüre, seminaristischer Unterricht, seminaristische Gruppenarbeit, Eigenarbeiten, Studienleistungen, Projektdokumentationen Kolloquien, Symposien, Exkursionen, Protokolle.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der	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	

Prüfung):	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 Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	Literatur wird semesteraktuell bekanntgegeben.

WGI BA 33 Kunst und Gesellschaft

Modul: BA 33	Modultitel: Kunst und Gesellschaft	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Sascha Liebermann		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 4–6	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 9	Arbeitsbelastung gesamt: 225 h	davon Kontaktzeit: 90 Stunden
		davon Selbststudium: 135 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 3 Semester, jedes Semester	Teilnahmevoraussetzungen: —	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, praktische Übungen oder vergleichbare Lehrveranstaltungen. Lernformen: Lektüre, seminaristischer Unterricht, seminaristische Gruppenarbeit,	

	Eigenarbeiten, Studienleistungen, Projektdokumentationen, Kolloquien, Symposien, Exkursionen, Protokolle.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	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.
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	Literatur wird semesteraktuell bekanntgegeben.

Studienarbeiten

WGI BA 16 Wissenschaftliches Seminar

Modul: BA 16	Modultitel: Wissenschaftliches Seminar	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Stephan Hankammer		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 150 h	davon Kontaktzeit: 30 Stunden
		davon Selbststudium: 120 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> eigenständig einen wissenschaftlichen Essay zu einem gemeinsam im Modul festgelegten Thema zu erstellen. Dieser Essay: <ul style="list-style-type: none"> analysiert eine betriebswirtschaftliche Problemstellung auf Basis des für die Problemstellung relevanten betriebswirtschaftlichen Literaturkorpus und erarbeitet Lösungsansätze für die vorgegebene Fragestellung. 	
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 teilnehmerzentrierter Methoden die Studierenden zu einer eigenständigen Auseinandersetzung mit ihrem Thema anregen und sie in diesem Prozess begleiten will. Bedarfsbezogene Betreuung bei der Erstellung des Essays. 	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Ein Seminar lebt von der regelmäßigen und aktiven Teilnahme <i>aller Studierenden</i> . 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 am Seminar, Essay (Seminararbeit) 	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel (Major)	

	Wirtschaft/Minor Schauspiel) Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie
(Grundlagen-) Literatur:	Kornmeier, Martin (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. Heidelberg: Physika-Verlag. Kruse, Otto (2010): Studieren, aber richtig - Lesen und Schreiben. Der richtige Umgang mit Texten im Studium. Konstanz: UVK. Rost, Friedrich (2012): Lern- und Arbeitstechniken für das Studium. Wiesbaden: Springer. Schanz, Günther (2014): Eine kurze Geschichte der Betriebswirtschaftslehre. Konstanz: UVK. Theisen, Manuel René (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München: Vahlen. Wolfsberger, Judith (2010): Frei geschrieben. Mut, Freiheit und Strategie für wissenschaftliche Abschlussarbeiten. Wien: Böhlau Verlag.

WGI BA 58 Forschungswerkstatt

Modul: BA 58	Modultitel: Forschungswerkstatt	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 5	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 6	Arbeitsbelastung gesamt: 150 h	davon Kontaktzeit: 30 h
		davon Selbststudium: 120 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: Modul BA 16 wiss. Seminar, mindestens 70 ECTS-Credits aus dem Bereich der fachwiss. 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) selbstständig 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. zur Themenfindung) als auch auf Gruppenebene (z.B. Peer-Feedback). Bedarfsbezogene, individuelle Betreuung bei der Erstellung des Exposés. 	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>Eine Forschungswerkstatt 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> die regelmäßige und aktive Teilnahme an der Forschungswerkstatt, die Präsentation des eigenen Exposés, 	

	<ul style="list-style-type: none"> • schriftliche Feedbacks zu Exposés von anderen Studierenden.
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel (Major Wirtschaft/Minor Schauspiel) Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie</p>
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Berger-Grabner, D. (2022): <i>Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele</i>, 4. Aufl., Wiesbaden: Springer Fachmedien.</p> <p>Brink, A. (2013): <i>Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten</i>, 5. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Disterer, G. (2014): <i>Studienarbeiten schreiben: Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften</i>, 7. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer Gabler.</p> <p>Disterer, G. (2017): <i>Unforced Errors: Hinweise zur Endredaktion von Studienarbeiten</i>, Arbeitspapier, Hochschule Hannover, Januar 2017, https://doi.org/10.25968/opus-1043 (Abruf am 31. Juli 2024).</p> <p>Heesen, B. (2021): <i>Wissenschaftliches Arbeiten: Methodenwissen für Wirtschafts-, Ingenieur- und Sozialwissenschaftler</i>, 4. Aufl., Heidelberg Berlin: Springer Berlin Heidelberg.</p> <p>Kornmeier, M. (2007): <i>Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten: Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler</i>, Heidelberg: Physica.</p> <p>Oehlrich, M. (2022): <i>Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften</i>, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.</p> <p>Ritschl, V./Weigl, R./Stamm, T. [Hrsg.] (2023): <i>Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Verstehen, Anwenden, Nutzen für die Praxis (Studium Pflege, Therapie, Gesundheit)</i>, Heidelberg Berlin: Springer.</p> <p>Schanz, G. (2009): <i>Wissenschaftsprogramme der Betriebswirtschaftslehre</i>, in: Bea, F. X./Schweitzer, M. [Hrsg.]: <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>, Bd. 1: <i>Grundfragen</i>, 10. Aufl., Stuttgart: Lucius & Lucius, Kap. 2, S. 81–159.</p> <p>Theisen, M. R./Theisen, M. (2021): <i>Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit</i>, 18. Aufl., München: Vahlen, Januar 2021.</p> <p>Töpfer, A. (2012): <i>Erfolgreich Forschen</i>, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.</p>

WGI BA 22 Bachelor-Arbeit

Modul: BA 22	Modultitel: Bachelor-Arbeit	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 6	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 14	Arbeitsbelastung gesamt: 350 h	davon Kontaktzeit: nach Bedarf
		davon Selbststudium: 300 Stunden (Abschluss-Arbeit) + 50 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):	Schriftliche Bachelor-Arbeit (Hausarbeit) Präsentation und Kolloquium (mündlich)	
Lernformen:	Weitgehend eigenständige wissenschaftliche Arbeit, Betreuung nach Bedarf	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang u. 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 Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Philosophie	
(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>	

