

**Modulhandbuch
BACHELOR OF ARTS
WIRTSCHAFT, GESELLSCHAFT,
INNOVATION**

am Fachbereich Wirtschaft der Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft

Version 2022-08-22

Inhalt

Pflichtfächer	1
Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	1
WGI BA 03Grundlagen der Unternehmensführung	2
WGI BA 05Volkswirtschaftslehre	4
WGI BA 60Grundlagen der Arbeits- und Wirtschaftssoziologie	6
WGI BA 17Praktische Datenverarbeitung	8
WGI BA 67Digitalisierung von Arbeit und Gesellschaft	11
WGI BA 14Mitarbeitendenentwicklung und Arbeitsgestaltung	13
WGI BA 15Marketing	15
WGI BA 66Führung und Zusammenarbeit.....	17
WGI BA 56Social Innovation	19
WGI BA 63Arbeit, Ästhetik, Organisation.....	21
WGI BA 13Organisation	23
WGI BA 62Künstlerisches Handeln in Organisationen	25
WGI BA 52Sustainable Entrepreneurship.....	27
Wahlfächer und Spezialisierungsmodule	29
WGI BA 07Externes Rechnungswesen.....	30
WGI BA 02Web-Business	32
WGI BA 06Volkswirtschaftslehre – Vertiefung	34
WGI BA 11Investition und Finanzierung.....	36
WGI BA 08Quantitative Sozialforschung	38
WGI BA 29Art is not an Island – Kunst als multidisziplinärer Arbeitsraum	40
WGI BA 53Nachhaltigkeitsmanagement	42
WGI BA 09Internes Rechnungswesen	44
WGI BA 25Marketingmanagement und Konsumkritik	46
WGI BA 50Alternative Ansätze in der Wirtschaftsforschung	48
WGI BA 10 Controlling	50
WGI BA 20Nachhaltiges Lieferkettenmanagement.....	52
WGI BA 55Social Finance	54
WGI BA 59Green Human Resource Management.....	56
WGI BA 61Marketing– und Handelsmanagement	58
WGI BA 23Manufacturing and Service Operations Management.....	60
WGI BA 54Social Banking.....	62
WGI BA 57Betriebswirtschaftliche Projektarbeit	64

WGI BA 72Betriebswirtschaftliche Vertiefung II	66
Kunst.....	67
WGI BA 26Bildende und darstellende Künste im Überblick.....	68
WGI BA 27Prozesse in den Künsten	70
WGI BA 28Eigenständiges Kunstprojekt „Tandem“	72
WGI BA 30Großes Abschlussprojekt.....	73
Studium Generale	74
WGI BA 32Philosophie und Bildung.....	75
WGI BA 33Kunst und Gesellschaft.....	77
Studienarbeiten.....	79
WGI BA 16Wissenschaftliches Seminar	80
WGI BA 58Forschungswerkstatt	82
WGI BA 22Bachelor-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: 50 h
		davon Selbststudium: 75 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. Grundgedanke der Veranstaltung ist es, Unternehmensführung als einen interessenpluralistischen Prozess zu begreifen. Dafür werden zentrale theoretische Begriffe und Perspektiven auf das Erfahrungsobjekt Unternehmen eingeführt (u.a. politischer Ansatz, Systemtheorie) und wissenschaftshistorisch eingeordnet. Auf dieser Basis können grundlegende Unternehmensentscheidungen analysiert und diskutiert werden. Konkret geschieht dies u.a. im Hinblick auf</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	
(Grundlagen-)	Kieser, Alfred; Ebers, Mark (Hrsg.): Organisationstheorien. 8. Aufl.,	

Literatur:	Stuttgart 2019. Schierenbeck, Henner/Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 19. Aufl., München 2016. Schreyögg, G. /Koch, J.: Grundlagen des Managements. 3. Aufl., Wiesbaden 2014. Weber, Wolfgang/Kabst, Rüdiger/Baum, Matthias: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 10. Aufl., Wiesbaden 2018. Wöhe, Günter/ Döring, Ulrich: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 27. Aufl., München 2020.
-------------------	--

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
(Grundlagen-) Literatur:	<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 Grundlagen der Arbeits- und Wirtschaftssoziologie

Modul: BA 60	Modultitel: Grundlagen der Arbeits- und Wirtschaftssoziologie	
Modulverantwortlich: N. N.		
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 sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> zentrale Fragestellungen und Begrifflichkeiten der beiden Teildisziplinen Wirtschaftssoziologie und Arbeitssoziologie zu verstehen und an konkreten Fallbeispielen zu erläutern und anzuwenden. wirtschafts- und arbeitssoziologische Gegenstandsbereiche zu erkennen und auf Basis arbeits- und wirtschaftssoziologischer Konzepte zu analysieren. gesellschaftliche Voraussetzungen und Folgen des Arbeits- und Wirtschaftslebens zu benennen und zu analysieren (u.a. Entgrenzung, Subjektivierung von Arbeit) 	
Inhalte des Moduls:	<p>Das Modul bietet eine Einführung in die Grundlagen der Arbeits- und Wirtschaftssoziologie. Dabei wird zunächst in die jeweiligen Hauptfragestellungen und zentralen Begrifflichkeiten der Teildisziplin eingeführt, u.a. also für die</p> <ul style="list-style-type: none"> Wirtschaftssoziologie: Entstehung des modernen Kapitalismus, das Konzept der "Einbettung" (Granovetter) und "Entbettung" (Callon) sowie das Problem der "Ungewissheit" wirtschaftlichen Handelns Arbeitssoziologie: Historische und aktuelle Debatten um das Verständnis von "Arbeit", historische und aktuelle Bedeutung von Arbeit jenseits der ökonomischen Daseinsvorsorge (Subjektivierung von Arbeit), das Transformationsproblem sowie der Begriff der Entfremdung <p>um sich sodann zentralen Gegenstandsbereichen der beiden Teildisziplinen zuzuwenden. Diese orientieren sich an aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen und konzentrieren sich u.a. auf Fragen der Flexibilisierung und Entgrenzung von Arbeit, der gesellschaftlichen und subjektiven Bedeutung von Arbeit, der Prekarisierung von Arbeit, der Polarisierung von Arbeit und der daraus entstehenden sozialen Ungleichheiten, Belastungen und psychische Gesundheit in der Arbeit sowie die Digitalisierung von Arbeit und kapitalistischer Produktionsmodelle ("digitaler Kapitalismus").</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Übung	
Lernformen:	Impulsvorträge durch die Dozierende, gemeinsame Lektürearbeit an und mit den Basistexten der Veranstaltung, Reflexion der Vorlesungs- und Lektüreinhalte in Kleingruppen, Exzerpte	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits)	<ul style="list-style-type: none"> Regelmäßige und aktive Teilnahme am Seminar Klausur (90 Minuten) 	

(Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Böhle, Fritz & Voß, G. Günter & Wachtler, Günther (2018): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden.</p> <p>Deutschmann, Christoph (2002): Postindustrielle Industriesoziologie. Theoretische Grundlagen, Arbeitsverhältnisse und soziale Identitäten. Weinheim.</p> <p>Flecker, Jörg (2017): Arbeit und Beschäftigung: Eine soziologische Einführung. Wien.</p> <p>Hedtke, Reinhold (2019): Wirtschaftssoziologie. Eine Einführung. Konstanz.</p> <p>Hirsch-Kreinsen, Hartmut (2005): Wirtschafts- und Industriesoziologie. Grundlagen, Fragestellungen, Themenbereiche. Weinheim.</p> <p>Kleemann, Frank & Westerheide, Jule & Matuschek, Ingo (2019): Arbeit und Subjekt. Aktuelle Debatten der Arbeitssoziologie. Wiesbaden.</p> <p>Mikl-Horke, Getraude (2011): Historische Soziologie – Sozioökonomie – Wirtschaftssoziologie. Wiesbaden.</p> <p>Minssen (2019): Arbeit in der modernen Gesellschaft. Eine Einführung. Wiesbaden</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</p>	

	Konzepte des interaktiven Wertschöpfungsmanagements anzuwenden.
Lernformen:	Vorlesung, Gastvorträge, Übungsaufgaben, Fallstudien, Gruppenarbeiten
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 Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Benkler, Y., & Nissenbaum, H. (2006). Commons - based peer production and virtue. <i>Journal of political philosophy</i>, 14(4), 394-419.</p> <p>Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J. (Eds.). (2006). <i>Open innovation: Researching a new paradigm</i>. Oxford University Press on Demand.</p> <p>Hankammer, S., & Kleer, R. (2018). Degrowth and collaborative value creation: Reflections on concepts and technologies. <i>Journal of Cleaner Production</i>, 197, 1711-1718.</p> <p>Piller, F., Möslin, K., Ihl, C., & Reichwald, R. (2017). <i>Interaktive Wertschöpfung kompakt</i>. Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Reichwald, R., & Piller, F. (2006). <i>Interaktive Wertschöpfung. Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung</i>, Springer-Gabler: Wiesbaden.</p> <p>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: N. N.		
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:	<p>Die Studierenden sind in der Lage</p> <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:	<p>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:</p> <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
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit Das Veranstaltungsformat erfordert die regelmäßige und aktive Teilnahme.
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation
(Grundlagen-) Literatur:	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. & Weltz, Friedrich (2011): Nachhaltige Innovation. Ein industriesoziologischer Ansatz zum Wandel in Unternehmen. Berlin.

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 Mitarbeitendenentwicklung 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 der 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 individuell, organisational und gesellschaftlich angemessene Gestaltung des innerbetrieblichen Arbeitssystems zu ziehen. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Mitarbeitendenentwicklung und Arbeitsgestaltung ist zu einem strategischen Erfolgsfaktor der Unternehmensführung geworden. Fragen der Arbeitsgestaltung durchdringen alle Tätigkeitsfelder der Unternehmung und betreffen (und beschäftigen) neben der Personalabteilung ein breites Spektrum von Akteuren und Funktionen (Mitarbeitende, Führungskräfte, Mitarbeitendenvertretende; Strategie, Organisation, Produktion, Unternehmensentwicklung etc.). Dabei haben die Akteure jeweils unterschiedliche Interessen und Bedürfnisse, denen durch die zunehmend zielgruppengerechte 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 • 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, sozial-psychologischer und ökonomischer Perspektive analysiert und mit konkreten Anwendungsbeispielen verbunden. In der Übung werden aktuelle Themen und Herausforderungen des Personalmanagements in Gruppenarbeiten identifiziert, bearbeitet und entlang praktischer Anwendungen erfahren.</p> <p>Integrativer Bestandteil des Moduls ist die Veranstaltung ‚Personal- und Arbeitsrecht‘, die den gesetzesrechtlichen Rahmen des Mitarbeitermanagements thematisiert. Im Unterschied zu vielen anderen Managementbereichen (Strategie, Organisation, Führung, Planung und Kontrolle) ist der Gestaltungsspielraum in der Arbeitsgestaltung wesentlich durch nationalgesetzliche Vorgaben determiniert.</p>
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung und Übung: Mitarbeitendenentwicklung und Arbeitsgestaltung, Vorlesung und Übung: Personal- und Arbeitsrecht</p>
Lernformen:	<p>Vorlesungselemente dienen zur Wissensvermittlung der grundlegenden Konzepte und Theorien, die kritische Reflektion der vorgestellten Ansätze erfolgt in interaktiver Form durch Gruppenarbeit und Diskussion im Plenum.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>Seminararbeit (schriftlich und mündlich) zur Vorlesung/Übung ‚Mitarbeitendenentwicklung und Arbeitsgestaltung‘ Klausur zur Vorlesung/Übung ‚Personal- und Arbeitsrecht‘ (60 Minuten)</p>
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation</p>
(Grundlagen-) Literatur:	<p>BARTSCHER, T., STÖCKL, J & TRÄGER, T. (2017): PERSONALMANAGEMENT. GRUNDLAGEN, HANDLUNGSFELDER, PRAXIS. MÜNCHEN: PEARSON HOLTBRÜGGE, DIRK: PERSONALMANAGEMENT. BERLIN: SPRINGER, 2007.</p> <p>OECHSLER, 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 JUNKER, GRUNDKURS ARBEITSRECHT, 20. AUFLAGE 2021 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:	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • im Rahmen des Prozesses der strategischen Marketingplanung eine Marketingstrategie in operative Maßnahmen umzusetzen und • zur Informationsbeschaffung grundlegende Marktforschungstechniken einzusetzen. 	
Inhalte des Moduls:	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 3. Marktforschung 4. Strategisches Marketing	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung: Marketing	
Lernformen:	Im Rahmen der Veranstaltungen werden wesentliche Methoden und Konzepte des Marketings in einer seminaristischen Vorlesung vermittelt. In einer Fallstudie entwickeln die Studierenden in Kleingruppen ein Marketingkonzept für ein Unternehmen bzw. eine NPO.	
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 Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel	
(Grundlagen-) Literatur:	Becker, Jochen: Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, 8., überarb. und erw. Aufl., Vahlen, München, 2006. Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 10., überarb. Aufl., Wiesbaden 2001. Bruhn, M. (2007): Kommunikationspolitik, 4. Aufl. Vahlen, München, 2007 Esch (Hrsg.): Moderne Markenführung, 4. Aufl. Herrmann, A./Homburg, C.: Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, 2., aktual. Aufl., Wiesbaden 2000. Homburg/Krohmer: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden 2003.	

	<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	

<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation</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:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <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:	<p>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 Literatuarbeit 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.</p>	
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	
(Grundlagen-) Literatur:	DAS MODUL BASIERT AUF DER ARBEIT MIT AKTUELLEN ZEITSCHRIFTENAUFSÄTZEN ZUM FORSCHUNGSFELD INSTITUTIONAL ENTREPRENEURSHIP UND SOCIAL INNOVATION. DIE AUFSÄTZE WERDEN	

	<p>JEWELS 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). The Social Innovation Imperative. New York, McGraw-Hill.</p> <p>Lang, R. and A. Schmidt, Eds.: Individuum und Organisation. 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.), Handbook of Organization Studies, 2 ed.: 215-254. London: Sage.</p> <p>Ortmann, G., J. Sydow, et al.: Theorien der Organisation. Opladen, 2000.</p> <p>Schwartz, B. (2012). Rippling: How Social Entrepreneurs Spread Innovation Throughout the World. San Francisco, Jossey-Bass.</p> <p>Scott, W. R.: Institutions and Organizations. 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 heraus gearbeitet. 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	
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):	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige und aktive Teilnahme am Seminar • Vortrag • Seminararbeit
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation</p>
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Biehl-Missal, Brigitte (2011). Wirtschaftsästhetik. Wie Unternehmen die Kunst als Inspiration und Werkzeug nutzen. Gabler: Wiesbaden. Blundell Jones, P. & Petresu, D. & Till, Jeremy. (2013) Architecture and Participation. Perlego: London. Böhme, G. (2016). Ästhetischer Kapitalismus. Suhrkamp Verlag. Bourriaud, N. (1998) . Relational Aesthetics. Les presses du reel: Dijon. Carr, A., & Hancock, P. (Eds.). (2003). Art and aesthetics at work. Springer. Hofmann, S. (2014). Partizipation Macht Architektur. Jovis Verlag: Berlin Lefebvre, H. (1991). The production of space (Vol. 142). Blackwell. (Original work published 1974) Neuberger, Oswald (1994). Zur Ästhetisierung des Managements. In: Schreyögg, Georg; Conrad, Peter (Hg.) Managementforschung 4. Dramaturgie des Managements. Laterale Steuerung. Berlin: S. 1-70. Massey, D. (2005) for space. SAGE Publications: London Reckwitz, Andreas (2008): Elemente einer Soziologie des Ästhetischen, in: Junge, Kay & Suber, Daniel & Gerber, Gerold (Hrsg.): Erleben, Erleiden, Erfahren: Zur Konstitution sozialen Sinns jenseits instrumenteller Vernunft. Bielefeld, S. 297-231. Strati, Antonio (1992). Aesthetic understanding of organizational life. In: Academy of Management Review, Jg. 17 (3), 568-581. Taylor, S. S., & Hansen, H. 2005. Finding Form: Looking at the Field of Organizational Aesthetics. Journal of Management Studies, 42(6): 1211–1231 Warren, S. 2008. Empirical Challenges in Organizational Aesthetics Research: Towards a Sensual Methodology. Organization Studies, 29(4): 559–580. Witz, Anne/Warhurst, Chris/Nickson, Denis (2003): The Labour of Aesthetics and the Aesthetics of Organization. In: Organization 10(1), 33-54. 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>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:	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.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (90 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	

**(Grundlagen-)
Literatur:**

- Laloux, F. (2014). Reinventing Organizations: A Guide to Creating Organizations Inspired by the Next Stage of Human Consciousness, Nelson Parker.
- Kieser, Alfred; Ebers, Mark (Hrsg.): Organisationstheorien. Kohlhammer, 8. Aufl., Stuttgart 2019.
- Rosenstiel, L. v.: Grundlagen der Organisationspsychologie. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, 2003.
- Schreyögg, G. und Geiger, D.: Organisation. Wiesbaden, SpringerGabler. 2016.
- Steiner, Rudolf: Wirtschaft – Ideen zur Neugestaltung. Hrsg. Götz Rehn; Stuttgart, 2011.

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:	<p>Die Studierenden</p> <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:	<p>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.</p> <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</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. Freygart, 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	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften	

	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bygrave, W.; Zacharakis, A. (Hg.) (2011): Entrepreneurship. Hoboken, N.J: Wiley.</p> <p>Hörisch, J. (2015): The Role of Sustainable Entrepreneurship in Sustainability Transitions: A Conceptual Synthesis against the Background of the Multi-Level Perspective. Administrative Sciences 5, S. 286–300.</p> <p>Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley&Sons.</p> <p>Millner, R., & Vador, P. (2014). Neues Unternehmertum: SocialEntrepreneurship und die Rolle des Umfelds. In Forschung zu Zivilgesellschaft, NPOs und Engagement (pp. 283-300). Springer VS, Wiesbaden.</p> <p>Schaltegger, S. (2010): Unternehmerische Nachhaltigkeit als Treiber von Unternehmenserfolg und Strukturwandel, in: Wirtschaftspolitische Blätter, 57. Jg., Nr. 4, 495-503.</p> <p>Schmidpeter, R. (2015). CSR, SustainableEntrepreneurship und Social Innovation–Neue Ansätze der Betriebswirtschaftslehre. In Corporate Social Responsibility (pp. 135-144). Springer Gabler, Berlin, Heidelberg.</p> <p>Volkman, Christine K.; Tokarski, Kim Oliver; Ernst, Kati (2012): Social entrepreneurship and social business. An introduction and discussion with case studies. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>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 (Credits)	Klausur (60 Minuten)	

(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
(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 02 Web-Business

Modul: BA 02	Modultitel: Web Business	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Tilo Hildebrandt		
Qualifikationsstufe: Bachelor	Studienhalbjahr: 2	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 7	Arbeitsbelastung gesamt: 175 h	davon Kontaktzeit: 40 Stunden Vorlesung/Seminar 30 Stunden Online E-Learning
		davon Selbststudium: 115 h
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich	Teilnahmevoraussetzungen: Mindestteilnehmendenzahl: 5	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden kennen die grundlegenden ökonomischen Prozesse im Medium Internet.</p> <p>Die Studierenden sind zudem im Stande:</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Aufbau und die Charakteristika des Internet zu verstehen, • Rationalisierungspotenziale des Internet zu bewerten, • Marketing und Vertrieb mit dem Internet einzuordnen, • Controlling und Optimierung des Web-Business in praktischen Anwendungen zu verstehen • Die Studierenden können ein Zertifikat als ‚Google Ads Professional‘ erwerben. 	
Inhalte des Moduls:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Basisinnovation Internet <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsnetze • World Wide Web • Interaktive Massenmedien 2. Ökonomie in Netzwerken <ul style="list-style-type: none"> • Industrie 4.0 • Potenziale und Skaleneffekte • Produktions-, Transaktionskosten 3. Netzeffekte und virtuelle Communitys <ul style="list-style-type: none"> • Technische Potenziale • Aufbau und Wachstum 4. Wertschöpfungsketten <ul style="list-style-type: none"> • Marktformen • Vergütungsformen • Ertragsmodelle 5. Praxis des Web-Business <ul style="list-style-type: none"> • Hauptfragen zur Web-Präsenz • Analyse der Zielgruppe (Soll-Konzept) • Vorlage zum Aufbau einer Präsenz • Struktur, Eigenschaften, Usability 6. Vertrieb im Web <ul style="list-style-type: none"> • Konversionspyramide • Conversion Tracking • Berichtswesen • Controlling • ROI-Rechnungen 7. Marketing im Web 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Kooperatives Marketing • Suchmaschinenoptimierungen • CRM, Newsletter (Texten) • Social Marketing • PPC, PPV, PPS Modelle • Marketingplan <p>8. Betriebswirtschaftliches Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kalkulationsgrundlagen • Potenzialberechnungen • ROI Rechnungen • Ganzheitliches Reporting • Dynamische Optimierung <p>9. Praktische Arbeiten im Web-Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social Media Marketing für NPO • Optimierung eines Google Ad Grant accounts im Rahmen der ‚Nonprofit Marketing Immersion‘ von Google • Google Ads Professional Zertifikat
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch integrierte Fallstudienarbeit gefestigt, verknüpft und angewandt wird.
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht, E-Learning, fallstudienbasierte Partner- und Gruppenarbeit, Diskussion im Plenum
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Klausur (60 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Hildebrandt, T. (2017): Web-Business Basiswissen. E-Learning Kurs Springer Campus-Verlag, ISBN: 978-3961490042</p> <p>Hildebrandt, T. (2016): Web-Business Controlling und Optimierung. Duncker & Humblot-Verlag, ISBN: 978-3886401659</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Schmidt, Holger (Hrsg.): Die Potenziale der Internet Ökonomie, ISBN 3-89843-046-4</p> <p>Zerdik, et al.: Die Internet Ökonomie, ISBN 3-540-66877-2</p> <p>Hagel, John (1997): Net Gain – Profit im Netz: Märkte erobern mit virtuellen communities. Wiesbaden: Gabler, ISBN 3-409-18959-9</p> <p>Hudetz, Kai (Hrsg., 2005): E-Commerce im Handel – Status quo und Perspektiven. Gernsbach: dbv, ISBN 3-88640-109-X</p>

WGI BA 06 Volkswirtschaftslehre – Vertiefung

Modul: BA 06	Modultitel: Volkswirtschaftslehre – Vertiefung	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Stephan Hankammer		
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:	<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"> • AUAufbauend auf dem wirtschaftstheoretischen Grundwissen aus der Veranstaltung VWL - Grundlagen werden ausgewählte ökonomische Paradigmen (z.B. Ökologische Ökonomik, Umweltökonomik, Feministisch Ökonomik, Postwachstumsökonomik 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. Postwachstumsökonomie, Kreislaufwirtschaft, Care-Ökonomie, Commons, Gemeinwohl-Ökonomie, solidarische Ökonomie, Tauschökonomie, etc.) erörtert und kontrastiert. • Arbeit oder Fallstudie zu einer selbstgewählten wirtschaftspolitischen Problemstellung aus differenzierten Perspektiven. 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Seminar; das Seminar sieht Gruppen- und Eigenarbeiten zur exemplarischen Anwendung der gewonnenen Erkenntnis auf Fallbeispiele vor	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht mit Vorlesungselementen, Referaten, Gruppenarbeiten und -diskussionen, Fallstudie	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit (schriftlich ausgearbeitetes Referat mit Präsentation)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(Grundlagen-)	Brodbeck: Karl-Heinz (1998): Grundlagen der Wirtschaftspolitik,	

Literatur:	<p>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, Oakland.</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.).</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., Stigl, 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> <p>Winker, Gabriele (2021): Solidarische Care-Ökonomie. Revolutionäre Realpolitik für Care und Klima. Bielefeld: transcript.</p>
-------------------	---

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	
(Grundlagen-) Literatur:	Beike, Rolf/Schlütz, Johannes: Finanznachrichten lesen – verstehen – nutzen. 6. Aufl., Stuttgart 2015.	

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

	Zucchini, W. u. a. (2009): Statistik für Bachelor- und Masterstudenten, Berlin/Heidelberg: Springer.
--	--

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 Spannweite 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 unterschiedliche 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
(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	
Voraussetzungen für die	Klausur (60 Minuten)	

<p>Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):</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</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. <i>Organization & Environment</i>, 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. <i>Journal of business ethics</i>, 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: 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 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	

<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 Marketingmanagement und Konsumkritik

Modul: BA 25	Modultitel: Marketingmanagement und Konsumkritik	
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"> • Konsumentenleitbilder (z.B. neoklassische vs. informationsökonomische) auf die Ausgestaltung von Maßnahmen des Konsumentenschutzes zu überprüfen und • die Möglichkeiten und Grenzen der Übernahme von Verantwortung für Nachhaltigkeit durch den Verbraucher zu reflektieren, • die Bedeutungsstruktur von Nachhaltigkeit im Kontext des Konsumentenverhaltens in seiner Vielschichtigkeit zu erfassen und • ein grundlegendes Verständnis für Anwendungen von Methoden der empirischen Einstellungsforschung und künstlichen Intelligenz im Bereich des Marketings zu entwickeln. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Als Lehrmaterial dienen ausgewählte wissenschaftliche Veröffentlichungen im Bereich der Glücksforschung, des nachhaltigen Konsumentenverhaltens und der Konsumkritik. Dabei werden Marketingstrategien eben nicht zwangsläufig als Instrumente zur Absatzsteigerung begriffen, sondern auch als Kommunikationsmittel über Unternehmensdienstleistungen/-produkte in die organisationale Umwelt. Dann kann Marketing aber auch zum nachhaltigen bzw. kritischen Konsumverhalten anregen.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung: Marketingmanagement (CRM und internationales Marketing) und nachhaltiges Konsumentenverhalten Vorlesung: Konsumentenleitbilder und Konsumkritik</p>	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht mit Gruppenarbeiten, Textarbeit und Gruppendiskussionen	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit Referat über einen wissenschaftlichen Fachbeitrag	
Verwendbarkeit des Moduls:	<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</p>	
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Backhaus, K./Büschken, J./Voeth, M. 2003: Internationales Marketing, 5., überarb. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2003. Backhaus, K. u.a. (2016): Multivariate Analysemethoden – eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin, Springer Gabler 2016. Becker: Marketing Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, Verlag Vahlen 2009. Braun, N./ Keuschnigg, M. (2013): Konsum, Kaufverhalten und Konformität, in: ebd. (Hrsg.): Wirtschaftssoziologie II. Anwendungen. München, S. 129-152 Deresky, H. K. 2008: International Management: Managing Across Borders and Cultures, 6th edition, Prentice Hall.</p>	

	<p>Esch (Hrsg.): Moderne Markenführung, 4. Aufl.</p> <p>Helsen, K./Kotabe, M. 2007: International Marketing Management, 4th edition, John Wiley & sons.</p> <p>Jackson, Tim (2017): Wohlstand ohne Wachstum - das Update: Grundlagen für eine zukunftsfähige Wirtschaft, 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: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik: zfwu, Jg. 14, Heft 2, S.282-300.</p> <p>Kotler/Bliemel: Marketing-Management. Analyse, Planung und Verwirklichung, München 2006.</p> <p>Olbrich. u.a. (2012): Marktforschung – Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch, Springer, Berlin 2012.</p> <p>Reisch, Lucia A. & Oehler, Andreas (2009): Behavioral Economics: Eine neue Grundlage für die Verbraucherpolitik, in: Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung, Jg. 78, Heft 3, S. 30-43.</p>
--	--

WGI BA 50 Alternative Ansätze in der Wirtschaftsforschung

Modul: BA 50	Modultitel: Alternative Ansätze in der Wirtschaftsforschung	
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 Pluralität der Ansätze und Richtungen ökonomischer und wirtschaftswissenschaftlicher Forschung zu erfassen und • die vorgestellten ökonomischen Theorien auf praktische Probleme anzuwenden und die Theorien kritisch zu reflektieren. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Die konkreten Inhalte werden auf der Grundlage aktueller Entwicklungen in der ökonomischen Theorie von Zeit zu Zeit angepasst und jeweils zu Beginn des Moduls bekannt gegeben; exemplarische Inhalte entsprechend dem aktuellen Stand sind:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Spieltheorie, Allmenderessourcen und Ostroms Verfassung der Allmende <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand der Spieltheorie • Spiele in strategischer und extensiver Form <ul style="list-style-type: none"> o Gleichgewichte in dominanten Strategien o Das Nash-Gleichgewicht o Teilspielperfekte Gleichgewichte o Das wiederholte Gefangenendilemma o Nash-Gleichgewichte in gemischten Strategien • Allmenderessourcen <ul style="list-style-type: none"> o Die Tragödie der Allmende: Ein Gefangenendilemma o Die Verfassung der Allmende o Das Klima als Allmenderessource 2. Experimentelle Wirtschaftsforschung <ul style="list-style-type: none"> • Kooperation: Investition in öffentliche Güter • Fairness: Das Ultimatum- und das Diktatorspiel • Solidarität: Das Solidaritätsspiel • Interaktion zwischen kooperationsbereiten (social man) und rein nutzenorientiert handelnden (rational man) Individuen • Entwicklung, Durchführung und Auswertung eines Experiments in Gruppenarbeit 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seminaristische Vorlesung: Spieltheorie und Allmenderessourcen 2. Seminaristische Vorlesung: Experimentelle Wirtschaftsforschung 	
Lernformen:	<p>Im Rahmen der Veranstaltungen zu dem Modul „Alternative Ansätze in der Wirtschaftsforschung“ werden ausgewählte ökonomische Theorien in einer seminaristischen Vorlesung vermittelt und Lösungsansätze im Gespräch mit den Dozierenden reflektiert und bewertet. Die Teilnehmer:innen werden angeleitet, ein eigenes Experiment zum ökonomischen Entscheidungsverhalten zu konzipieren, durchzuführen und die erhobenen Daten auszuwerten.</p>	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>Präsentation eines in Gruppenarbeit selbst konzipierten und durchgeführten Experiments Mündliche Prüfung (30 Minuten)</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</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Akerlof, G. A. u. Shiller, R. J.: Animal Spirits – Wie Wirtschaft wirklich funktioniert, Campus Verlag 2009. 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. Fudenberg, Tirole: Game Theory, MIT 1991. Furubotn, E.G. u. Richter, R.: Neue Institutionenökonomik: Eine Einführung und kritische Würdigung, 3. Aufl., 2003. Holler, Illing: Einführung in die Spieltheorie, Berlin 2006. Kahneman, D. (2011): Thinking, fast and slow, New York (NY): Farrar, Straus and Giroux. 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. MYERSON, R. B.: Game theory: Analysis of conflict, 4. Aufl., Cambridge (MA)/London: Harvard University Press, 1997. 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.: Handeln statt Warten: Ein mehrstufiger Ansatz zur Bewältigung des Klimaproblems, in: Leviathan (2011) 39:447-458.</p>

WGI BA 10 Controlling

Modul: BA 10	Modultitel: Controlling	
Modulverantwortlich: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
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: —	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung des Controllings für die Unternehmensführung einzuschätzen, • das Verhältnis zwischen Führung und Controlling zu charakterisieren, • die grundlegenden Controllinginstrumente in typischen Situationen einzusetzen und • die Vor- und Nachteile der Controllinginstrumente insbesondere mit Blick auf die Organisation der Zusammenarbeit im Unternehmen zu diskutieren. 	
Inhalte des Moduls:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen: Selbstverständnis und Aufgaben des Controllings 2. Balanced Scorecard 3. Kostenmanagement: Grundlagen, Zero Base Planning und Target Costing 4. Kontrollrechnungen 5. Entscheidungsrechnungen: Preisuntergrenzen 6. Verrechnungspreise 7. Budgetierung und Beyond Budgeting 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Vorlesung: Controlling Übung: Controlling mit Excel</p>	
Lernformen:	<p>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.</p>	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>Klausur (60 Minuten) und Seminararbeit (Fallstudie)</p>	
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft & Schauspiel</p>	
(Grundlagen-) Literatur:	<p>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, SPRINGER VERLAG, BERLIN 2005. HORVATH, PETER: CONTROLLING, 10. AUFLAGE, VERLAG VAHLEN, MÜNCHEN 2006. KAPLAN, ROBERT S. U. NORTON, DAVID P.: BALANCEDSCORECARD – STRATEGIEN ERFOLGREICH UMSETZEN, SCHÄFFER-POESCHEL, STUTTGART 1997. WEBER, JÜRGEN UND SCHÄFFER, UTZ (2006): EINFÜHRUNG IN DAS</p>	

	<p>CONTROLLING, 11. AUFLAGE, SCHÄFFER-POESCHEL, STUTTGART. WEBER, J. U. SCHÄFFER, U.: BALANCEDSCORECARD& CONTROLLING – IMPLEMENTIERUNG – NUTZEN FÜR MANAGER UND CONTROLLER – ERFAHRUNGEN IN DEUTSCHEN UNTERNEHMEN, GABLER VERLAG, WIESBADEN 2000. HORVATH & PARTNERS (HRSG.): BALANCEDSCORECARD UMSETZEN, SCHÄFFER-POESCHEL, STUTTGART 2007.</p>
--	--

WGI BA 20 Nachhaltiges Lieferkettenmanagement

Modul: BA 20	Modultitel: Nachhaltiges Lieferkettenmanagement	
Modulverantwortlich: Naemi Schäfer, M. A.		
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 • 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 Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(Grundlagen-) Literatur:	Belvedere, V./ Grando, A.: Sustainable operations and supply chain management. Hoboken: Wiley 2017. Bouchery, Y ./ Corbett, C./ Fransoo, J./Tan, T. (Hrsg.): Sustainable Supply	

	<p>Chains. A Research-Based Textbook on Operations and Strategy. Cham, s.l.: Springer International Publishing (Springer Series in Supply Chain Management, 4) 2017.</p> <p>Chopra, S./ Meindl, P.: Supply chain management. Strategy, planning, and operation. Sixth edition. Boston: Pearson, 2016.</p> <p>Sarkis, J. (Hrsg.) Handbook on the sustainable supply chain (Research handbooks in business and management series) 2019.</p> <p>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	
(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 Mikrofranchising – Modelle gegen die Armut. Zürich 2008.</p>	

	<p>Figge, Frank: Öko-Rating. Heidelberg 2000.</p> <p>Gassner, Michael/Wackerbeck, Philipp: IslamicFinance. 2. Aufl., Köln 2010.</p> <p>Hesse, Helmut/Issing, Otmar: Geld und Moral. München 1994.</p> <p>Mahlknecht, Michael: IslamicFinance. Weinheim 2008.</p> <p>Strebel-Aerni, Brigitte (Hrsg.): Standards für nachhaltige Finanzmärkte. Köln 2008.</p> <p>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:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <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:	<p>Das Modul Green HRM erarbeitet systematisch Optionen für die Gestaltung eines nachhaltigen und umweltorientierten Personalmanagements in Unternehmen. Es adressiert dabei drei Handlungsfelder: (i) Green HRM ermöglicht auf der Mikro-Ebene 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‘.</p>	
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	

	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation
(Grundlagen-) Literatur:	<p>DAS MODUL BASIERT VOR ALLEM AUF DER ARBEIT MIT AKTUELLEN ZEITSCHRIFTENAUFSÄTZEN ZUM FORSCHUNGSFELD GREEN HRM. DIE AUFSÄTZE WERDEN ZU BEGINN DES SEMESTERS ZUR VERFÜGUNG GESTELLT, UM IHREN AKTUELLEN BEZUG UND ENTWICKLUNGSSTAND ZU GEWÄHRLEISTEN.</p> <p>WEITERE LITERATUR:</p> <p>Cohen, E. (2010). CSR for HR: A necessary partnership for advancing responsible business practices. Sheffield: Greenleaf.</p> <p>Ehnert, I. (2009). Sustainable Human Resource Management: A conceptual and exploratory analysis from a paradox perspective. Heidelberg: Physica-Verlag.</p> <p>Ehnert, I., Harry, W., & Zink, K. (2014). Handbook of sustainability and Human Resource Management. Springer: Berlin.</p> <p>Renwick, D.W. (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 Marketing- und Handelsmanagement

Modul: BA 61	Modultitel: Marketing- und Handelsmanagement	
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: 7 Maximale Teilnehmendenzahl: 30	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 und der Nachhaltigkeit im Marketingmanagement zu verstehen, zu analysieren und einzuordnen. • Literatur aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften zum Themengebiet zu perzipieren, zu kontextualisieren, in Beziehung zu setzen und kritisch zu würdigen. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Gegenstand der Veranstaltung ist eine Einführung in das Handelsmanagement, die Zusammenarbeit von Industrie und Handel und die Auswirkungen der Konzentration im Handel auf Wirtschaft und Gesellschaft. Fallweise werden aktuelle Themen aus dem Bereich der Nachhaltigkeit im Marketingmanagement anhand von wissenschaftlichen Fachaufsätzen erarbeitet.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Handelsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Geschichtliche Entwicklung des Handelsmarketing und Systembildung im Handel • Betriebstypenpolitik und innovative Betreuungskonzepte • Markenpolitik im Handel 2. Zusammenarbeit von Industrie und Handel: Category Management und ECR 3. Konzentration im Handel und die Konsequenzen für Wirtschaft und Gesellschaft <ul style="list-style-type: none"> • Konzentration im Handel • Monopolbildung und Marktversagen: Der Fall Amazon • Moralphilosophie und Ethik als ein Diskussionskontext für die Entscheidung über die Balance zwischen Markt und Staat 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung und Seminar	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht mit Referaten und Diskussionen unter den Teilnehmern.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige und aktive Teilnahme am Seminar • Referat über einen wissenschaftlichen Fachbeitrag • 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	
(Grundlagen-) Literatur:	Ahlert, D., Kenning, P. (2007): Handelsmarketing, Springer Verlag 2007. Sandel: Balderjahn, I. (2004): Nachhaltiges Marketing-Management.	

Möglichkeiten einer umwelt- und sozialverträglichen Unternehmenspolitik, Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft, Stuttgart 2004.

Deimer, K., Pätzold, M. u. Tolkmitt, V. (2017): Ressourcenallokation, Wettbewerb und Umweltökonomie, Springer Gabler, Berlin 2017.

Drewello, H. (2018): Eingriffe des Staats in den Markt und die Folgen, in: Drewello, H., Kupferschmidt, F. u. Sievering, O. (2018): Markt und Staat. Eine anwendungsorientierte Einführung in die allgemeine Volkswirtschaftslehre, Springer Gabler, Berlin 2018, S. 245-278.

Hewel, B. u. Neubäumer, R. (2017): Zur Funktionsweise von Marktwirtschaften, in: Neubäumer, R., Hewel, B. u. Lenk, Th. (2017): Volkswirtschaftslehre. Grundlagen der Volkswirtschaftstheorie und Volkswirtschaftspolitik, 6. Auflage, Springer Gabler, Berlin 2017, S. 21-40.

Khan, Lina M. (2017): Amazon's Antitrust Paradox, in: The Yale Law Journal 126:710.

Kupferschmidt, F. (2018): Marktversagen, in: Drewello, H., Kupferschmidt, F. u. Sievering, O. (2018): Markt und Staat. Eine anwendungsorientierte Einführung in die allgemeine Volkswirtschaftslehre, Springer Gabler, Berlin 2018, S. 221-244.

Lenk, Th. u. Sesselmeier, W. (2017a): Bestimmungsgründe für Marktversagen, in: Neubäumer, R., Hewel, B. u. Lenk, Th. (2017): Volkswirtschaftslehre. Grundlagen der Volkswirtschaftstheorie und Volkswirtschaftspolitik, 6. Auflage, Springer Gabler, Berlin 2017, S. 401-422.

Lenk, Th. u. Sesselmeier, W. (2017b): Ökonomische Theorie der Politik: Staatsversagen, in: Neubäumer, R., Hewel, B. u. Lenk, Th. (2017): Volkswirtschaftslehre. Grundlagen der Volkswirtschaftstheorie und Volkswirtschaftspolitik, 6. Auflage, Springer Gabler, Berlin 2017, S. 483 ff.

Sandel, M. J. (2013): Gerechtigkeit. Wie wir das Richtige tun, Ullstein Verlag, Berlin 2013.

Sandel, M. J. (2014): Was man für Geld nicht kaufen kann. Die moralischen Grenzen des Marktes, Ullstein Verlag, Berlin 2014.

Teufel, J. et al. (2020): Umweltkosten von Konsumgütern als Ansatzpunkt zur Verbesserung marktlicher und nicht-marktlicher Verbraucherinformationen („Zweites Preisschild“), in: Umweltbundesamt (Hrsg.): Texte 187 / 2020 (<https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltkosten-von-konsumguetern-als-ansatzpunkt-zur>).

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:	<p>After completing this course, students will</p> <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 • „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	

	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Fitzsimmons, J. A./Fitzsimmons, M. J. (2011): Service management: Operations, strategy, information technology, 7th ed., Boston (MA): McGraw-Hill.</p> <p>Gehrlein, W. V. (2005): Operations Management Cases, New York (NY) et al.: McGraw-Hill Irwin.</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:	Ziel der Veranstaltung ist es zum einen, die Studierenden mit den klassischen Grundlagen des Bankwesens vertraut zu machen, wobei der Schwerpunkt auf die Funktionen, Risiken und Produkte von Banken sowie deren Beaufsichtigung gelegt wird. Zum anderen wird das Ziel verfolgt, den Studierenden die Bedeutung eines nachhaltigen Bankensektors für eine Volkswirtschaft zu vermitteln. Nach der Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein, die positiven und negativen Beiträge des Bankensektors für eine ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltige Entwicklung anhand aktueller Beispiele zu erläutern und innovative Ansätze und Entwicklungen im Bankensektor in Bezug auf ihre Nachhaltigkeit zu beurteilen.	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Transformationsfunktionen von Finanzintermediären • Bankenstruktur in Deutschland • Klassische Bankprodukte • Bankbetriebliche Risiken und Regulierung des Bankensektors • Alternative Bankensysteme • Banking und Nachhaltigkeit • Social Banking und Social Banks – Definitionen, Entwicklung und Akteure • Deklarationen und Leitfäden zur Förderung eines nachhaltigeren Bankwesens • Nachhaltigkeitsorientierte Bankprodukte • Impact Assessment der Leistungen von Social Banks • Risiken und aktuelle Herausforderungen von Social Banks 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch Praxisberichte gefestigt, verknüpft und angewandt wird.	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht zur Vermittlung der Grundlagen mit Rückkopplung zum beruflichen Alltag der Studierenden; Diskussion im Plenum; Selbststudium.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(Grundlagen-)	Bieg, Hartmut/Krämer, Gregor/Waschbusch, Gerd: Bankenaufsicht in	

Literatur:	<p>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:	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein Thema aus einem anwendungsbezogenen betriebswirtschaftlichen Problemfeld angemessen abzugrenzen, • dieses Thema weitgehend selbständig und unter Einsatz geeigneter betriebswirtschaftlicher Methoden zu bearbeiten, • die Wahl einer Vorgehensweise zur Bearbeitung der gegebenen Problemstellung und die Planung und Organisation der notwendigen Arbeitsschritte zu dokumentieren und kritisch zu reflektieren, • eigenständig Lösungsansätze für die betriebswirtschaftliche Problemstellung zu erarbeiten, systematisch darzustellen und in Beziehung zum betriebswirtschaftlichen Theoriekontext zu setzen, • eine schriftliche wissenschaftliche Arbeit in angemessener Form anzufertigen 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstständige Planung, Dokumentation und Reflexion eines Projekts in einem betriebswirtschaftlichen Handlungsfeld. • Schriftliche Dokumentation und Erläuterung, theoretische Kontextualisierung sowie kritische Reflexion der Arbeitsergebnisse. 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Weitgehend eigenständige Projektarbeit, individuelle Betreuung nach Bedarf	
Lernformen:	Weitgehend eigenständige anwendungsbezogene wissenschaftliche Arbeit unter bedarfsbezogener, individueller Betreuung.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Seminararbeit	
Verwendbarkeit des Moduls:	Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Wahlmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(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 im Überblick

Modul: BA 26	Modultitel: Bildende und darstellende Künste im Überblick	
Modulverantwortlich: Sven Büngener		
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
(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 • Spielmethoden 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</p>	

	zunächst fremd und dem eigenen Berufsalltag verschieden sind, führen zu einer Persönlichkeitsbildung an selbstgestellten Aufgaben ermöglichereine 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 der teilhabende Mensch. 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):	<p>Vorlesung/Übung: Grundlagen der Organisationsgestaltung Vorlesung/Übung: Organisation aus sozialorganischer Perspektive</p>	
Lernformen:	<p>Lehrformen: Vorlesungen, Seminare, Workshops, Übungen, Exkursionen, praktische Übungen oder vergleichbare Lehrveranstaltungen. Lernformen: Lektüre, seminaristischer Unterricht, seminaristische Gruppenarbeit, Eigenarbeiten, Studienleistungen, Projektdokumentationen, Kolloquien, Symposien, Exkursionen, Protokolle.</p>	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und	<p>Neben der Teilnahme an Veranstaltungen mit Vor- und Nachbereitungen sind grundsätzlich folgende Studienleistungen zur Vergabe von Leistungspunkten möglich: Schriftliche Arbeiten, Referate, Protokolle, Portfolios, Fachgespräche, Tests oder gleichwertige Beiträge zu einzelnen</p>	

Dauer der Prüfung):	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
(Grundlagen-) Literatur:	Literatur wird semesteraktuell bekanntgegeben.

WGI BA 33 Kunst und Gesellschaft

Modul: BA 33	Modultitel: Kunst und Gesellschafte	
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	

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

Studienarbeiten

WGI BA 16 Wissenschaftliches Seminar

Modul: BA 16	Modultitel: Wissenschaftliches Seminar	
Modulverantwortlicher: N. N.		
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:	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <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 vermittelt 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):	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> die regelmäßige und aktive Teilnahme am Seminar, Essay (Seminararbeit) 	
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation</p>	

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

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, halbjährlich	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,	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	

<p>Umfang und Dauer der Prüfung):</p>	<p>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, • schriftliche Feedbacks zu mindestens drei Präsentationen von anderen Studierenden.
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation</p>
<p>(Grundlagen-) Literatur:</p>	<p>Huemer, Birgit & Rheindorf, Markus & Gruber, Helmut (2012): Abstract, Exposé und Förderantrag. Wien: Böhlau. Karmasin, Matthias & Ribing, Rainer (2011): Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten. Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten sowie Dissertationen. Wien: facultaswuv. Kornmeier, Martin (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. Heidelberg: Physika-Verlag. Sandberg, Berit (2013): Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag. Schanz, Günther (2014): Eine kurze Geschichte der Betriebswirtschaftslehre. Konstanz: UVK. Theisen, Manuel René (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München: Vahlen.</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 und Dauer der Prüfung):	Anfertigen einer Bachelor-Abschluss-Arbeit (Hausarbeit, 16 Wochen) und Präsentation und Kolloquium der Arbeit (45–60 Minuten)	
Verwendbarkeit des Moduls:	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Nachhaltiges Wirtschaften Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaft, Gesellschaft, Innovation	
(Grundlagen-) Literatur:	Brauner, D. J./ Vollmer, H.-U.: Erfolgreiches wissenschaftliches Arbeiten, 3. Aufl., Sternenfels: Verlag Wissenschaft & Praxis, 2008. Scheld, G. A.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten, 8. Aufl., Büren: Scheld Fachbibliothek-Verlag 2015.	

	Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik – Methodik – Form, 15. Aufl., München: Vahlen, 2011.
--	---