

Modulhandbuch Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science

Version B_BWL25.1_W

Letzte Änderung: 2026-04-16 09:42:23

Inhaltsverzeichnis

MB137 - Wirtschaftspsychologie
MB347 - Rechnungswesen
MB361 - Study Bootcamp Wertschöpfung
MB364 - Coding Skills
MB033 - Business and Commercial English
MB217 - Proseminar
MB360 - Study Bootcamp Geschäftsplanung
MB377 - Deskriptive Statistik und Lineare Algebra
MB041 - Induktive Statistik
MB218 - Human Resource Management
MB348 - Nachhaltigkeitsmanagement
MB366 - Datenbanken
MB367 - Servicemanagement, Marketing und Vertrieb
MB380 - Volkswirtschaftslehre
MB042 - Datenschutz und Wirtschaftsprivatrecht
MB086 - Controlling und Unternehmensführung
MB215 - Investition und Finanzierung
MB253 - Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen
MB332 - Produktions- und Materialmanagement
MB368 - Venture Lab
MB074 - Übg. Controlling
MB118 - Soft Skills
MB249 - Logistikmanagement
MB257 - Auslandssemester
MB293 - Digital Product Management
MB299 - Management von Produktionssystemen
MB300 - Einkauf und Supply Management
MB337 - Customer Relationship Management
MB342 - Data Analytics in Business
MB140 - BWL-Projekt
MB214 - Prüfungswesen und Praxisworkshops IT-Audit
MB281 - Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement
MB282 - Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen
MB283 - Operatives Marketing- und Vertriebsmanagement
MB284 - Servicemanagement: Qualität, Leadership und Organisation
MB349 - Unternehmensbesteuerung
MB350 - Integrierte Berichterstattung und Konzernrechnungslegung
MB351 - AI & Data-driven Marketing und Services
MB354 - Seminar BWL
MB150 - Bachelor-Thesis
MB370 - Bachelor-Kolloquium
MB371 - Praktikum

Module

◆ MB137 - Wirtschaftspsychologie

Verantwortliche:	Thorsten Giersch Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB220 - Wirtschaftspsychologie
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	8 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	6 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Alexander Fischer Thorsten Giersch

Studieninhalte:

Einführung in die Wirtschaftspsychologie

- Evolutionäre Psychologie
- Entwicklung der Wirtschaftspsychologie
- Gegenstand der Wirtschaftspsychologie
- Menschenbilder im wirtschaftspsychologischen Kontext
- Psychologie im Kontext von Wirtschafts- und Gesellschaftsformen

Relevanz von Theorien, Methoden und empirischer Forschung

- Deduktive und induktive Forschung
- Einführung in Forschungsmethoden und Studienarten
- Einführung in Erhebungsformen

Entscheidungspsychologie

- Rationale und irrationale Entscheidungen
- Entscheidungen unter Unsicherheit
- Urteilsverzerrung
- Entscheidungen und das Selbst
- Entscheidungen im sozialen Kontext

Wirtschaftspsychologie im Marketingkontext - Das Individuum

- Grundlagen aktivierender und kognitiver Prozesse im Kontext des Konsumentenverhaltens
- Grundlagen der Marktpsychologie
- Kommunikation: Grundlagen der Werbepsychologie
- Preis: Grundlagen der Preispsychologie
- Vertrieb: Grundlagen der Vertriebs- und Verkaufspsychologie

- Produkt: Grundlagen der Produktpsychologie
- Dienstleistung: Grundlagen der Dienstleistungspsychologie

Wirtschaftspsychologie im Marketingkontext – Das Individuum im sozialen Kontext

- Erfahrungsumwelt des Konsumenten
- Soziale Einflüsse auf das Konsumentenverhalten

Wirtschaftspsychologie im Personalkontext

- Grundlagen der Personalgewinnung und -selektion
- Grundlagen der Personalentwicklung und -sozialisation
- Führungsansätze aus personalpsychologischer Perspektive
- Arbeitsgestaltung
- Motivation
- Arbeitszufriedenheit
- Work-Life-Balance

Wirtschaftspsychologie im Finanzkontext

- Behavioral Economics
- Finanzkrisen und spekulative Preisblasen
- Inflation: Messung, Erwartung und Wahrnehmung
- Steuern und Behavioral Public Finance

Wirtschaftspsychologie und Ethik

- Unternehmensführung und -verantwortung
- Aspekte sozialer Gerechtigkeit
- Wohlstand und Lebenszufriedenheit
- Ethische Grundsätze für die Wirtschaftspsychologie

Lernergebnisse:

Die Studierenden...

- kennen in grundzügen die Historie der Wirtschaftspsychologie.
- sind vertraut mit der Relevanz von Theorien, Methoden und empirischer Forschung im wirtschaftspsychologischen Kontext.
- sind mit dem Themenfeld der Behavioral Economics sowie dem Spannungsfeld von rationalen und irrationalen Entscheidungsverhalten und den unterschiedlichen Übergängen vertraut und können dies auf beispielhafte Entscheidungssituationen beziehen.
- haben Kompetenzen im Bereich psychologischer Aspekte grundlegender wertschöpfender Aktivitäten eines Unternehmens.
- können insbesondere wirtschaftspsychologisch fundierte Entscheidungen im Marketing- und Vertriebskontext sowie im personal- im finanzpolitischen Kontext treffen.
- haben eine systemische Kompetenz und können Zusammenhänge zwischen der Psychologie und der Betriebswirtschaftslehre verstehen und darauf aufbauend Entscheidungen beurteilen, erklären und begründen.
- können ethischen Bezüge der Wirtschaftspsychologie einordnen und mit aktuellen managementorientierten und wirtschaftspolitischen Diskussionen verbinden.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Keine Vorkenntnisse, Interesse am Verstehen von Entscheidungen in unterschiedlichen Kontexten.

Literatur:

- Alter, Adam (2018): Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked, Penguin Books.
- Baddeley, Michelle (2018): Behavioural Economics and Finance, 2nd edition, Routledge.
- Barkow, Jerome H.; Cosmides, Leda; Tooby, John (1995): The adapted mind: Evolutionary Psychology and the Generation of Culture, Oxford University Press.
- Brinkmann, Ralf (2015): Wirtschaftspsychologie, 2. Auflage, Springer.
- Brinkmann, Ralf (2018): Angewandte Wirtschaftspsychologie, Pearson.
- Diefenbach, Sarah; Hassenzahl, Marc (2017): Psychologie in der nutzerzentrierten Produktgestaltung: Mensch-Technik-Interaktion-Erlebnis, Springer.
- Gigerenzer, Gerd (2020): Risiko. Wie man die richtigen Entscheidungen trifft, 3. Aufl., Pantheon.
- Pfister, Hans-Rüdiger, Jungermann, Helmut, Fischer, Katrin (2016): Die Psychologie der Entscheidung: Eine Einführung, 4. Auflage, Springer.
- Fichter, Christian (2018): Wirtschaftspsychologie für Bachelor, Springer.
- Kahneman, Daniel (2012): Thinking, Fast and Slow, Penguin Books.
- Kahnemann, Daniel et al. (2023): Noise: Was unsere Entscheidungen verzerrt – und wie wir sie verbessern können, 2. Aufl., Pantheon.
- Kirchler, E. et al, (2008): “Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework”, Journal of Economic Psychology, 29, pp. 210-225.
- Kroeber-Riel, Werner; Gröppel-Klein, Andrea (2019): Konsumentenverhalten, 11. Auflage, Vahlen.
- Kroeber-Riel, Werner; Esch, Franz-Rudolf (2015): Strategie und Technik der Werbung, 8. Auflage, Kohlhammer.
- Saad, Gad (2007): Evolutionary Bases of Consumption, LEA, Publishers.
- Scheier, Christian, Held, Dirk (2018): Wie Werbung wirkt: Erkenntnisse aus dem Neuromarketing, 3. Auflage, Haufe.
- Scheier, Christian, Held, Dirk (2012): Was Marken erfolgreich macht: Neuropsychologie in der Markenforschung, 3. Auflage, Haufe.
- Simon, Hermann; Fassnacht, Martin (2016): Preismanagement: Strategie - Analyse - Entscheidung - Umsetzung, 4. Auflage, Springer.
- Spreer, Philipp (2021): PsyConversion: 117 Behavior Patterns für eine noch bessere User Experience und höhere Conversion-Rate im E-Commerce, 2. Auflage, Springer.
- Tembrink, C. (2020): Verkaufspsychologie im Online-Marketing: Wie Sie Kunden magisch anziehen, Springer.
- Thaler, Richard H. (2016): Misbehaving: The making of behavioral economics, Norton.
- Wiswede, Günther (2021): Einführung in die Wirtschaftspsychologie, 6. Auflage, utb.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
 - Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
 - Marketing, Media & AI Bachelor of Science
 - Smart Technology Bachelor of Science
-

◆ MB347 - Rechnungswesen

Verantwortliche:	Stefan Christoph Weber
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB342 - Rechnungswesen
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5,0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	8 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	6 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	24 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	54 Stunden
Lehrende:	Stefan Christoph Weber

Studieninhalte:

Erster Teil: Einführung in das Betriebliche Rechnungswesen (ReWe)

- Definition und Funktionen des ReWe
- Teilgebiete des ReWe (Überblick)
- Zusammenhänge zwischen Finanz- und Rechnungswesen

Zweiter Teil: Finanzbuchhaltung (FiBu)

- Grundlagen und gesetzliche Rahmenbedingungen
 - Begriffsabgrenzungen
 - Gesetzliche Verankerung der FiBu
 - FiBu in Form der doppelten Buchführung
- Buchhalterische Erfassung ausgewählter Geschäftsvorfälle
 - Warenverkehr
 - Zahlungsverkehr
 - Lohn- und Gehaltsverkehr
 - Steuern, Gebühren und Beiträge

Dritter Teil: Jahresabschluss und Lagebericht

- Theoretische und normative Grundlagen
 - Theorien des Jahresabschlusses
 - Zwecke des handelsrechtlichen Jahresabschlusses
 - Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB)
- Ansatzkonzeption nach Handelsrecht
 - Aktivierungsfähigkeit
 - Passivierungsfähigkeit
- Bewertungskonzeption nach Handelsrecht
 - Bewertungsmaßstäbe - Überblick
 - Zugangsbewertung
 - Folgebewertung
- Erfolgserfassungskonzeption nach Handelsrecht
- Ansatz und Bewertung ausgewählter Bilanzposten
 - Immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens

- Vorräte
- Forderungen
- Rechnungsabgrenzungsposten
- Rückstellungen
- Verbindlichkeiten
- Überblick über Aufstellungs-, Prüfungs- und Offenlegungspflichten des Jahresabschlusses und des Lageberichts
 - Grundlegendes
 - Varianten der Bilanzgliederung
 - Gliederungsalternativen der Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)
 - Anhang und Lagebericht

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über ein grundlegendes Verständnis hinsichtlich der Finanzbuchhaltung sowie des handelsrechtlichen Jahresabschlusses und Lageberichts. Bezüglich der Finanzbuchhaltung verfügen die Studierenden insbesondere die Fähigkeiten, die Technik der Finanzbuchhaltung auf ausgewählte Geschäftsvorfälle (insb. Waren-, Zahlungs- sowie Lohn- und Gehaltsverkehr, Steuern, Gebühren, Beiträge) anzuwenden. Im Hinblick auf den Jahresabschluss und Lagebericht verfügen die Studierenden insbesondere über Fähigkeiten, Bilanztheorien sowie die handelsrechtlichen Ansatz-, Bewertungs- und Erfolgserfassungskonzeptionen auf ausgewählte Bilanzposten anzuwenden und darüber hinaus wesentliche Inhalte des Lageberichts zu analysieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine

Literatur:

- BAETGE, Jörg et al.: Bilanzen. 17. Aufl., Düsseldorf 2024.
- COENENBERG, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 27. Aufl., Stuttgart 2024.
- COENENBERG, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Aufgaben und Lösungen. 19. Aufl., Stuttgart 2024.
- FREIDANK, Carl-Christian; MEUTHEN, Mario Henry: Rechnungslegung und Rechnungslegungspolitik. Band 1: Grundlagen der Rechnungslegung, 3. Aufl., Berlin/Boston 2022.
- FREIDANK, Carl-Christian; VELTE, Patrick; WEBER, Stefan Christoph: Aktivierungskonzeptionen nach Handels- und Steuerrecht sowie IFRS, in: Das Wirtschaftsstudium (WISU). 41. Jg. (2012), S. 1107-1115.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science

◆ MB361 - Study Bootcamp Wertschöpfung

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	2 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB355 - Study Bootcamp Wertschöpfung
Lernform:	Bootcamp
Prüfungsform:	Portfolio-Prüfung
Prüfungsdauer:	
ECTS:	15,0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	32 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	6 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	120 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	330 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	450 Stunden
Lehrende:	Thorsten Giersch

Studieninhalte:

Im Bootcamp Wertschöpfung werden die Grundlagen betriebswirtschaftlicher Wertschöpfung praxisnah bearbeitet. Ein Schwerpunkt ist dabei die empirische Anwendung und Bearbeitung grundlegender Konzepte der Wertschöpfung. Die Veranstaltung gliedert sich dabei in vier Abschnitte:

1. Werte definieren und untersuchen: Was ist ein Wert und welche Rolle spielen Unternehmen hierbei? Darstellung und Analyse von Geschäftsmodellen und Value Proposition. Was ist eine Strategie und wie lässt sich ein Wettbewerbsvorteil herleiten. Was ist eine Marketingstrategie und wie kann ich sie operativ umsetzen?
2. Werte produzieren: Anwendung von Methoden der Materialbedarfsermittlung, der Bestellmengenplanung sowie der Lieferantenauswahl und -bewertung. Gestaltung und Optimierung von Produktionssystemen und -programmen. Ausgestaltung effizienter Distributionssysteme unter Berücksichtigung von Netzwerk-, Standort-, Transport- und Tourenentscheidungen.
3. Werte messen: Wie wird Wertschöpfung gemessen? Welche Kennzahlen(-systeme) sind erforderlich? Wie kann man die fortschreiben / prognostizieren?
4. Werte kreieren: Ihr übernehmt im Rahmen eines Planspiels die Gründung eines Unternehmens (mit Businessplan + Elevator Pitch) und startet im Wettbewerb mit anderen Unternehmen Euer Business und reflektiert den Unternehmenserfolg.

Wesentlicher Aspekt der Veranstaltung ist die schnelle und interessengeleitete Aktivierung der Studierenden, hierzu gibt es unterschiedliche Arbeitsaufträge zu vorgestellten Konzepten, Gruppenarbeiten mit kurzen Präsentationen und das abschließendes Planspiel "Venture Challenge", welches die unterschiedlichen Themen der Veranstaltung am Beispiel einer Unternehmensgründung zusammenführt.

Lernergebnisse:

Die Veranstaltung ist ein Einstieg ins wirtschaftliche Denken - mit klaren Konzepten, realitätsnahen Anwendungen und einem strategischen Blick aufs

Ganze.

Die Studierenden...

- verstehen, wie Unternehmen Werte schaffen – und wie sich Erfolg messen lässt.
- können strategische Ansätze einordnen und auf Fallbeispiele anwenden.
- können zentrale Tools zur Unternehmensanalyse praktisch anwenden.
- haben eigene wirtschaftliche Entscheidungen getroffen – und ihre Wirkung erlebt und können diese Ergebnisse reflektieren.
- haben einen Überblick und erste Handlungskompetenzen in einem zentralen Themenbereich jedes wirtschaftsorientierten Studiengangs.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Offenheit für Ausarbeitungen in Gruppen, eigene Beteiligung und Austausch mit anderen, Neugier für Untersuchung von Daten und Ideen.

Literatur:

- BECKER, Hans Paul: Investition und Finanzierung. 7. akt. Aufl. Wiesbaden 2016.
- BLOHM, Hans; LÜDER, Klaus; SCHÄFER, Christina: Investition. 10. akt. Aufl. München 2012.
- BLOHM, H. u. a.: Produktionswirtschaft, 5. Aufl., Herne 2016.
- DÄUMLER, Klaus-Dieter; GRABE, Jürgen: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung. 12. vollst. überarbeitete Aufl. Berlin; Herne 2007.
- GÜNTHER, H.-O.; TEMPELMEIER, H.: Produktion und Logistik: Supply Chain und Operations Management, 11. Aufl., Norderstedt 2014.
- JUNG, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. akt. 13. Aufl. München 2016.
- KÜHNAPFEL, J. B.: Scoring und Nutzwertanalyse – Ein Leitfaden für die Praxis, Wiesbaden 2021.
- OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y., Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt 2011
- PORTER, M.E., Wettbewerbsvorteile. Spitzenleistungen erreichen und behaupten, 8. Aufl., Frankfurt 2014.
- SCHUH, G.; SCHMIDT, C. (Hrsg.) Handbuch Produktion und Management 5, 2. Aufl., Berlin/Heidelberg 2014.
- STRAUB, T. Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 3. Aufl., München 2020.
- THOMMEN, J., ACHLEITNER, A. et al. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 10. Aufl., Wiesbaden 2023.
- WÖHE, Günter; DÖRING, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 28. überarbeitete und aktualisierte Aufl. München 2023.
- ZÄPFEL, G.: Grundzüge des Produktions- und Logistikmanagements München/Wien 2001.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
 - E-Commerce Bachelor of Science
 - IT-Management & Consulting Bachelor of Science
 - Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
-

◆ MB364 - Coding Skills

Verantwortliche:	Christian Krug
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB358 - Coding Skills
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	3.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	8 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	18 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	90 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	2 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	92 Stunden
Lehrende:	Christian Krug

Teilleistung:	TB359 - Ubg. Coding Skills
Lernform:	Übung
Prüfungsform:	Abnahme
Prüfungsdauer:	30 Min.
ECTS:	2.0
Benotung:	Bestanden/nicht Bestanden
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	8 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	4 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	20 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	30 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	50 Stunden
Lehrende:	Dirk Ahrens Christian Krug

Studieninhalte:

Die Vorlesung Coding Skills orientiert sich an Nicht-Informatiker. Die vermittelten Studieninhalte sind:

- Grundbegriffe der Datenverarbeitung
- Algorithmen
- Datentypen
- Kontrollstrukturen (Selektionen, Iterationen)
- Insbesondere der Datentyp String
- Aufbau und Verwendung von Arrays
- Verwendung von Strukturen
- Prozeduren und Funktionen

Als Programmiersprache wird Visual Basic für Konsolenprogramme eingesetzt.

Inhherhalb der Vorlesung sind 3 Wiederholungstermine eingeplant und kleine Aufgabenstellung werden während der Vorlesung behandelt.

Begleitend zur Vorlesung wird die Übung Coding Skills angeboten. Die Übung umfasst 8 freiwillige Übungstermine, bei denen passend zur Vorlesung gemeinsam Aufgabstellungen als Konsolenprogramm umgesetzt werden. Die Übung hat selber 4 Pflichttermine, die die Teilnehmer in 2er Teams bestehen müssen. Hier wird eine Aufgabenstellung bereit gestellt, die innerhalb einer Woche von dem jeweilige Team gelöst werden muss, das erstellte Programm wird dann in einem Abnahmegespräch von ca 30 min vorgestellt und abgenommen. Zusätzlich zu den 8 freiwilligen Übungsterminen und 4 Pflichtgruppenterminen können noch weitere Aufgaben über eine Moodleplattform gelöst werden. Dies dient nur zur verfestigung des vermittelten Stoffs.

Lernergebnisse:

Die Studierenden ...

- können die grundlegenden Vorgehensweisen, Möglichkeiten und Schwierigkeiten bei der Softwareentwicklung benennen.
- nutzen die wichtigsten Formalismen zur Definition und Darstellung syntaktischer und algorithmischer Strukturen, sie interpretieren Darstellungen auf Basis dieser Formalismen.
- benennen die zentralen Konzepte imperativer Programmiersprachen und präsentieren ihre Umsetzung in Visual Basic in Form von Datentypen und unterschiedlichen Anweisungen.
- nutzen die Programmiersprache und ihrer Bestandteile zum Entwurf und zur Implementierung vollständiger Programme begrenzter Komplexität.
- stellen die wesentlichen Leistungsmerkmale einer Entwicklungsumgebung zur Unterstützung der Programmerstellung dar und verwenden diese in angemessener Weise zur Softwareentwicklung.
- kennen die wesentlichen Merkmale komponentenbasierter Erstellung von Programmen mit grafischer Oberfläche, dies auch im Kontext von Office-Anwendungen (VBA).

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Voraussetzungen gibt es keine.

Offenheit und Interesse an grundsätzlichen Vorgehensweisen beim Programmieren.

Literatur:

- Thomas Theis:
Einstieg in Visual Basic 2019 - Ideal für Programmieranfänger, 7. Aufl., Rheinwerk Computing, 2019
- Mike McGrath: Visual Basic in easy steps:
Updated for Visual Basic 2019, In Easy Steps Limited; 6. Auflage, 2019
- DOBERENZ, Walter, GEWINNUS, Thomas:
Visual Basic 2015 - Grundlagen, Profiwissen und Rezepte, Carl Hanser Verlag, 2015
- THEIS, Thomas:
Einstieg in VBA mit Excel. 4. Aufl. Rheinwerk Computing, 2015
- HELD, Bernd: VBA mit Excel:
Das umfassende Handbuch. Konzepte und Techniken der VBA-Programmierung. Das Standardwerk für Einsteiger und fortgeschrittene Anwender, 3. Aufl., Rheinwerk Computing, 2018
- Vorlesungsvideos
- Moodleanweisungen

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB033 - Business and Commercial English

Verantwortliche:	Byron Evans
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	englisch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB138 - Business English, Commercial English
Lernform:	Workshop
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	120 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	8 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	6 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Byron Evans

Studieninhalte:

- Einer der Schwerpunkte der Veranstaltung ist die Entwicklung praktischer Fähigkeiten wie das Schreiben von E-Mails, Telefonieren, Geschäftsberichten und das Führen von Verhandlungen unter den Bedingungen einer interkulturellen Situation.
- Kursbasis ist die Erweiterung des englischen Wortschatzes. Darüber hinaus beinhaltet der Kurs eine Vielzahl von thematisch unterschiedlich gestalteten geschriebenen Aufgaben, Übungen mit Audio-Materialien und Rollenspielen, in denen die Studierenden aufgefordert sind, ihre mündlichen Fähigkeiten zu testen und zu benutzen.

Die Studenten werden aufgefordert, eigene oder im Team erarbeitete individuelle Präsentationen zu geben. Das Themenspektrum reicht dabei über den Bereich Marketing, Projektplanung, E-Business, Wirtschaftstrends bis zum Gebiet der Statistik. Der Erwerb von englischem Vokabular, das dem Bereich Wirtschaftsenglisch zuzuordnen ist, und spezifischer lexikalischer Strategien ist ebenfalls Bestandteil des Kurses.

Lernergebnisse:

Funktionale und kommunikative Fähigkeiten der englischen Sprache in kommerziellen Zusammenhängen. Nach Abschluss der Lehrveranstaltung beherrschen die Studierenden das Vokabular um vorgegebene Probleme und folgende Lösungsmöglichkeiten zu diskutieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Englisch auf Sprachniveau B2 ist notwendig für eine erfolgreiche Teilnahme am Modul. Zum Üben und Vertiefen sind Gespräche auf Englisch ideal. Auch das Hören (z.B. BBC Worldwide Business Daily) und Lesen (siehe Literatur) von relevanten Medien ist hilfreich.

Literatur:

- Wallwork, Adrian: Bus Options (Oxford University Press)
- Barrett, Barney and Sharna, Pete: The Internet and Business English (Summertown Press)
- Mascum, Bill: Business Vocabulary in Use (Cambridge University Press)
- Mascum, Bill: Key Words in Business (Collins Co Build)
- ASHLEY, A.:
Commercial Correspondence.
Oxford University Press, 2003
- EMMERSON, Paul:
Business Builder 1-9.
Macmillan Heinemann, 2002
- EMMERSON, Paul:
email English.
Ismaning: Hueber Verlag, 2009
- HUGHES, John:
Telephone English Ismaning: Hueber Verlag, 2009
- MASCULL, Bill:
Business Vocabulary in Use.
Cambridge University Press
- Business Spotlight Magazine <http://www.business-spotlight.de>

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science

◆ MB217 - Proseminar

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB146 - Proseminar
Lernform:	Seminar
Prüfungsform:	Abnahme
Prüfungsdauer:	30 Min.
ECTS:	5,0
Benotung:	Bestanden/nicht Bestanden
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	6 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	7 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	142 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	149 Stunden
Lehrende:	Thorsten Giersch

Studieninhalte:

Die Veranstaltung gibt eine Einführung in die Methoden wissenschaftlichen Arbeitens. u. a. Literaturrecherche mit Besuch einer Bibliothek, Strukturierung und Auswertung von Informationen, Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten, Einüben der Formalia bei der Erstellung wissenschaftlicher Hausarbeiten.

Sämtliche Phasen der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit werden als Gruppenarbeit an einem ausgewählten Thema durchlaufen.

Ablauf:

- Einführung mit Gruppeneinteilung und Themenvergabe
- Wissenschaftliches Arbeiten: Grundlagen
- Erstellung und Präsentation eines Exposéés
- Wissenschaftliches Arbeiten: Ausarbeitung, Zitiertechnik und Präsentation
- Erstellung und Präsentation der in Gruppenarbeit erstellten Hausarbeit

Lernergebnisse:

Die Studierenden sind in der Lage ...

- die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens anzuwenden.
- Informationsbeschaffungsstrategien zur Erstellung einer wissenschaftlichen Hausarbeit vergleichend zu beurteilen und durchzuführen.
- die geforderten Formalia für die Erstellung von Hausarbeiten umzusetzen.
- die Arbeitsergebnisse sowohl schriftlich in der Hausarbeit wie auch mündlichen im Rahmen des obligatorischen Vortrags zu präsentieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Interesse an Wissenschaft als Methode.

Literatur:

- Axel Bänsch, Dorothea Alewell, Wissenschaftliches Arbeiten , 11. Aufl., München [u.a.]: Oldenbourg 2013.
- Nicola Döring, Jürgen Bortz, Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. Aufl., Heidelberg: Springer 2016.
- Werner Heister, Dagmar Weißler-Poßberg, Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler, 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2011.
- Jens Hiller, Arbeitstechniken und wissenschaftliches Arbeiten, Herne: Kiehl 2017.
- Walter Krämer, Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit. 3., überarbeitete und aktualisierte Aufl., Frankfurt: Campus 2009.
- Lydia Prexl, Mit digitalen Quellen arbeiten. Richtig zitieren aus Datenbanken, E-Books, YouTube & Co., 2., aktualisierte und erweiterte Aufl., Paderborn: Ferdinand Schöningh (UTB) 2016.
- Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2019) Research Methods for Business Students, 8th ed., Pearson.
- Manuel René Theisen, Wissenschaftliches Arbeiten : Technik - Methodik Form, 15. Aufl., München: Vahlen 2011.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science

◆ MB360 - Study Bootcamp Geschäftsplanung

Verantwortliche:	Gunnar Harms
Moduldauer:	2 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB354 - Study Bootcamp Geschäftsplanung
Lernform:	Bootcamp
Prüfungsform:	Begleitprüfung
Prüfungsdauer:	
ECTS:	15,0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	30 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	6 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	112 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	0 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	112 Stunden
Lehrende:	Christian Uhlig Gunnar Harms

Studieninhalte:

- Office-Grundlagen
 - Einführung in Office-Software und integriertes Arbeiten
 - Einführung in Tabellenkalkulation
 - Aufbau und Struktur von Tabellenblättern
 - Formeln und Funktionen
 - Diagramme und Visualisierung von Daten
 - Datenorganisation und -auswertung (z. B. Filter, Pivot-Tabellen)
 - Erstellung und Gestaltung von Präsentationen
- Finanzbuchhaltung
 - Grundlagen und Aufgaben der Finanzbuchhaltung
 - Inventar, Bilanz und Grundprinzipien der doppelten Buchführung
 - Buchung von Geschäftsvorfällen
 - Periodenrichtige Erfolgsermittlung (Aufwendungen, Erträge, GuV)
 - Bewertung und Abschreibungen
 - Jahresabschluss
 - Abgrenzungsrechnung zwischen Finanzbuchhaltung und Kosten- und Leistungsrechnung
- Kosten- und Leistungsrechnung
 - Grundlagen und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung (Abgrenzung von Aufwand, Kosten, Ertrag und Leistung)
 - Kostenartenrechnung
 - Kostenstellenrechnung
 - Kostenträgerrechnung (Stück- und Zeitrechnung)
 - Vollkostenrechnung
 - Teilkostenrechnung und Deckungsbeitrag
 - Plankostenrechnung
 - Kostenrechnung als Instrument der Unternehmenssteuerung
- Fallstudie: Praktische Anwendung im Rahmen der Geschäftsplanung
 - System der vernetzten Teilpläne der Unternehmensplanung
 - Planung von Absatz, Produktion/Leistung, Material, Logistik und Personal
 - Anlagenplanung und Abschreibungen (kalkulatorisch und bilanziell)
 - Kostenplanung und Deckungsbeitragsrechnung
 - Investitions- und Finanzplanung

- Ableitung von Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) und Bilanz aus den Teilplänen
- Betriebsergebnis und Abgrenzung zum Unternehmensergebnis
- Integration der Teilpläne in ein Tabellenkalkulationsmodell
- Szenario- und Sensitivitätsanalysen
- Interpretation und Diskussion der Planungsergebnisse

Lernergebnisse:

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- grundlegende Konzepte der Finanzbuchhaltung sowie der Kosten- und Leistungsrechnung zu erläutern, deren Rolle für die betriebliche Planung und Steuerung einzuordnen und sie auf praktische Anwendungsfälle anzuwenden.
- Struktur und Funktionsweise moderner Office-Software zu erläutern und deren Module zur Lösung typischer betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen wie insbesondere der Geschäftsplanung anzuwenden.
- Tabellenkalkulationsprogramme zur Strukturierung, Verarbeitung und Analyse betrieblicher Daten anzuwenden (z. B. durch Formeln, Funktionen, Filter- und Auswertungswerkzeuge).
- betriebswirtschaftliche Daten aufzubereiten und geeignete Visualisierungen (z. B. Diagramme) zur Darstellung von Analyseergebnissen zu erstellen.
- betriebliche Planungszusammenhänge in einem Tabellenkalkulationsmodell abzubilden und zentrale Teilpläne der Unternehmensplanung miteinander zu verknüpfen.
- Szenario- und Sensitivitätsanalysen durchzuführen, um Auswirkungen veränderter Annahmen auf Ergebnisgrößen zu analysieren und zu bewerten.
- Ergebnisse betriebswirtschaftlicher Analysen zu bewerten, zu interpretieren und adressatengerecht zu präsentieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Keine

Literatur:

- Braun, Wolfgang: Lösung kaufmännischer Probleme mit MS-EXCEL unter Office 2000, Winklers, 2001
- Burger, Alexander: Investitionsrechnung, 2. Aufl., München 2024.
- COENENBERG, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 26. Aufl., Stuttgart 2021.
- DEITERMANN, Manfred et al.: Industrielles Rechnungswesen IKR. 52. Aufl., Braunschweig 2023.
- Dörsam, Peter: Grundlagen der Finanzierung, Heidenau 2002.
- HUMMEL, Siegfried; MÄNNEL, Wolfgang: Kostenrechnung 2: Moderne Verfahren und Systeme. 4. Aufl., Wiesbaden 1995.
- Kofler, Michael et al.: Excel programmieren, Addison-Wesley, 2011
- Jaros-Sturhahn, Anke et al.: Business Computing mit MS-Office2003 und Internet, Springer, 2003, 3. Auflage
- SCHMOLKE, Siegfried; DEITERMANN, Manfred: Industrielles Rechnungswesen IKR. Übungen zur Finanzbuchhaltung. 3. Aufl., Braunschweig 2016.
- SCHMOLKE, Siegfried; DEITERMANN, Manfred: Industrielles Rechnungswesen IKR. Übungen zur Kosten- und Leistungsrechnung. 3. Aufl., Braunschweig

2016.

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB377 - Deskriptive Statistik und Lineare Algebra

Verantwortliche:	Franziska Bönte Andreas Haase
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB373 - Deskriptive Statistik, Lineare Algebra
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	120 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	8 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	6 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Franziska Bönte Andreas Haase

Studieninhalte:

Im Rahmen der linearen Algebra werden folgende Themen behandelt:

- Vektorrechnung
 - Geometrische und arithmetische Vektoren
 - Rechenregeln
 - Lineare (Un-)Abhängigkeit
- Lineare algebraische Gleichungssysteme
 - Gauß-Algorithmus
 - Systematisierung des Lösungsverhaltens
 - Unterbestimmte Systeme
- Matrixrechnung
 - Matrixalgebra
 - Inverse Matrix
 - Matrixgleichungen
 - Zusammenhang mit linearen Gleichungssystemen
 - Rang einer Matrix, Rangkriterium
- Determinanten
 - Definition
 - Zusammenhang mit linearen Gleichungssystemen

Im Rahmen der beschreibenden / deskriptiven Statistik werden folgende Themen behandelt:

- Begrifflichkeiten
- Lage- und Streuungsmaße
- Abhängigkeitsmessung bei qualitativen, komperativen und quantitativen Merkmalen insbesondere Regressionsanalyse
- Deskriptive Zeitreihenanalyse mit Trend-, Saison- und Restkomponentenschätzung nach unterschiedlichen Methoden
- Meß- und Indexzahlen

Lernergebnisse:

Nach der Lehrveranstaltung können die Studierenden ...

- Statistische Daten verdichten und graphisch aussagekräftig darstellen
- Wesentliche Aussagen über Daten anhand geeigneter Kennzahlen treffen und interpretieren
- Die Ableitung von Regressionsformeln verstehen und komplexe Regressions- und deskriptive Zeitreihenanalysen abgestimmt auf den jeweiligen Datensatz durchführen und interpretieren
- sicher im Umgang mit Meß- und Indexzahlen agieren

Nach dem erfolgreichen Besuch der Vorlesung sind die Lernenden in der Lage ...

- lineare algebraische Gleichungssysteme mittels des Gauß-Algorithmus in die Lösbarkeitskategorien (eindeutig lösbar, unendlich viele Lösungen, unlösbar) einzuteilen und ggfs. die Lösung anzugeben.
- die Techniken und Methoden der Vektorrechnung anzuwenden.
- die Techniken und Methoden der Matrixrechnung anzuwenden.
- die Determinante einer niedrigdimensionalen Matrix zu berechnen und den Zusammenhang der Determinante zur Lösungstheorie linearer Gleichungssysteme herzustellen
- einfache technische oder ökonomische Systeme mittels der Techniken und Methoden der linearen Algebra zu modellieren und aus der ermittelten Lösung der mathematischen Formulierung das System quantitativ zu beurteilen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Grundlegende mathematische Kenntnisse, wie sie im Mathematik-Brückenkurs vermittelt werden, werden vorausgesetzt.

Literatur:

- PAPULA, Lothar:
Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler,
Band 2, Teil I. 15. Aufl. Wiesbaden: Springer Vieweg Verlag 2025
- HELM, Werner; PFEIFER, Andreas; OHSER, Joachim:
Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler.
1. Aufl. München: Carl Hanser Verlag 2011
- GRAMLICH, Günter:
Lineare Algebra: Eine Einführung.
5. Aufl. München: Carl Hanser Verlag 2021
- TESCHL, Gerald; TESCHL, Susanne:
Mathematik für Informatiker,
Band 1: Diskrete Mathematik und lineare Algebra.
4. Aufl. Heidelberg: Springer Verlag 2013
- FISCHER, Gerd:
Lineare Algebra: Eine Einführung für Studienanfänger.
20. aktualisierte Aufl. Wiesbaden: Springer Verlag 2025
- Christensen, B.; Christensen, S.; Missong, M.: Statistik klipp & klar; 2019;
Springer Gabler Verlag
- Bamberg, G.; Baur, F; Krapp, M: Statistik; 18. Auflage; 2017; De Gruyter
Oldenbourg Verlag; München

- Missong, Martin; Aufgabensammlung zur deskriptiven Statistik; 2005; 7. Auflage; Verlag R. Oldenbourg, München.
- Schneider, Wolfgang; Kornrumpf, J.; Mohr, Walter; Statistische Methodenlehre --- Definitions- und Formelsammlung zur deskriptiven und induktiven Statistik mit Erläuterungen; 1993; Verlag Oldenbourg, München.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Informatik Bachelor of Science
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Medieninformatik Bachelor of Science
- Smart Technology Bachelor of Science
- Technische Informatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB041 - Induktive Statistik

Verantwortliche:	Franziska Bönte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB017 - Induktive Statistik
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Franziska Bönte

Studieninhalte:

- Wahrscheinlichkeitsrechnung
 - Grundlagen
 - Zufallsvariable und Wahrscheinlichkeitsverteilungen
 - Kombinatorik
 - Ausgewählte diskrete Verteilungen
 - Ausgewählte stetige Verteilungen
 - Hauptsätze der Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik
 - Approximationsregeln
- Stichproben
- Schätzverfahren
 - Punktschätzung
 - Intervallschätzung
- Testverfahren
 - Parametrische Testverfahren
 - Verteilungstests

Lernergebnisse:

Die Studierenden sind befähigt, weiterführende statistische Methoden zur Lösung komplexer Problemstellungen nutzen und die erzielten Ergebnisse korrekt zu interpretieren.

Die Studierenden erlangen ...

- Verteilungsannahmen für unterschiedliche ökonomische und naturwissenschaftliche Fragestellungen sinnvoll zu tätigen
- die Fähigkeit, Schätzwerte für die Parameter einer Grundgesamtheit zu bestimmen.
- die Fähigkeit, selbständig statistische Tests im Rahmen betrieblicher Aufgabenstellungen zu planen und durchzuführen und die Ergebnisse korrekt anzugeben.
- die Fähigkeit, Intervallwahrscheinlichkeiten unter Verwendung der wichtigsten diskreten und stetigen Dichte- und Verteilungsfunktionen zu berechnen.

- die Fähigkeit, Werte einer Grundgesamtheit zu schätzen und Hypothesen über die Werte einer Grundgesamtheit zu testen.
- die Fähigkeit, mittels geeigneter Computerprogramme statistische Untersuchungen großer Datenmengen vorzunehmen.
- Kenntnisse hinsichtlich des Einsatzes von Testverfahren im Rahmen der statistischen Qualitätskontrolle anhand von Problemstellungen aus der Wirtschaft.
- die Fähigkeit, sowohl eine Zeitreihe zu analysieren und die Komponenten einer Zeitreihe zu berechnen als auch kurz- und langfristige Prognosen durchzuführen.
- die Fähigkeit, die Genauigkeit von Prognosen kritisch zu bewerten.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine Voraussetzungen, empfohlen werden aber Kenntnisse der deskriptiven Statistik.

Literatur:

- Bley Müller, Josef: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler; 16. Aufl.; s.l.; Verlag Franz Vahlen; 2012
- Griffiths, William E.; Hill, R. Carter; Judge, George G.: Learning and practicing econometrics; ; New York; John Wiley; 1993
- Hansen, Gerd: Methodenlehre der Statistik; ; München; Vahlen; 1974
- Hansmann, Karl-Werner: Kurzlehrbuch Prognoseverfahren; ; Wiesbaden; s.l.; Gabler Verlag; 1983
- Lippe, Peter Michael von der: Wirtschaftsstatistik; 3., neubearb. u. erw. Aufl.; Stuttgart; Fischer; 1985
- Mood, Alexander MacFarlane; Boes, Duane C.; Graybill, Franklin A.: Introduction to the theory of statistics; 3. ed., international ed., [reprint.]; Auckland; McGraw-Hill; 2009
- Rüger, Bernhard: Induktive Statistik; 2., überarb. Aufl., 2. Nachdr; München; Oldenbourg; 1995
- Schlittgen, Rainer; Streitberg, Bernd H. J.: Zeitreihenanalyse; 3. Aufl., durchges. u. verb; München; R. Oldenbourg; 1989
- Zuckarelli, Joachim: Statistik mit R; ; Heidelberg; O'Reilly; 2017
- Bourier, Günther: Beschreibende Statistik. 11. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler, 2013.
- Kobelt, Helmut; Steinhausen, Detlef: Wirtschaftsstatistik für Studium und Praxis. 7. Auflage. Stuttgart: Schäfer-Poeschel Verlag, 2006.
- Schwarze, Jochen: Grundlagen der Statistik Band 2 : Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik. 10. Auflage. Berlin: nwb Studium 2013.
- Toutenburg, Helge u., a.: Induktive Statistik : Eine Einführung mit R und SPSS. 4. Auflage. Berlin: Springer-Verlag 2008.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science

- Informatik Bachelor of Science
 - IT-Management & Consulting Bachelor of Science
 - IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science
 - Marketing, Media & AI Bachelor of Science
 - Smart Technology Bachelor of Science
 - Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
 - Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science
-

◆ MB218 - Human Resource Management

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB109 - Human Resource Management
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	120 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Harriet Kleiminger

Studieninhalte:

Die Mitarbeitenden eines Unternehmens, das Humankapital, sind häufig die zentrale Ressource des Unternehmens. Entsprechend ist das Human Resource Management (HRM) eine Kernfunktion jedes Unternehmens.

Vor diesem Hintergrund bietet die Vorlesung eine grundlegende Einführung und Darstellung aller Bausteine einer modernen HRM-Konzeption:

1. Grundlagen
2. Personalplanung
3. Employer Branding & Personalmarketing & Recruiting
4. Personalauswahl
5. Personaleinsatz
6. Personal- und Organisationsentwicklung
7. Motivation & Personalführung
8. Entlohnung & Beurteilung
9. Personalfreisetzung

Lernergebnisse:

- Sie können die Aufgaben und Funktionen des HRM in den betrieblichen Prozess einordnen.
- Sie können die rechtlichen und psychologischen Rahmen der HR-Aktivitäten einschätzen.
- Sie können die praktische Relevanz HR-Aspekten in unterschiedlichen Zusammenhängen darlegen.
- Sie können die strategische Bedeutung und Herausforderungen des HRM reflektieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Grundlegende Kenntnisse betrieblicher Funktionen und Interesse an

Literatur:

- Jung, H. (2017), Personalwirtschaft, 10. Aufl., München: Oldenburg
- Petry, T.; Jäger, W. (2021), Digital HR, 2. Aufl., Freiburg: Haufe
- Stock-Homburg, R.; Groß, M. (2019), Personalmanagement, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science

◆ MB348 - Nachhaltigkeitsmanagement

Verantwortliche:	Stefan Christoph Weber Thorsten Giersch Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB343 - Nachhaltigkeitsmanagement
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelpnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Alexander Fischer Thorsten Giersch Stefan Christoph Weber

Studieninhalte:

Die Veranstaltung stellt die Herausforderungen der Nachhaltigkeit aus betriebswirtschaftlicher und managementorientierter Sicht in den Vordergrund, behandelt werden folgende Themen:

1. Grundlagen der Nachhaltigkeit
 - Drei-Säulen-Modell (Ökologie, Ökonomie, Soziales) und SDG, ESG, CSR
 - Zielkonflikte zwischen Nachhaltigkeit (profit for) und Profitabilität (for profit)
 - Stakeholder-Ansatz
 - Unternehmensethik und normative, rechtliche Grundlagen
2. Nachhaltigkeitsmanagement als Transformationmanagement und Nachhaltigkeitsstrategie
 - Klassische Change-Modelle: Lewin und Kotter
 - Strategische Integration von Nachhaltigkeit vs. Nachhaltige Unternehmensstrategie
 - Nachhaltigkeitsstrategien (defensiv, adaptiv, proaktiv)
 - Sustainable Business Model Canvas und nachhaltige Wertschöpfung
 - Identifikation interner/externer Stakeholder
3. Nachhaltige Wertschöpfung und operatives Nachhaltigkeitsmanagement
 - Nachhaltige Beschaffung
 - Nachhaltige Produktion & Ressourcenmanagement
 - Kreislaufwirtschaft
 - Nachhaltige Marketing
 - Nachhaltige Logistik
 - Corporate Carbon Footprint entlang der Wertschöpfung
4. Nachhaltigkeitsberichterstattung
 - Nachhaltigkeitsberichterstattung auf Basis der CSRD/ESRS
 - Deep Dive Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
5. Abschluss, Präsentationen, Diskussion, Zusammenfassung

Lernergebnisse:

Studierende...

- haben grundlegender Fachkompetenz zum Nachhaltigkeitsmanagement
- sind sensibilisiert für unternehmerische Verantwortung
- haben Methodenkompetenz in Analyse & Priorisierung bei Nachhaltigkeit und Strategie
- können Maßnahmen zur Wertschöpfungsoptimierung entwerfen und vergleichen
- können Anforderungen an Unternehmen hinsichtlich Berichtspflicht analysieren und Aufbau und Struktur der CSRD wiedergeben
- können den Prozess der doppelten Wesentlichkeitsanalyse verstehen und anwenden
- erlangen Präsentations- und Reflexionskompetenz zum Thema Nachhaltigkeitsmanagement
- können Fach- und Methodenkompetenzen zusammenführen und mit zugehöriger beruflicher Handlungskompetenz verbinden.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Interesse für Nachhaltigkeit als Erweiterung der Anforderungen, aber auch Chancen für Unternehmen und Gesellschaft.

Literatur:

- Baumast, A., Papst, J., Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, 2. Aufl., Stuttgart 2022.
- Elkington, J. Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business, Oxford 1997.
- Freiberg, J., Bruckner, A., Corporate Sustainability - Kompass für die Nachhaltigkeitsberichterstattung, 3. Aufl., München 2024.
- Hahn, R., Sustainability Management: Concepts, Instruments, and Stakeholders, 2. Ed., Harlow (UK) 2025.
- Hansen, E., Schaltegger, S., The Sustainability Balanced Scorecard: A Systematic Review of Architectures, J Bus Ethics (2016) 133:193-221.
- Porter, M.-E., Kramer, M.R. Creating Shared Value, Harvard Business Review (2011) 89, nos. 1-2: 62-77.
- Purvis, Ben et al. (2019) "Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins", Sustainability Science 14 (2019): 681-695.
- Wunder, T. (Hrsg.) CSR und Strategisches Management: Wie man mit Nachhaltigkeit langfristig im Wettbewerb gewinnt, Wiesbaden 2017.

Ergänzend: Diverse Standards und Richtlinien

- DNK (Deutscher Nachhaltigkeitskodex)
- EU-CSRD
- EU-Taxonomie
- GRI (Global Reporting Initiative) Standards

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science

- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
 - Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science
-

◆ MB366 - Datenbanken

Verantwortliche:	Marco Pawlowski
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB361 - Datenbanken
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	60 Min.
ECTS:	3.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	15 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	30 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	45 Stunden
Lehrende:	Marco Pawlowski

Teilleistung:	TB362 - Ubg. Datenbanken
Lernform:	Übung
Prüfungsform:	Abnahme
Prüfungsdauer:	20 Min.
ECTS:	2.0
Benotung:	Bestanden/nicht Bestanden
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	1 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	7 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	52 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	59 Stunden
Lehrende:	Lars Neumann

Studieninhalte:

Vorlesungsbegleitende praktische Übungen in SQL und zum Datenbankentwurf

- Einführung in die Datenbanktechnologie
- Datenbanksprache SQL - Einführung
- Datenbank-Abfrage mit SQL
- Datenbanksprache SQL - Einrichten der Datenbank
- Das Entity-Relationship-Datenmodell
- Das Relationale Datenmodell
 - Relationenschemata und Datenabhängigkeiten
 - Relationale Datenbanken
 - Normalformen
- Datenbank - Lebenszyklus

Lernergebnisse:

Die Studierenden ...

- besitzen die Fähigkeit, ein Datenbanksystem mit SQL zu befragen und in nicht-triviale textuelle Anfrageanforderungen in SQL zu überführen.
- haben grundlegende Kenntnisse über die Ausführung der von ihnen gestellten Anfragen.
- haben die Kompetenz, ein Datenbankentwurfswerkzeug grundlegend zu bedienen.

Die Studierenden ...

- beherrschen die Grundlagen der relationalen Datenbanktechnologie;
- erlangen die Fähigkeit, selbstständig einen Datenbankentwurfsprozess zu planen, eine relationale Datenbank unter Nutzung von SQL einzurichten und die Informationsverarbeitung mittels relationaler Datenbanksysteme unter Nutzung von SQL durchzuführen;

- erlangen die Fähigkeit, mit einem Entwurfstool einen Datenbankentwurfsprozess durchzuführen und mittels SQL selbständig Anfragen an ein Datenbanksystem zu stellen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Vorausgesetzt wird ein grundlegendes Verständnis der Konzepte von Programmiersprachen.

Empfohlen wird die Einrichtung der in der Übung verwendeten Werkzeuge.

Literatur:

- Elmasri, Ramez; Navathe, Shamkant B.: Grundlagen von Datenbanksystemen. 3. Aufl. München: Pearson -Verlag, 2009.
- Meier, Andreas: Relationale Datenbanken Leitfaden für die Praxis. Berlin: Springer-Verlag, 2004.
- Vetter, Max: Aufbau betrieblicher Informationssysteme mittels konzeptioneller Datenmodellierung. 8. Aufl. Stuttgart: Vieweg-Teubner, 1998.
- Vossen, Gottfried: Datenmodelle, Datenbanksprachen und Datenbank-Management-Systeme. 5. Aufl. Oldenbourg: Oldenbourg-Wissenschaftsverlag, 2008.

Vorlesungsunterlagen

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Informatik Bachelor of Science
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Medieninformatik Bachelor of Science
- Smart Technology Bachelor of Science
- Technische Informatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science

◆ MB367 - Servicemanagement, Marketing und Vertrieb

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB363 – Servicemanagement, Marketing und Vertrieb
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	80 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	15 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	135 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Alexander Fischer Thorsten Giersch

Studieninhalte:

Das Modul führt in zwei zentrale Bereiche der Betriebswirtschaftslehre ein. Die zentrale Bedeutung jeder der Bereiche für die moderne Betriebswirtschaftslehre soll erfasst werden, hierbei werden auch bestehende Berührungspunkte beider Themenfelder nachvollzogen und auf konkrete Beispiele aus der Unternehmenspraxis angewendet.

Speziell im Kontext Marketing und Vertrieb werden folgende Themen behandelt:

- Marketingverständnis entwickeln - Klärung des Marketing-Begriffs
- Kunden / Zielgruppen verstehen - Grundlagen des Konsumentenverhaltens
- Märkte und Wettbewerber analysieren - Grundlagen der Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Marketing-Ziele und -Strategien kennen
- Marketing-Maßnahmen gestalten - Marketing-Mix
- Marketing-Maßnahmen kontrollieren - Marketing-Controlling

Im Kontext Servicemanagement werden die besonderen betriebswirtschaftlichen Aspekte von Services bzw. Dienstleistungen behandelt und die zentralen Fragestellungen des Servicemanagements als eigenständiger Anwendungsbereich der BWL entwickelt, der Stoff gliedert sich wie folgt:

- Einführung
- Abgrenzungskriterien für Dienstleistungen bzw. Services
- Der Kunde im Fokus
- Dienstleistungsstrategien
- Innovation und Dienstleistungsdesign
- Dienstleistungsmarketing
- Dienstleistungsproduktion

Lernergebnisse:

Die Studierenden sollen in der Lage sein, die grundlegenden Inhalte, Modelle und Ansätze von Marketing und Servicemanagement sachgerecht beurteilen zu können. Die Wichtigkeit jeder der Bereiche für grundlegende Fragestellungen der Betriebswirtschaft soll erfasst und auf konkrete Beispiele aus der Unternehmenspraxis angewendet werden können.

Aufgrund der breiten Verwendung in verschiedenen Studiengängen bzw. Vertiefungsrichtungen ist es auch Lernziel, dass die Studierenden in einem interdisziplinären Kontext die zentrale Bedeutung von Digitalisierung und Psychologie für Marketing und Dienstleistungsmanagement beschreiben, einordnen und bewerten können.

Die Studierenden ...

- können die Grundlagen des Marketings im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung beschreiben und anwenden.
- sind in der Lage, die Grundzüge des Konsumentenverhaltens mit grundlegenden Marketing- und Vertriebstechniken in Beziehung setzen.
- verstehen es, Methoden der Markt- und Medienforschung grundlegend zu beurteilen und kritisch zu vergleichen.
- kennen die grundlegenden Erfolgsfaktoren einer Markenstrategieformulierung.
- können die Elemente des Marketing-Mix und den Einsatz von Marketing-Instrumenten beurteilen und zielführend einsetzen.
- unterschiedliche Ansätze der Definition von Dienstleistungen erläutern,
- unterschiedliche Branchen dem Dienstleistungsbereich zuordnen und Trends der Dienstleistungsentwicklung beschreiben.
- die grundsätzlichen Herausforderungen und Themen des Servicemanagements erläutern.
- die besondere Rolle der Kundenbeziehung darlegen und einschätzen.
- die Besonderheiten von Dienstleistungen auf die Bereiche Strategie, Entwicklung von Dienstleistungen, Marketing und Produktion von Dienstleistungen übertragen.
- das Servicemanagement mit allgemeinen Fragestellungen aus der BWL verbinden.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Das Modul baut auf der Veranstaltung Bootcamp Wertschöpfung auf. Dortige Fragestellungen werden aufgegriffen, erweitert und vertieft. Eine Durchsicht der entsprechenden Unterlagen ist hilfreich und erleichtert den Einstieg.

Literatur:

Marketing

- ESCH, Franz-Rudolf, HERRMANN, Andreas, SATTLER, Henrik: Marketing eine managementorientierte Einführung, 5. Aufl., München: Vahlen, 2017.
- GLÄSER, Martin: Medienmanagement, 3. Aufl., München: Vahlen, 2014.
- KREUTZER, Ralf: Praxisorientiertes Marketing - Grundlagen - Instrumente - Fallbeispiele, 6. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2022.

- MEFFERT, Heribert, BURMANN, Christoph, KIRCHGEORG, Manfred: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2018.
- SCHUMANN, Matthias; HESS, Thomas; HAGENHOFF, Svenja: Grundfragen der Medienwirtschaft: Eine betriebswirtschaftliche Einführung, 5. Aufl., Berlin; Heidelberg: Springer, 2014.
- WIRTZ, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement, 10. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2019.
- WIRTZ, Bernd W.: Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer, 2022.

Service-Management

- Biermann, Thomas, Kompakt-Training Dienstleistungsmanagement, 2. Aufl. Ludwigshafen: Kiehl 2006.
- Corsten, Hans, Gössinger, Ralf, Dienstleistungsmanagement, 6. Aufl. München: Oldenbourg 2015.
- Fitzsimmons, James A., Fitzsimmons, Mona J., Bordoloi, Sanjeev, Service Management: Operations, Strategy, Information Technology, 10th ed. London:McGraw-Hill 2022.
- Fließ, Sabine, Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler 2008.
- Grönroos, Christian, Service Management and Marketing, 4th ed. New York:Wiley 2015.
- Haller, Sabine, Wissing, Christian, Dienstleistungsmanagement, 8. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler 2020.
- Heskett, L. James u.a., The Service Profit Chain, New York: Free Press 1997.
- Ming-Hui Huang, Roland T. Rust, "Artificial Intelligence in Service", Journal of Service Research, Vol. 21(2018), p. 155-172.
- Shostack, G. Lynn, "Breaking Free from Product Marketing", Journal of Marketing, 41 (1977), S. 73-80.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB380 - Volkswirtschaftslehre

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB377 - Volkswirtschaftslehre
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Thorsten Giersch

Studieninhalte:

- Einführung in die Volkswirtschaftslehre (Gegenstand und Methoden der Volkswirtschaftslehre)
- Grundlagen der Marktwirtschaft
 - Marktgleichgewichte in Abhängigkeit von der Marktform
 - Staatliche Eingriffe (Steuern, Subventionen, Umweltpolitik etc.) und ihre Wechselwirkung mit dem Marktgeschehen
 - Grundlagen der normativen Ökonomik
- Elemente der Makroökonomie
 - Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Wohlfahrtsmessung
 - Rolle des Geldes
 - Makroökonomische Modellbildung
 - Anwendungen auf die Fiskalpolitik
 - Wirtschaftspolitische Kontroversen

Im Rahmen der Vorlesung werden 10 freiwillige "Aufgaben der Woche" angeboten, über die ein Bonuserwerb möglich ist.

Lernergebnisse:

Die Vermittlung grundlegender ökonomischer Kompetenzen ist Ziel der Veranstaltung. Die Studierenden erleben die Volkswirtschaftslehre als einen übergreifenden Zugang zum Verständnis von sich und ihrer Umwelt, der sowohl in privater wie beruflicher Hinsicht von Bedeutung ist. Nach der aktiven Teilnahme an der Veranstaltung können Studierende...

- die Funktionsweise von Märkten aus mikro- und makroökonomischer Perspektive beschreiben und erklären.
- die ökonomische Denkweise im Rahmen einfacher Modelle darlegen und interpretieren.
- zentrale Begriffe der Volkswirtschaftslehre erläutern und ausgewählte Ansätze wichtigen ökonomischen Denkern zuordnen.
- ausgewählte ökonomische Daten eigenständig suchen und interpretieren.
- die Begrenztheit des ökonomischen Wissens erläutern!

- zu wirtschaftspolitischen Diskussionen Stellung nehmen und diese mit grundlegenden Konzepten und Modellen der Volkswirtschaftslehre verbinden.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Eine erste Beschäftigung mit Inhalten und Themen der VWL ist hilfreich, wird aber nicht vorausgesetzt. Für ein einführendes Selbststudium eignen sich z.B. die unter Literatur angegebenen Lehrbücher von Bofinger, Krugman oder Mankiw.

Literatur:

- Blanchard, Olivier; Illing, Gerhard: Makroökonomie, 8. Aufl. München: Pearson Studium, 2021.
- Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Aufl. München: Pearson Studium, 2019.
- Krugman, Paul; Wells, Robin: Volkswirtschaftslehre, 3. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2023.
- Mankiw, N. Gregory; Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 8. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2021.
- Varian, Hal R.: Grundzüge der Mikroökonomik, 9. Aufl., München: Oldenbourg 2016.

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB042 - Datenschutz und Wirtschaftsprivatrecht

Verantwortliche:	Gerd Beuster
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB018 - Datenschutz, Wirtschaftsprivatrecht
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	180 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	15 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	135 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Steffen Weiß Felix Reiche

Studieninhalte:

- BGB
 - Allgemeiner Teil
 - Recht der Schuldverhältnisse
 - Sachenrecht
- HBG
 - Handelsstand
 - Handelsgeschäfte
- Gesellschaftsrecht
 - Personenhandelsgesellschaften
 - Juristische Personen
- Arbeitsrecht / Prozessrecht werden fragmentarisch mit bearbeitet
- Gesetzliche Grundlagen des Datenschutzes
 - Anwendung und praktische Umsetzung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG)
 - Wesentliche Grundlagen aus ausgewählten bereichsspezifischen und bereichsübergreifenden Datenschutzgesetzen
 - Rechte, Pflichten und Aufgaben des betrieblichen Datenschutzbeauftragten zur Einrichtung des Datenschutzmanagements
 - Datenschutz in der Werbepaxis
- Technisch-organisatorischer Datenschutz
 - Grundanforderungen und Grundfunktionen der IT-Sicherheit in Bezug auf die Anforderungen der Datenschutzgesetze
 - Risikomanagement und Schlüsseltechnologien zur Realisierung des technisch-organisatorischen Datenschutzes
 - Kosten-/Nutzen des Datenschutzes
 - Verfahren zur Umsetzung des gesetzlichen Anforderungen des technisch-organisatorischen Datenschutzes
 - Auswahlverfahren zu geeigneten und angemessenen IT-Sicherheitsmechanismen

Lernergebnisse:

Die Studierenden können einfache Sachverhalte des Zivilrechts rechtlich zutreffend einordnen und unter Heranziehung einschlägiger Gesetzestexte würdigen.

Die Studierenden sind fähig, in ihrem späteren Wirkungskreis datenschutzrechtliche Fragestellungen einzuordnen, um bei Bedarf auf Spezialistenunterstützung gezielt zurückgreifen zu können. Erwerb eines Grundlagenwissens im nationalen und europäischen Datenschutzrecht.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Es gibt keine Voraussetzungen. Als Vorbereitung kann die angegebene Literatur überflogen werden.

Literatur:

Recht allgemein

- Engisch, Einführung in das juristische Denken, 12. Aufl. 2018 (Bearbeiter: Würtenberger/Otto).

Kommentare Datenschutzrecht

- Freund/Schmidt/Hepp/Roschek, DSGVO Praxis-Kommentar, 1.Aufl. 2022
- Kühling/Buchner, DSGVO
- Taeger/Gabel, DSGVO – BDSG – TTDSG
- Simitis/Hornung/Spiecker gen. Döhmann, DSGVO mit BDSG

Einführungen Datenschutzrecht

- BfDI, Info 1, 2020 – Gesetzestexte und Erläuterungen (<https://www.bfdi.bund.de/SharedDocs/Publikationen/Infobroschueren/INFO1.pdf>)

Wirtschaftsprivatrecht

- Müssig, Peter: Wirtschaftsprivatrecht, 24. Auflage, 2024, C.F. Müller
- Tavakoli, Anusch / Eisenberg, Claudius / Jautz, Ulrich: Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht, 11. Auflage, 2024, C.F. Müller
- Bürgerliches Gesetzbuch 97. Auflage, 2026, dtv Beck-Texte 5001
- Handelsgesetzbuch 71. Auflage, 2025, dtv Beck-Texte 5002
- Gülleemann, Dirk (Hrsg.): Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts, NWB-Verlag, 27. Auflage, 2026

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- Informatik Bachelor of Science
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science

◆ MB086 - Controlling und Unternehmensführung

Verantwortliche:	Franziska Bönte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB031 - Controlling, Unternehmensführung
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	120 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	15 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	135 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Franziska Bönte

Studieninhalte:

- Grundlagen der Unternehmensführung: Begriffsdefinitionen und -abgrenzungen, Theorien der Unternehmensführung, System der Unternehmensführung
- Normativer Rahmen der Unternehmensführung: Elemente der normativen Unternehmensführung wie Unternehmensphilosophie, Unternehmensziele, Unternehmenskultur, Corporate Governance und Unternehmensmission
- Planung und Kontrolle: Funktionen der Planung und Kontrolle, Grundbestandteile eines Plans, Systematisierung der Planung und Kontrolle, Planungs- und Kontrollsystem, Grenzen und Problembereiche in der Praxis, Aktionsplanung und -kontrolle, Budgetierung
- Risikomanagement: Definition, Identifikation, Bewertung und Steuerung von Risiken
- Organisation: Begriffsdefinition, Gestaltungsparameter der Organisation, Idealtypen der Organisation
- Personal: Gegenstand der Personalfunktion, Personalmanagement, Personalführung
- Informationsmanagement: Information und Kommunikation, Aufgabenbereiche des Informationsmanagements

In Zeiten gesättigter Märkte führt nationaler und internationaler Wettbewerbsdruck zu Verdrängungswettbewerb, der den Informationsbedarf der Unternehmensführung erhöht. Dabei werden nicht isolierte Einzelinformationen gewünscht, sondern

- zeitnahe,
- Zusammenhänge aufdeckende und
- mit Vergleichsgrößen kombinierte

Informationen nachgefragt, die analytischen und entscheidungsvorbereitenden Charakter miteinander verbinden. In diesem Zusammenhang erhält das Controlling als Disziplin, und der Controller als das kaufmännische Gewissen der Unternehmensführung einen deutlich höheren Stellenwert. Gliederung der Veranstaltung

- Vorbemerkungen
- Grundlagen
- Ausgewählte Controllingfelder
 - Fachkonzeptbestimmte Controllingfelder
 - Der Investitionsplanungsprozess
 - Projektcontrolling
 - IT-getriebene Controllingfelder
 - Berichtswesen
 - Hochrechnungstechniken
 - Abweichungsanalysen
 - IT-Controlling (Controlling des Informationsmanagements)

Lernergebnisse:

Die Studierenden ...

- leiten den Begriffsinhalt wesentlicher Theorien und des Systems der Unternehmensführung ab.
- erarbeiten einen systematischen Überblick über den normativen Rahmen der Unternehmensführung (Unternehmensphilosophie, Unternehmensziele, Unternehmenskultur, Corporate Governance, Unternehmensmission).
- erarbeiten ein systematisches Verständnis für die Planung und Kontrolle.
- wenden die Budgetierungstechnik anhand von Case Studies an und beurteilen die jeweiligen Ergebnisse.
- erläutern und beurteilen Risiken der Unternehmensführung und wenden wesentlichen Methoden des Risikomanagements an - insbesondere Identifikation, Bewertung und Steuerung von Risiken.
- erläutern und beurteilen die Gestaltungsparameter sowie die Idealtypen der Organisation.
- erläutern und beurteilen wesentliche Aspekte des Personalmanagements sowie der Personalführung (Motivationstheorien, Führungstheorien und -stile, Führungsprinzipien).
- erläutern und beurteilen wesentliche Aufgabenbereiche des Informationsmanagements.

Die Studierenden ...

- sind in der Lage, die Aufgabenfelder und Funktionen des Controllings im Zusammenspiel mit der Unternehmensführung einordnen zu können.
- beherrschen die Methoden und Instrumente zur Problemerkennung und -lösung.
- besitzen die Fähigkeit, Problemlösungen entscheidungsunterstützend zu präsentieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine

Literatur:

- DILLERUP, Ralf; STOI, Roman: Unternehmensführung. 4. Aufl., München 2013.
- STEINMANN, Horst; SCHREYÖGG, Georg; KOCH, Jochen: Management - Grundlagen der Unternehmensführung. 6. Aufl., Wiesbaden 2013.

- WAIBEL, Roland; KÄPPELI, Michael: Betriebswirtschaft für Führungskräfte. 5. Aufl., Zürich 2015.
- WEBER, Jürgen; BRAMSEMANN, Urs; HEINEKE, Carsten; HIRSCH, Bernhard: Wertorientierte Unternehmensführung. Wiesbaden 2004.
- WOLF, Joachim: Organisation, Management, Unternehmensführung. 4. Aufl., Wiesbaden 2011.
- BLOHM, Hans; LÜDER, Klaus, SCHAEFER, Christina: Investition. 10. Aufl., München: Vahlen, 2012.
- BRÜHL, Rolf: Controlling-Grundlagen des Erfolgscontrollings. 3. Aufl. München; Wien: Oldenbourg, 2012
- COENENBERG, Adolf G.; FISCHER, Thomas M.; GÜNTHER, Thomas: Kostenrechnung und Kostenanalyse. 7. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2009
- EWERT, Ralf; WAGENHOFER, Alfred: Interne Unternehmensrechnung, 8. überarb. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden, 2014
- FIEDLER, Rudolf; GRÄF, Jens: Einführung in das Controlling. 3. Aufl., München: Oldenbourg, 2012
- HORVATH, Peter: Controlling. 12. Aufl. München: Vahlen, 2011
- KÜPPER, Hans-Ulrich et al.: Controlling: Konzeption, Aufgaben und Instrumente. 6. überarb. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2013
- LAUSE, Berthold: Methoden der Abweichungsanalyse in der Kosten- und Erfolgskontrolle. Bergisch Gladbach: Eul, 1992.
- LACHNIT, Laurenz; MÜLLER, Stefan: Unternehmenscontrolling. 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2012
- WEBER, Jürgen; SCHÄFFER, Utz: Einführung in das Controlling. 14. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2014

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB215 - Investition und Finanzierung

Verantwortliche:	Franziska Bönte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB055 - Finanzierung, Investition
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	120 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	15 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	135 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Franziska Bönte Fikret Koyuncu

Studieninhalte:

- Grundlagen der Finanzierung
- Finanzplanung
- Finanzierungskennzahlen
- Beteiligungsfinanzierung
- Kurzfristige Fremdkapitalfinanzierung
- Langfristige Fremdkapitalfinanzierung
- Kreditsubstitute
- Innenfinanzierung
- Finanzierungsregeln und Kapitalstruktur
- Investitionsbegriff und -arten
- Investitionsplanung
- Verfahren der Einzel-Investitionsrechnung
 - Statistische Verfahren
 - Dynamische Verfahren
 - Berücksichtigung von Steuern
 - Berücksichtigung von Inflation
- Investitionen unter Berücksichtigung von Risiko / unsicheren Erwartungen
- Investitionsprogrammentscheidungen

Lernergebnisse:

Sie kennen die Grundbegriffe der Finanzierung und können unterschiedliche Finanzierungsformen gegenüberstellen und bewerten.

Sie können die Finanzierung eines Unternehmens beurteilen und optimieren.

Sie können den Investitionsprozess erläutern und kennen die dabei existenten Risiken.

Sie können gängige Verfahren der Investitionsrechnung sicher anwenden und interpretieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Grundkenntnisse in allgemeiner BWL und Rechnungswesen.

Literatur:

- Blohm, Hans; Lüder, Klaus; Schaefer, Christina: Investition, 10. Aufl., Verlag Vahlen, München, 2012
- Däumler, Klaus-Dieter; Grabe, Jürgen: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, 13. vollständig überarbeitete Auflage, Herne: NWB Verlag 2014
- Kruschwitz, Lutz: Investitionsrechnung, 13. Auflage, München, Oldenbourg Verlag 2011
- Olfert, Klaus: Investition, 12. Aufl., Herne, NWB Verlag 2012
- Zangenmeister, Christof: Nutzwertanalyse in der Systemtechnik, 4. Aufl., Wittmannsche Buchhandlung, München, 1976
- Perridon, Louis; Steiner, Manfred; Rathgeber, Andreas: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., Vahlen Verlag, München, 2016
- Olfert, Klaus: Finanzierung, 17. Aufl., Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen, 2017
- Hauser, Matthias; Warns, Christian: Grundlagen der Finanzierung - anschaulich dargestellt, 5. Aufl., PD-Verlag, Heidenau, 2014
- Wöhe, Günther; Bilstein, Jürgen; Ernst, Dietmar; Häcker, Joachim: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, 11. Aufl., Vahlen Verlag, München, 2013
- Bieg, Hartmut; Kußmaul, Heinz; Waschbusch, Gerd: Finanzierung in Übungen, 3. Aufl., Vahlen Verlag, München, 2013

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB253 - Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen

Verantwortliche:	Fikret Koyuncu
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB059 - Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	2.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	15 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	45 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	60 Stunden
Lehrende:	Fikret Koyuncu

Teilleistung:	TB060 - Übg. Geschäftsprozesse mit ERP-Systemen
Lernform:	Übung
Prüfungsform:	Abnahme
Prüfungsdauer:	15 Min.
ECTS:	3.0
Benotung:	Bestanden/nicht Bestanden
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	60 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	90 Stunden
Lehrende:	Fikret Koyuncu

Studieninhalte:

Die Veranstaltung soll den Studierenden wichtige Grundlagen zum Verständnis und der Anwendung von ERP-Systemen in der Unternehmenspraxis vermitteln. Hierzu werden neben den begrifflichen Grundlagen und Inhalten zur Systemarchitektur von ERP-Systemen die wesentlichen Konzepte zur Abbildung von Geschäftsprozessen in ERP-Systemen vermittelt. Schwerpunkt bilden hierbei die Themen Daten- und Funktionsintegration aus einer prozessorientierten Perspektive.

Kurzglgliederung:

- Grundlagen und Begriffe
- ERP-System-Architektur
- Integration von Geschäftsprozessen und ERP-Systemen
- Prozesse in der Produktion und deren Abbildung in ERP-Systemen
- Prozesse im Bereich Materialwirtschaft, Logistik und deren Abbildung in ERP-Systemen
- Prozesse im Bereich Controlling und deren Abbildung in ERP-Systemen
- Prozesse im Bereich Rechnungswesen und deren Abbildung in ERP-Systemen

Die in der Vorlesung vermittelten theoretischen Grundlagen werden im Rahmen der Übung durch die Bearbeitung von Fallstudien durch eigene Anwendung gefestigt und erweitert. Die Bearbeitung der durchgängigen und ERP-modulübergreifenden Fallstudien erfolgt direkt am ERP-System am Beispiel des SAP ERP. Hiermit soll den Studierenden insbesondere eine integrierte

Betrachtungsweise der betriebswirtschaftlichen Vorgänge und deren informationstechnische Abbildung in einem ERP-System anhand praktischer Übungen näher gebracht werden.

Kurzgliederung:

- Navigation im SAP ERP-System
- Fallstudie zu den Prozessen in der Produktion
- Fallstudie zu den Prozessen im Bereich Materialwirtschaft, Logistik
- Fallstudie zu den Prozessen im Bereich Controlling
- Zusammenhängendes Fallbeispiel zu den behandelten Themen

Lernergebnisse:

Die Studierenden können ...

- die erworbenen theoretischen Kenntnisse auf praktische Anwendungsfälle übertragen
- die grundlegende Funktionen von ERP-Systemen verwenden
- betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen und zusammenhängende Geschäftsvorfälle in verschiedenen Problemfeldern mit Hilfe von ERP-Systemen bearbeiten.

Die Studierenden können ...

- wesentliche Begriffe im Umfeld von ERP-Systemen und Geschäftsprozessen definieren und diese in Beziehung zueinander setzen
- die wesentlichen Eigenschaften von ERP-Systemen und deren Architekturen herausstellen
- können die Vorgehensweise zur Abbildung betriebswirtschaftlicher Prozesse in ERP-Systemen erläutern.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine

Literatur:

- Forsthuber, Heinz, Siebert, Jörg: Praxishandbuch SAP-Finanzwesen. Bonn; Boston, Mass : Galileo Press, 2013
- Frick, Detlev ; Gadatsch, A. ; Schäffer-Külz, U. G. (Hrsg.): Grundkurs SAP ERP: Geschäftsprozessorientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel. 2., Aufl. 2013. Aufl. Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2013
- Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis: eine Einführung für Studenten und Praktiker. Wiesbaden : Vieweg + Teubner, 2012
- Mertens, Peter: Integrierte Informationsverarbeitung 1 Operative Systeme in der Industrie. Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden: Imprint: Springer Gabler, 2013
- Weske, Mathias: Business process management concepts, languages, architectures. Berlin; New York : Springer, 2012

KOYUNCU, Fikret: Übungsmaterialien zu den jeweiligen Fallstudien auf Moodle

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Informatik Bachelor of Science
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB332 - Produktions- und Materialmanagement

Verantwortliche:	Gunnar Harms
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB324 - Produktions- und Materialmanagement
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	60 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	60 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Gunnar Harms

Studieninhalte:

Die Vorlesung Produktions- und Materialmanagement beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit den Aufgaben der operativen Produktionsplanung und -steuerung. Im Mittelpunkt stehen modell- und methodenorientierte Verfahren zur Planung, Steuerung und Kontrolle von Produktions- und materialbezogenen Flüssen im Produktionssystem.

Inhalte der Veranstaltung sind im Einzelnen:

- Gegenstand des Produktionsmanagements und Integration der Produktionsplanung und -steuerung,
- Betriebliche Planungssysteme im (operativen) Produktionsmanagement,
- Grundlagen zur Nachfrageprognose als Input für Produktions- und Materialplanung,
- Beschäftigungsglättung bzw. Supply Network Planning,
- Kapazitierte Hauptproduktionsprogrammplanung,
- Programmorientierte Materialbedarfs- und Losgrößenplanung,
- Ressourceneinsatzplanung,
- Produktionssteuerung mit Schwerpunkt Maschinenbelegungsplanung.

Durch zahlreiche Übungen wird das Verständnis für produktionswirtschaftliche bzw. logistische Prozesse und deren Zusammenhänge gefestigt sowie das eigenständige Arbeiten gefördert.

Lernergebnisse:

Die Studierenden können ...

- die Ziele und Aufgaben des Produktionsmanagements erläutern,
- den Regelkreis des operativen Produktionsmanagements erklären und die Verzahnung zur taktischen und strategischen Planungsebene aufzeigen,
- relevante Planungsdaten strukturieren, Beispiele nennen und erläutern, wo diese Daten im Rahmen der Produktionsplanung und -steuerung benötigt werden,
- das Konzept der hierarchischen Planung beschreiben und Vorteile gegenüber

anderen Planungsmethoden benennen,

- Aufbau, Funktionsweise und Grenzen klassischer PPS-Systeme beschreiben sowie Vor- und Nachteile von ERP- und APS-Systemen vergleichen,
- die Vorgehensweise zur Erstellung von Nachfrageprognosen beschreiben,
- lineare Optimierungsmodelle zur Durchführung der Beschäftigungsglättung entwickeln und interpretieren,
- die Zulässigkeitsprüfung von Hauptproduktionsprogrammen durchführen und lineare Optimierungsmodelle zur kapazitierten Hauptproduktionsprogrammplanung erstellen,
- Erzeugnisstrukturdarstellungen erstellen und Materialbedarfe rechnerisch (z. B. mittels Matrizenrechnung) auflösen,
- Losgrößen in ein- und mehrstufigen Systemen ohne Kapazitätsbeschränkung mit ausgewählten Verfahren bestimmen und kritisch beurteilen,
- Vorgangsknotennetzpläne erstellen,
- lineare Optimierungsmodelle zur Mehr-Projektplanung bei begrenzt verfügbaren Ressourcen erstellen,
- ausgewählte Heuristiken zum Kapazitätsbelastungsausgleich anwenden,
- Verfahren der Maschinenbelegungsplanung in unterschiedlichen Anwendungskontexten anwenden,
- Aufgaben und Ziele der Produktionssteuerung erläutern.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Empfehlung: Selbststudium unter Verwendung der angegebenen Literatur zu den grundlegenden Konzepten oder Grundlagen der Produktionsplanung und -steuerung.

Literatur:

- CORSTEN, Hans; GÖSSINGER, Ralf: Produktionswirtschaft Einführung in das industrielle Produktionsmanagement. 14. Aufl. München, Wien: Oldenbourg, 2016.
- GÜNTHER, Hans-Otto; TEMPELMEIER, Horst: Produktion und Logistik: Supply Chain und Operations Management. 12. Aufl. Norderstedt: Books on Demand, 2016
- HANSMANN, Karl-Werner: Industrielles Management. 8. Aufl. München, Wien: Oldenbourg, 2006
- ZÄPFEL, Günther: Grundzüge des Produktions- und Logistikmanagements. 2. Aufl. München, Wien: Oldenbourg, 2001

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB368 - Venture Lab

Verantwortliche:	Jan-Paul Lüdtké
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB389 - Venture Lab
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Portfolio-Prüfung
Prüfungsdauer:	15 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	6 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	45 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	0 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	105 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Valena Maiwald

Studieninhalte:

Das Modul gliedert sich in einen wissensvermittelnden und einen anwendungsorientierten Teil.

Ergänzend dazu können die Studierende erweiterte Angebote in Anspruch nehmen, die fundiertes Wissen für eine angestrebte Gründung vermitteln.

Zu folgenden Themen wird Wissen vermittelt:

- Einführung in Entrepreneurship
- Entstehung innovativer Geschäftsideen
- Zielgruppendefinition und Persona-Methodik
- Value Proposition Design
- Validierung des Problem-Solution-Fits
- Rapid Prototyping
- Business Modell
- Markt und Wettbewerb
- Pitching

Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden befähigt, eigenständig und in Begleitung durch Gründungsberatung zu arbeiten und die obengenannten Themen in Teams auf die eigene Gründungsidee zu transferieren und auszuarbeiten.

Ergänzt wird dies durch sogenannte Toolboxes, die bei starker Gründungsmotivation besucht werden können. Themen sind dabei zum Beispiel:

- Kalkulation und Preisstrategie
- Startup-Finanzierung und Förderung
- Marketing und Vertrieb
- Rechtsformen und Steuer

Lernergebnisse:

Die Studierenden...

... werden für Entrepreneurship als Karriereweg und Karrierewerkzeug sensibilisiert.

...verstehen den Wert unternehmerischen Denkens in einer Welt, die von hoher Veränderungsgeschwindigkeit, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit geprägt ist.

...kennen Werkzeuge zur Identifikation von unternehmerischen Herausforderungen, geschäftlichen Opportunitäten oder bestehenden Problemen bei Zielgruppen.

...können unternehmerische Methoden für die Geschäftsmodellentwicklung identifizieren und anwenden.

...können mit Hilfe von Instrumenten der Lean-Startup-Methode eigene Gründungsvorhaben entsprechend von Zielgruppenbedürfnissen entwickeln, erproben und vor Kunden, Investoren und Partnern gewinnend vorstellen.

... arbeiten interdisziplinär zusammen und erschaffen innovative unternehmerische Vorhaben.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Zusammenhangswissen betriebswirtschaftlicher Grundlagen.

Literatur:

- Freiling, Jörg, Harima, Jan (2019): Entrepreneurship: Gründung und Skalierung von Startups, Gabler Verlag
- Fueglistaller, Urs et al. (2019): Entrepreneurship: Modelle - Umsetzung - Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, Gabler Verlag
- Hölzle/Tiberius/Surrey (2020): Perspektiven des Entrepreneurships: Unternehmerische Konzepte zwischen Theorie und Praxis
- Kailer/Weiß (2009): Gründungsmanagement kompakt, von der Idee zum Businessplan, Linde Verlag Wien
- Maurya, Ash (2012): Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works. Sebastopol/CA 2012
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2013) Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken/NJ
- Ries, Eric (2011): The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. New York/NY

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Smart Technology Bachelor of Science

- Technische Informatik Bachelor of Science
 - Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
 - Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science
-

◆ MB074 - Übg. Controlling

Verantwortliche:	Franziska Bönte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB120 - Übg. Controlling
Lernform:	Übung
Prüfungsform:	Abnahme
Prüfungsdauer:	20 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	15 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	135 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Franziska Bönte

Studieninhalte:

In der Übung werden die in der Vorlesung Controlling vermittelten Methoden anhand praxisüblicher Beispielfälle angewendet und vertieft. In Gruppen von maximal drei Studierenden sind drei bis vier Aufgaben unter Zuhilfenahme praxisüblicher Tabellenkalkulationssoftware zu lösen. Um die Praxisrelevanz hinsichtlich des Ausbildungszieles erster berufsqualifizierender Abschluss deutlich in den Vordergrund zu stellen, sind die Übungsaufgaben entweder mit anonymisierten Massendaten von kooperierenden Unternehmen oder mit Hilfe eines Simulationstools generierter Massendaten gestaltet.

Lernergebnisse:

Die Studierenden ...

- beherrschen die Methoden des operativen Controllings.
- sind in der Lage, operative Fragestellungen theorie- und rechnergestützt zu analysieren.
- können erarbeitete Problemlösungen empfängerorientiert aufbereiten und überzeugend präsentieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Voraussetzung ist der erfolgreiche Besuch des Moduls "Investition und Finanzierung".

Empfohlen werden Kenntnisse des internen Rechnungswesens.

Literatur:

- siehe Vorlesung Controlling

- BÖNTE, Franziska; RAUBACH, Ulrich; UHLIG, Christian: Aufgabentexte und vorbereitete Excel-Templates. Lfde. Jge.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science

◆ MB118 - Soft Skills

Verantwortliche:	Jan-Paul Lüdtkke
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB042 - Assistenz
Lernform:	Assistenz
Prüfungsform:	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Prüfungsdauer:	
ECTS:	3.0
Benotung:	Bestanden/nicht Bestanden
Turnus:	jedes Semester
Dauer (pro Termin):	3 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	22 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	68 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	90 Stunden
Lehrende:	Jan-Paul Lüdtkke

Teilleistung:	TB043 - Communication Skills
Lernform:	Workshop
Prüfungsform:	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Prüfungsdauer:	
ECTS:	2.0
Benotung:	Bestanden/nicht Bestanden
Turnus:	jedes Semester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	15 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	45 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	60 Stunden
Lehrende:	Anna-Magdalena Kölzer

Studieninhalte:

Communication Skills

Im Rahmen des Workshops werden die folgenden Inhalte behandelt:

- Selbstanalyse (Fragebogen) als Grundlage für Bewerbungen
- Rhetorik & Präsentation (Theorie und Praxis)
- Struktur und Aufbau von Bewerbungsunterlagen
- Bewerbungsprozess
- Interview (Theorie und Praxis)
- Assessment Center (Theorie)
- Persönlichkeitsfragebogen und Testverfahren (Intelligenz und Konzentration) (Praxis)
- Gruppenübungen (Praxis)

Assistenz

Im Rahmen der Assistenz werden die Studierenden von den Hochschullehrenden mit konkreten (Teil-)Projekten betraut. Diese können ein weites Spektrum umfassen. So sind z.B. die Durchführung kleinerer empirischer Umfragen oder auch die eigenständige Recherche und Ausarbeitung spezieller Fachinhalte denkbar. Ebenso in Betracht kommen die Durchführung von Tutorien oder Übungen. Die Assistenz ist selbständig zu bearbeiten und kann die Abstimmung mit anderen Studierenden erfordern.

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die Fähigkeit erworben, in Kooperation mit den Dozenten und Assistenten, ihr Wissen und ihre Erfahrungen aus früheren Veranstaltungen der Betriebswirtschaftslehre, Mathematik und Informatik an Studierende jüngerer Semester weiter zu geben. Mit zunehmender Dauer des Semesters verbinden die Studierenden Kenntnisse aus dem Workshop "Communication Skills" mit ihrer Assistenz Tätigkeit.

Die Studierenden verfügen nach dem Besuch des Workshops über folgende Kompetenzen:

- Besitz verbesserter persönlicher Soft Skills, wie sie für Studium oder Beruf erforderlich sind
- Sensibilität für menschliche Interaktionen und Betriebsprozesse
- Besitz erweiterter rhetorischer Fähigkeiten im Rahmen von Präsentationen, Vorträgen und Referaten sowie sozialer Kompetenz
- Kenntnis der Bedeutung von verbalen und nonverbalen Signalen für die eigene Kommunikation sowie die Fähigkeit, diese zu erkennen
- Fähigkeit zum angemessenen Verhalten bei Teamarbeit oder Projekten
- Fähigkeit zur Selbstdarstellung bei Bewerbungen, Interviews, Assessment-Centern.

Die Studierenden entwickeln im Rahmen der Assistenz unter Anleitung eines Hochschullehrers die Fähigkeiten ...

- fachspezifische Aufgabenstellungen zu analysieren
- problemspezifische Lösungen zu konzipieren und
- als Ergebnis begründet zu präsentieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Fachliche Inhalte der ersten vier Studiensemester

Literatur:

- ARNOLD, Frank:
Management von den besten lernen.
München: Hans Hauser Verlag, 2010
- APPELMANN, Björn:
Führen mit emotionaler Intelligenz.
Bielefeld: Bertelsmann Verlag, 2009
- BIERKENBIEHL, Vera F.:
Rhetorik, Redetraining für jeden Anlass. Besser reden, verhandeln, diskutieren.
12. Aufl. München: Ariston Verlag, 2010
- BOLLES, Nelson:
Durchstarten zum Traumjob. Das ultimative Handbuch für Ein-, Um- und Aufsteiger.
2. Aufl. Frankfurt/New York: Campus Verlag, 2009
- DUDENREDAKTION mit HUTH, Siegfried A.:
Reden halten - leicht gemacht. Ein Ratgeber.
Mannheim/Leipzig: Dudenverlag, 2007
- GRÜNING; Carolin; MIELKE; Gregor:
Präsentieren und Überzeugen. Das Kienbaum Trainingskonzept.
Freiburg: Haufe-Lexware Verlag, 2004
- HERTEL, Anita von:
Professionelle Konfliktlösung. Führen mit Mediationskompetenz.
Handelsblatt, Bd., 6, Kompetent managen.
Frankfurt: Campus Verlag, 2009
- HESSE, Jürgen; SCHRADER, Hans Christian:
Assessment-Center für Hochschulabsolventen.
5. Auflage, Eichborn: Eichborn Verlag, 2009

- MENTZEL, Wolfgang; GROTZFELD, Svenja; HAUB, Christine:
Mitarbeitergespräche.
Freiburg: Haufe-Lexware Verlag, 2009
- MORITZ, Andr; RIMBACH, Felix:
Soft Skills für Young Professional. Alles was Sie für ihre Karriere wissen
müssen.
2. Aufl. Offenbach: Gabal Verlag, 2008
- PERTL, Klaus N.:
Karrierefaktor Selbstmanagement. So erreichen Sie ihre Ziele.
Freiburg: Haufe-Verlag, 2005
- PORTNER, Jutta:
Besser verhandeln. Das Trainingsbuch.
Offenbach: Gabal Verlag, 2010
- PÜTTJER, Christian; SCHNIERDA, Uwe:
Assessment-Center. Training für Führungskräfte.
Frankfurt/New York: Campus Verlag, 2009
- PÜTTJER, Christian; SCHNIERDA, Uwe:
Das große Bewerbungshandbuch.
Frankfurt: Campus Verlag, 2010
- SCHULZ VON THUN, Friedemann; RUPPEL, Johannes; STRATMANN, Roswitha:
Miteinander Reden. Kommunikationspsychologie für Führungskräfte.
10. Auflage, Reinbek bei Hamburg: rororo, 2003

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Informatik Bachelor of Science
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Medieninformatik Bachelor of Science
- Smart Technology Bachelor of Science
- Technische Informatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science

◆ MB249 - Logistikmanagement

Verantwortliche:	Gunnar Harms
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB058 - Logistikmanagement
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	48 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	72 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Gunnar Harms

Studieninhalte:

Die Vorlesung "Logistikmanagement" bietet einen umfassenden Einblick in die Welt der Logistik, wobei sowohl Aspekte des Supply Chain Managements als auch der Intralogistik betrachtet werden. Ziel ist es, den Studierenden ein fundiertes Verständnis für logistische Prozesse und Strukturen zu vermitteln.

In der Einführung in das Logistikmanagement werden die grundlegenden Konzepte und Prinzipien erläutert, um den Studierenden einen Überblick über das breite Spektrum der Logistik zu geben. Im weiteren Verlauf der Vorlesung werden Strategien des Logistikmanagements behandelt, wobei ein besonderer Fokus auf dem strategischen Fit zwischen der Wettbewerbsstrategie eines Unternehmens und der Supply Chain Strategie liegt. Die Studierenden analysieren Unternehmensszenarien, um zu entscheiden, wie eine gegebene Wettbewerbsstrategie durch eine passende Supply Chain Strategie unterstützt werden kann. Ein wichtiger Aspekt ist der Bullwhip-Effekt, der die Verstärkung von Nachfrageunsicherheiten entlang der Lieferkette beschreibt und vielfältige ökonomische Auswirkungen hat. Die Studierenden lernen, den Bullwhip-Effekt zu erkennen und geeignete Maßnahmen zur Abmilderung zu identifizieren. Die Netzwerkplanung ist ein weiterer Schwerpunkt der Vorlesung. Hierbei geht es um die Gestaltung und Optimierung von logistischen Netzwerken, um einen effizienten Waren- und Informationsfluss innerhalb der Supply Chain sicherzustellen. Auch technische Systeme der Logistik werden behandelt, insbesondere Lager- und Fördertechnik, um Prozesse zu automatisieren und zu optimieren. Abschließend werden der Lagerbetrieb und der Güterumschlag thematisiert. Die Studierenden lernen verschiedene Lagerhaltungssysteme sowie Prozesse und Methoden zur effizienten Verwaltung und Bewegung von Waren innerhalb eines Lagers kennen. Die Vorlesung wird durch integrierte Übungen ergänzt, in denen die Studierenden ihr theoretisches Wissen in praktischen Anwendungen anwenden.

Durch Fallstudien in Gruppenarbeiten werden sie aktiv in den Lernprozess einbezogen und haben die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten in der Lösung realer logistischer Probleme zu entwickeln und zu verbessern.

Lernergebnisse:

Die Studenten können ...

- die Ziele und Aufgaben des Logistikmanagements erklären.
- die wesentlichen Managementprobleme einzelner Aufgabenbereiche des SCM benennen.
- den strategischen Fit zwischen Wettbewerbsstrategie und Supply Chain Strategie herstellen.
- das Phänomen des Bullwhip-Effekts erläutern. Sie können erklären, warum dieser Effekt entsteht und Handlungsempfehlungen aussprechen, damit die Auswirkungen dieses Effekts gemindert werden.
- verschiedene Methoden zur Standortwahl und zur strategischen Netzwerkplanung anwenden.
- die zur Gestaltung (insbesondere) intralogistischer Materialflüsse erforderlichen Förder- und Lagertechniken erklären und ihre Einsatzkriterien bewerten.
- die Aufgaben des Wareneingangs und der Lagerhaltung erklären, den Prozess der Lagerung skizzieren und verschiedene Lagerbetriebsstrategien anwenden.
- die Varianten verschiedener Kommissionierprinzipien und -techniken einordnen und Kommissioniersysteme anforderungsgerecht gestalten.
- einfache Heuristiken zur Wegeoptimierung in Regellagern im Rahmen des Kommissionierprozesses einsetzen.
- die verschiedenen Funktionen der Verpackung benennen, Ladungsträger voneinander abgrenzen sowie die Vor- und Nachteile der Bündelung von Packstücken zu Lade- und Transporteinheiten aufzählen.
- die Beladungsplanung ausgewählter Ladungsträger mit Hilfe einer N-Block-Heuristik vornehmen.
- Servicegrade und Beschaffungsmengen berechnen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Empfehlung: Selbststudium unter Verwendung der angegebenen Literatur zu den grundlegenden Konzepten oder Grundlagen des Logistikmanagements

Literatur:

- ARNOLD, Dieter; FURMANS, Kai: Materialfluss in Logistiksystemen. 5., erw. Aufl. Berlin, Heidelberg, New York: Springer, 2006
- CHOPRA, S.; MEINDL, P.: Supply Chain Management, 5., akt. Aufl., Hallbergmoos 2014
- CORSTEN, Hans; GÖSSINGER, Ralf: Einführung in das Supply Chain Management. 2., überarb. u. erw. Aufl. München: Oldenbourg, 2007
- EßIG, Michael; HOFMANN, Erik; Stölzle, Wolfgang: Supply Chain Management. München: Vahlen, 2013
- HELLINGRATH, Bernd; KUHN, Axel: Supply Chain Management Optimierte Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette. Berlin: Springer, 2013
- JÜNEMANN, Reinhardt; BEYER, Andreas: Steuerung von Materialfluss- und Logistiksystemen. Berlin u.a., 1998
- SCHULTE, Christof: Logistik - Wege zur Optimierung des Material- und Informationsflusses. 6. überarb. und erw. Aufl. München: Vahlen, 2012

- STADTLER, Harmut; KILGER, Christoph; MEYR, Herbert: Supply Chain Management und Advanced Planning Konzepte, Modelle und Software. Berlin: Springer, 2010
- TEMPELMEIER, Horst: Supply Chain Management und Produktion - Übung und Mini-Fallstudien. 3. überarb. und erw. Aufl. Norderstedt: Books on Demand, 2010
- WEBER, Jürgen; KUMMER, Sebastian: Logistikmanagement. 2. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 1998
- WERNER, Hartmut: Supply Chain Management Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 5. überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2013

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB257 - Auslandssemester

Verantwortliche:	Herlinde Breckwoldt
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB039 - Auslandssemester
Lernform:	Ausland
Prüfungsform:	Ausland
Prüfungsdauer:	
ECTS:	30,0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	jedes Semester
Dauer (pro Termin):	25 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	keine festgelegten Termine
Zeit in Veranstaltungen:	0 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	0 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	900 Stunden
Gesamtaufwand:	900 Stunden
Lehrende:	Herlinde Breckwoldt

Studieninhalte:

Für ein freiwilliges Auslandssemester ist der Umfang der zu leistenden ECTS-Punkte (bzw. der gleichwertige Umfang in lokalen Credits) in der jeweiligen Studienordnung vorgegeben. An der ausländischen Hochschule sind fachspezifische Kurse zu belegen, die mit dem in Wedel belegten Studiengang in ergänzendem Zusammenhang stehen. Das Studienprogramm wird vor der Abreise individuell mit dem International Office vereinbart.

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Auslandssemester besitzen die Studierenden ...

- fundierte Sprachkompetenzen in englischer, französischer oder spanischer Sprache.
- erweiterte Kenntnisse über die Kultur des Gastlandes.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Es wird empfohlen, mindestens eine der Sprachen zu beherrschen, die an der ausländischen Hochschule gesprochen wird.

Literatur:

Abhängig von der ausländischen Hochschule

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science

- E-Commerce Bachelor of Science
 - Informatik Bachelor of Science
 - IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science
 - IT-Management & Consulting Bachelor of Science
 - IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science
 - Marketing, Media & AI Bachelor of Science
 - Medieninformatik Bachelor of Science
 - Smart Technology Bachelor of Science
 - Technische Informatik Bachelor of Science
 - Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
 - Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science
-

◆ MB293 - Digital Product Management

Verantwortliche:	Atilla Wohllebe
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB284 - Digital Product Management
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	60 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Atilla Wohllebe

Studieninhalte:

- Einführung Digital Product Management
- Konzeption von Produkten
 - Erarbeitung einer Product Vision
 - Lösungsentwicklung im Rahmen der Product Discovery (Design Sprint)
 - Validierung von Produktideen am Markt
- Datengetriebene Produktentwicklung
 - Entwicklung und Weiterentwicklung von Produkten
 - Agile Arbeitsweisen (Scrum, Kanban)
 - Erhebung und Priorisierung von Anforderungen
 - DevOps - Grundlegende Gedanken und Methoden

Lernergebnisse:

Die Studierenden...

- verfügen über weitgehende Kenntnisse zum Management digitaler Produkte und Services, insbesondere mit Blick auf deren konzeptionelle (Weiter-) Entwicklung.
- sind in der Lage, mit Hilfe geeigneter Methoden eine Product Vision zu entwickeln und diese im Rahmen einer Product Discovery in konkrete Lösungsansätze zu übersetzen und zu validieren.
- verfügen außerdem über Kenntnisse agiler Arbeitsweisen und aktueller Vorgehensweisen in der Softwareentwicklung und können diese in den Kontext des Digital Product Managements einordnen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Keine

Literatur:

- Düsterbeck, F., Einemann, I. (2022). Product Ownership meistern - Produkte erfolgreich entwickeln. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Hoffmann, S. (2020). Digitales Produktmanagement: Methoden - Instrumente - Praxisbeispiele. Springer Gabler, Wiesbaden. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-30629-8>
- Kim, G., Humble, J., Debois, P., Willis, J., Forsgren, N. (2022). Das DevOps Handbuch - Teams, Tools und Infrastrukturen erfolgreich umgestalten. O'Reilly / dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Kittlaus, H., Clough, P. (2009). Software Product Management and Pricing - Key Success Factors for Software Organizations. Springer Berlin, Heidelberg. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-76987-3>
- Pranam, A. (2018). Product Management Essentials - Tools and Techniques for Becoming an Effective Technical Product Manager. Apress Berkeley, CA. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4842-3303-0>
- Wagenblatt, A. (2019). Software Product Management - Finding the Right Balance for YourProduct Inc.. Springer Cham. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-19871-8>

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Informatik Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Medieninformatik Bachelor of Science
- Smart Technology Bachelor of Science

◆ MB299 - Management von Produktionssystemen

Verantwortliche:	Gunnar Harms
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB291 - Management von Produktionssystemen
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	0 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	30 Stunden
Lehrende:	Gunnar Harms

Studieninhalte:

Das Modul *Management von Produktionssystemen* vermittelt ein integriertes, strategisch-taktisches Verständnis der Gestaltung industrieller Produktionssysteme unter Unsicherheit. Im Mittelpunkt stehen langfristig wirksame Struktur-, Konfigurations- und Kapazitätsentscheidungen, die Leistungsfähigkeit, Anpassungsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit von Produktionssystemen bestimmen.

Ausgangspunkt ist die Einordnung globaler Produktionssysteme in ein dynamisches Umfeld, das durch Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität (VUCA) sowie nichtlineare Systemwirkungen (BANI) geprägt ist. Megatrends, globale Produktionsnetzwerke und zentrale Einflussfaktoren industrieller Wertschöpfung werden als strukturelle Rahmenbedingungen analysiert. Produktionssysteme werden dabei als eingebettete sozio-technische Systeme verstanden, deren Gestaltung sowohl strategische Netzwerkentscheidungen als auch werkbezogene Strukturentscheidungen umfasst.

Vor diesem Hintergrund wird die Wandlungsfähigkeit von Produktionssystemen als zentrale Zielgröße entwickelt. Resilienz, Flexibilität und strukturelle Anpassungsfähigkeit werden konzeptionell abgegrenzt. Wandlungstreiber, Rezeptoren, Wandlungsbefähiger und -hemmnisse werden systematisch untersucht. Einen analytischen Schwerpunkt bilden die ökonomische Dimensionierung von Wandlungsfähigkeit sowie der Einsatz von Entscheidungsunterstützungssystemen.

Darauf aufbauend werden Produktionsstrategien im Mehrebenenmodell (Netzwerk-, Unternehmens- und Werkzeugebene) behandelt. Outsourcing als Systemgrenzenentscheidung, internationale Verlagerungsstrategien, Mass Customization sowie Lean Production werden als strategische Gestaltungsoptionen eingeordnet. Ganzheitliche Produktionssysteme (GPS) werden als integrierte Ordnungsrahmen verstanden, die Ziele, Prinzipien, Methoden und Werkzeuge konsistent miteinander verknüpfen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Kapazitätsdimensionierung wandlungsfähiger Produktionssysteme. Betriebsmittel- und Personalkapazitäten

werden unter Sicherheit und Unsicherheit geplant. Sequenzielle Entscheidungsprobleme werden mithilfe von Entscheidungsbäumen modelliert und mittels Roll-Back-Verfahren bewertet. Die Overall Equipment Effectiveness (OEE) dient dabei als mikroökonomischer Effizienzindikator.

Im Bereich der Produktionssegmentierung und Layoutgestaltung werden unterschiedliche Strukturformen vergleichend analysiert. Die Bildung von Segmenten, die Gestaltung von Materialflüssen sowie die Abwägung zwischen Effizienz- und Flexibilitätszielen stehen im Mittelpunkt.

Darauf aufbauend werden Fließproduktionssysteme konfiguriert. Organisationstypen der Produktion werden verglichen und das Simple Assembly Line Balancing Problem (SALBP) formal modelliert. Neben exakten Lösungsverfahren (binäre lineare Optimierung, Branch-and-Bound) werden heuristische Ansätze behandelt. Die Konfiguration bei Variantenfertigung (Mixed-Model-Ansätze, Aggregationsmodelle) erweitert das Grundmodell um realitätsnahe Komplexität.

Abschließend wird die Konfiguration von Produktionsinseln behandelt. Produktionsinseln werden als strukturelle Antwort auf flexibilitätsorientierte Strategien eingeordnet und von flexiblen Fertigungssystemen abgegrenzt. Heuristische Verfahren (binäre Sortierung, Verfahren von Askin & Standridge) sowie exakte lineare Optimierungsmodelle zur Inselbildung werden entwickelt, interpretiert und bewertet.

Das Modul verbindet strategische Einordnung, strukturelle Gestaltung und quantitative Modellierung. Ziel ist es, Produktionssysteme als integrale Architekturentscheidungen unter Unsicherheit zu verstehen und fundiert zu gestalten.

Lernergebnisse:

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

Strategische und analytische Kompetenzen

- Produktionssysteme in volatile und unsichere globale Rahmenbedingungen einzuordnen;
- strukturelle Auswirkungen von Megatrends, globalen Produktionsnetzwerken und systemischen Risiken zu analysieren;
- Resilienz, Flexibilität und Wandlungsfähigkeit konzeptionell zu unterscheiden und strategisch zu bewerten;
- Produktionsstrategien auf Netzwerk-, Unternehmens- und Werkebene systematisch zu interpretieren.

Gestaltungs- und Konfigurationskompetenzen

- wandlungsfähige Produktionssysteme zielgerichtet zu konzipieren;
- Kapazitätsentscheidungen unter Sicherheit und Unsicherheit herzuleiten und zu begründen;
- Zielkonflikte zwischen Effizienz, Flexibilität und Robustheit strukturiert zu bewerten;
- geeignete Strukturformen (Fließproduktion, Produktionsinseln, alternative Organisationsformen) kontextabhängig auszuwählen und zu begründen;
- strukturelle Auswirkungen von Variantenvielfalt im Produktionssystem zu analysieren und zu beherrschen.

Quantitative Methodenkompetenzen

- das Simple Assembly Line Balancing Problem (SALBP) als binäres lineares Optimierungsmodell zu formulieren;
- Vorranggraphen zu interpretieren und Arbeitsgänge unter Taktzeitrestriktionen zuzuordnen;
- Branch-and-Bound-Verfahren sowie heuristische Prioritätsregeln anzuwenden;
- Aggregationsmodelle für Variantenfließfertigung zu entwickeln und zu bewerten;
- heuristische und exakte Optimierungsansätze zur Bildung von Produktionsinseln anzuwenden und zu interpretieren;
- sequenzielle Kapazitätsentscheidungen mithilfe von Entscheidungsbaumverfahren zu modellieren und zu bewerten.

Bewertungs- und Reflexionskompetenzen

- Strukturentscheidungen hinsichtlich Kapitalbindung, Komplexität und Risiko kritisch zu beurteilen;
- Pooling-Effekte, Segmentierungsentscheidungen und Kapazitätsallokationen ökonomisch zu bewerten;
- Modellannahmen (z. B. deterministische Bearbeitungszeiten) kritisch zu hinterfragen und deren praktische Tragfähigkeit einzuordnen;
- Produktionssysteme als strategischen Wettbewerbsfaktor argumentativ fundiert zu reflektieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Empfehlung: Selbststudium unter Verwendung der angegebenen Literatur zu den grundlegenden Konzepten oder Grundlagen des Managements von Produktionssystemen.

Literatur:

- Domschke, W.; Scholl, A.; Voß, S.: Produktionsplanung, 2., überarb. und erw. Aufl., u.a. Berlin/Heidelberg/New York 1997
- Günther, H.-Otto; Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik: Supply Chain und Operations Management, 12. Aufl., Norderstedt 2016
- Voigt, K.: Industrielles Management: Industriebetriebslehre aus prozessorientierter Sicht, Berlin/Heidelberg 2008
- Westkämper, E.; Löffler, C.: Strategien der Produktion, Technologien, Konzepte und Wege in die Praxis, Berlin/Heidelberg 2016
- Zäpfel, G.: Taktisches Produktionsmanagement, 2., unwesentlich veränderte Auflage, München/Wien 2000
- Zäpfel, G.: Strategisches Produktionsmanagement, 2. Aufl., München/Wien 2000

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB300 - Einkauf und Supply Management

Verantwortliche:	Gunnar Harms
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB292 - Einkauf und Supply Management
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	60 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	60 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Gunnar Harms

Studieninhalte:

Die Veranstaltung "Einkauf & Supply Management" bietet eine Einführung in die Analyse und Optimierung von Beschaffungsobjekten, -prozessen und -strukturen. Mit einem klaren Fokus auf das strategische Einkauf & Supply Management werden sowohl klassische als auch zeitgemäße Themen behandelt, um den Studierenden ein ganzheitliches Verständnis zu vermitteln.

Die Kurzgliederung der Vorlesung gibt einen umfassenden Überblick über die verschiedenen Inhalte. Beginnend mit einer Einführung in das Thema, werden Schwerpunkte gesetzt auf Bereiche wie Beschaffungsmarktforschung, um ein fundiertes Verständnis für die Dynamik und Trends des Beschaffungsmarktes zu entwickeln. Darüber hinaus werden Themen wie die Analyse von Beschaffungsobjekten, Outsourcing-Strategien und die Entwicklung effektiver Supply- und Beschaffungsstrategien behandelt, um den Studierenden Werkzeuge zur Optimierung der Beschaffungspraxis an die Hand zu geben.

Besondere Aufmerksamkeit wird auch Themen wie dem Strategischen Kostenmanagement gewidmet, um die Studierenden darauf vorzubereiten, Kostenstrukturen zu analysieren und effektive Kostenreduktionsstrategien zu entwickeln. Die Organisation des Einkaufs sowie die Auswahl und Pflege von Lieferantenbeziehungen spielen ebenfalls eine zentrale Rolle, um eine effiziente und zuverlässige Beschaffung sicherzustellen.

Darüber hinaus wird dem Supplier-Relationship-Management ein besonderer Schwerpunkt gewidmet, um den Studierenden die Bedeutung einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Lieferanten zu verdeutlichen und Strategien zur Optimierung dieser Beziehungen zu entwickeln.

Insgesamt bietet die Veranstaltung "Einkauf & Supply Management" den Studierenden ein breites Spektrum an Kenntnissen und Fähigkeiten, um sie auf die Herausforderungen einer dynamischen Beschaffungsumgebung vorzubereiten und sie auf erfolgreiche Karrieren im Bereich des Einkaufs und Supply Managements vorzubereiten.

Lernergebnisse:

In der Vorlesung 'Einkaufs- und Supply Management' erlangen die Studierenden umfassende Qualifikationen in verschiedenen Bereichen dieses Fachgebiets:

1. Einführung:
 - Definition und historische Entwicklung des Beschaffungsbegriffs
 - Die Bedeutung der Beschaffung für den Unternehmenserfolg und die erforderlichen fachlichen Kompetenzen eines Einkaufsspezialisten
 - Ziele und Aufgaben des Einkaufs- und Supply Managements (ESM)
2. Beschaffungsmarktforschung:
 - Charakterisierung von Beschaffungsmärkten und die Rolle der Beschaffungsmarktforschung
 - Der Prozess der Beschaffungsmarktforschung und seine wesentlichen Elemente
3. Bedarfsplanung, -ermittlung & -strukturierung:
 - Beschreibung des Beschaffungsplanungsprozesses und des Bedarfsbegriffs
 - Informationsquellen und Restriktionen in der Bedarfsplanung
 - Methoden zur Bedarfsermittlung und -strukturierung sowie Kategorisierung von Beschaffungsobjekten und Nummerungssystemen
4. Beschaffungsobjektstrukturanalyse und -planung:
 - Analyse und Planung von Beschaffungsobjektstrukturen
 - Anwendung der Spend-Cube-Methode, ABC- und XYZ-Analyse
 - Typische Probleme und Maßnahmen zur Optimierung der Beschaffungsobjektstruktur
5. Outsourcing:
 - Erklärung des Outsourcing-Begriffs und seiner Motive im Einkaufskontext
 - Risiken und Prozess des Outsourcings
 - Anwendung der Nutzwertanalyse zur Entscheidungsfindung und Identifikation von Erfolgsfaktoren
6. Supply- bzw. Beschaffungsstrategien:
 - Entwicklung von Beschaffungsstrategien zur Unterstützung der Unternehmenswettbewerbsstrategie
 - Anwendung der Einkaufsportfolio-Analyse nach Kraljic und Vorstellung verschiedener Sourcing-Konzepte
 - Formulierung grundlegender, nachhaltiger Beschaffungsstrategien
7. Strategisches Kostenmanagement:
 - Bedeutung der Preisstrukturanalyse für die Beschaffung und Auswirkungen auf die Gewinnspanne
 - Anwendung des Erfahrungskurvenkonzepts und Schwachstellenidentifikation
8. Einkaufsorganisation:
 - Vor- und Nachteile organisatorischer Regelungen im Einkauf
 - Charakterisierung grundlegender Organisationsformen und deren Integration im Unternehmen
 - Unterscheidung zwischen Projekt- und Serieneinkauf sowie Einführung in hybride Organisationsformen und Einkaufskooperationen
9. Lieferantenauswahl:
 - Bedeutung und Aufgaben des Lieferantenmanagements
 - Erklärung des Lieferantenauswahlprozesses und Anwendung von Auswahlmethoden
 - Umsetzung des Lieferantenbewertungsprozesses zur Sicherstellung der Lieferantenqualität
10. Vertragsmanagement:

- Zielsetzung, Aufgaben und Prozesse des Vertragsmanagements im Einkauf
- Typische Vertragstypen und ihre Laufzeiten sowie spezifische Preisvereinbarungen in langfristigen Verträgen"

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Empfehlung: Selbststudium unter Verwendung der angegebenen Literatur zu den grundlegenden Konzepten oder Grundlagen des Einkauf und Supply Managements.

Literatur:

- Arnolds, H.; Heege, F.; Röh, C.; Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf, 13. Aufl., Wiesbaden 2016
- Bräkling, E.; Oldtmann, K.: Power in Procurement, Wiesbaden 2012
- Heß, G.: Supply-Strategien in Einkauf und Beschaffung, 2 Aufl., Wiesbaden 2010
- Hofbauer, G.; Mashhour, T.; Fischer, M.: Lieferantenmanagement. Die wertorientierte Gestaltung der Lieferbeziehung, 3. voll. akt. und erw. Aufl., Berlin 2016
- Janker, C. G. - Multivariate Lieferantenbewertung, 2. Aufl. Wiesbaden 2008
- Large, R.: strategisches Beschaffungsmanagement, 4. Aufl., Wiesbaden 2009
- Lorenzen, K. D., Krokowski, W.: Einkauf, 2. Aufl., Wiesbaden 2023
- Melzer-Ridinger, R.: Materialwirtschaft und Einkauf, München 2008
- Schuh, G.: Einkaufsmanagement, Handbuch Produktion und Management 7, 2. Aufl., Berlin/Heidelberg 2014
- Wannenwetsch, H.: Erfolgreiche Verhandlungsführung in Einkauf und Logistik, 3.Auflage, Heidelberg 2009
- und diverse mehr

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB337 - Customer Relationship Management

Verantwortliche:	Atilla Wohllebe
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	None

Bestandteile:

Teilleistung:	TB331 - Customer Relationship Management
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Präsentation / Referat
Prüfungsdauer:	60 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Atilla Wohllebe

Studieninhalte:

- Einführungskonzepte
- Beziehungsmarketing & Kundenbindung
- CRM-Strategien & Zielgruppensegmentierung
- Operatives CRM I: Vertrieb & Marketing
- Operatives CRM II: Service und Kundeninteraktion
- Analytisches CRM I: Datenquellen & Integration
- Analytisches CRM II: Kundenanalyse & Segmentierung
- Kommunikatives CRM & Personalisierung
- CRM-Systeme & Technologie
- CRM-Prozesse & Customer Journey Mapping

Lernergebnisse:

- Die Studierenden kennen die Konzepte und strategischen Ziele des Customer Relationship Managements.
- Die Studierenden verstehen die Bedeutung eines kundenorientierten Ansatzes für den Unternehmenserfolg.
- Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende CRM-Strategien zu entwickeln und den Einsatz von CRM-Systemen zu beurteilen.
- Die Studierenden verstehen den Einsatz von Daten zur Personalisierung und Optimierung von Kundenbeziehungen.
- Die Studierenden sind in der Lage, Herausforderungen bei der Implementierung und Pflege von CRM-Systemen zu erkennen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Interesse an Fragestellungen des CRM sowie grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich Marketing.

Literatur:

- Alt, R., Reinhold, O. (2024). Social CRM. In: Zerres, C. (eds) Handbuch Social-Media-Marketing. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-45784-6_16
- Altenhofen (2022). Das kundenorientierte CRM-Mindset: Wie profitable Kundenbeziehungen entstehen – so bringen Sie Prozesse, Menschen und Technologie auf Erfolgskurs. Springer Gabler.
- Gronwald, KD. (2025). CRM. In: Integrierte Business-Informationssysteme. Springer Vieweg, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-71017-3_5
- Hannig (2021). Marketing und Sales Automation - Grundlagen - Umsetzung - Anwendungen. Springer Gabler.
- Helm et al. (2017). Kundenwert - Grundlagen - Innovative Konzepte - Praktische Umsetzungen. Springer Gabler.
- Helmke et al. (2014). Effektives Customer Relationship Management: Instrumente - Einführungskonzepte - Organisation. Springer Gabler.
- Sabine Kirchem, Martin Stadelmann, Mario Pufahl, David Laux (2025). CRM Goes Digital. Springer Wiesbaden.
- Solberg Söilen, K. (2024). Social CRM. In: Digital Marketing. Springer Texts in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-69518-6_22
- Rashedi & Mauer (2023). Customer-Data-Plattformen: Grundlagen, Systeme, Implementierung und Prozesse. Springer Gabler.

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Medieninformatik Bachelor of Science

◆ MB342 - Data Analytics in Business

Verantwortliche:	Franziska Bönte
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB336 - Data Analytics in Business
Lernform:	Workshop
Prüfungsform:	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Prüfungsdauer:	30 Min.
ECTS:	10,0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Wintersemester
Dauer (pro Termin):	8 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	60 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	100 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	100 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	40 Stunden
Gesamtaufwand:	300 Stunden
Lehrende:	Franziska Bönte

Studieninhalte:

Die Veranstaltung besteht aus zwei Teilen. Zuerst werden die erforderlichen theoretischen Grundlagen gelegt. Anschließend erfolgt eine Einführung in eines der üblichen BI-Tools (z.B. Microsoft Power BI Desktop). Schließlich wird dem Workshop Charakter des Moduls Rechnung getragen und die Studierende erstellen eigenständig ein interaktives Dashboard.

Teil 1: Theoretische Basis

- Einführung in Data Analytics und BI
- Datenbeschaffung und Datenvorbereitung
- Datenanalyse
- BI Tools und andere Werkzeuge
- Data Visualization
- Ethik und Datenschutz
- Zukunftstrends und Entwicklungen

Teil 2: Einführung in die Datenanalyse mit R

- Daten einlesen
- Deskriptive Analyse
- Lineare Regression
- Varianzanalyse
- Clusteranalyse

Teil 3: Fallstudie

Lernergebnisse:

Sicherer Umgang mit klassischen Anwendungen zur Visualisierung von Ergebnissen und Entwicklungen sind das oberste Ziel dieses Moduls. Die Studenten können nach Abschluss des Moduls Daten aus unterschiedlichsten Quellen - von selbst erhobenen Umfragen über unternehmensinterne Daten bis hin

zu Informationen aus dem Internet – erheben, sinnvoll auswerten und adressatengerecht präsentieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Grundsätzlich sind Kenntnisse des Controlling, Office Anwendungen und erste Programmierkenntnisse hilfreich.

Literatur:

- Airinei, Dinu; Homocianu, Daniel: Data Visualization in Business Intelligence; 2020
- Charles, Vincent (Hrsg.); Garg, Pratibha (Hrsg.): Data analytics and business intelligence : computational frameworks, practices, and applications; 2023
- Fischer, Felix Bernhard; Burger, Anton; Gehling, Benedikt: Aktuelle Herausforderungen bei der Implementierung von Self-Service Business Intelligence; 2023; erschienen in HMD : Praxis der Wirtschaftsinformatik 60 (2023) 6, S. 1277-1288
- Hilbig, Heino: Bessere Strategieentscheidungen in Sales, Marketing & Co; 2023
- Kemper, Hans-Georg; Bahrs, Henning, Mehanna, Walid: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen; 3. Aufl.; 2010
- Kunnathuvalappil Hariharan, Naveen : Data Sources for Business Intelligence; 2021
- Luhn, H. P.: A Business Intelligence System, in *IBM Journal of Research and Development*, vol. 2, no. 4, pp. 314-319, Oct. 1958
- Miller, Romaine; Fang, Alex: Business Intelligence Leveraging Regression Models, Artificial Intelligence, Business Intelligence and Strategy, 2023
- Schön, Dietmar: Planning and Reporting in BI-supported Controlling : Fundamentals, Business Intelligence, Mobile BI, Big Data Analytics and AI; 2023
- Sharma, Seema; Dashora, Jyoti; Saxena, Karunesh: Application of Business Intelligence Solutions for Human Resource Analytics in the Context of Industry 4.0; 2021
- Skyrius, Rimvydas: Business Intelligence : A Comprehensive Approach to Information Needs, Technologies and Culture; 2021
- Teittinen, Henri; Bovellan, Valtteri: Challenges in the adoption of business intelligence and analytics : a case study from the perspective of analytical capabilities; 2023; erschienen in: Nordic journal of business : NJB 72 (2023) 3, S. 143-163
- Thesmann, Stephan; Burkard, Werner : Business Intelligence; 2023; erschienen in Das Wirtschaftsstudium : wisu ; Zeitschrift für Ausbildung, Prüfung, Berufseinstieg und Fortbildung. - Düsseldorf : Lange, ISSN 0340-3084, ZDB-ID 120284-4. - Bd. 52.2023, 11, S. 1104-1110

· Wu, Desheng Dang; Härdle, Wolfgang Karl: Service Data Analytics and Business Intelligence; 2020

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB140 - BWL-Projekt

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB046 - Projektmanagement
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	60 Min.
ECTS:	2.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	15 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	45 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	60 Stunden
Lehrende:	Gerrit Remané

Teilleistung:	TB140 - BWL-Projekt
Lernform:	Projektarbeit
Prüfungsform:	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Prüfungsdauer:	
ECTS:	8.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	keine festgelegten Termine
Zeit in Veranstaltungen:	0 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	0 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	240 Stunden
Gesamtaufwand:	240 Stunden
Lehrende:	Thorsten Giersch

Studieninhalte:

Schwerpunkt des Moduls ist die Bearbeitung eines unternehmensnahen Projektes. Projekte werden in Zusammenarbeit mit Unternehmen entwickelt und in Abstimmung mit dem beauftragenden Unternehmen bearbeitet. Hierdurch wird das Erleben echter Praxiserfahrungen in einem studentischen Projektteam möglich. Begleitet wird die Projektarbeit durch die Lehrveranstaltung "Projektmanagement".

Ziel ist es, dass die Studierenden im Team umfangreiche Problemstellungen strukturieren und arbeitsteilig und unter Nutzung eines an der Veranstaltung "Projektmanagement" orientierten Leitfadens Teilprobleme lösen können. Dies beinhaltet auch die Fähigkeit, sich im Team zu koordinieren und Arbeitsergebnisse vor Entscheidungsträgern in Unternehmen zu präsentieren.

Die Bearbeitung des Projektes orientiert sich an den grundlegenden Phasen des klassischen Projektmanagements. Neben der eigentlichen Bearbeitung der Aufgabenstellung des Projekts werden alle Maßnahmen eines geordneten Projektmanagements durchgeführt und dokumentiert. Das betreuende Unternehmen und/oder ein Hochschullehrkraft übernimmt dabei die Rolle des Lenkungsausschusses. Die zu bearbeitenden Projektthemen können aus unterschiedlichen Bereichen der BWL kommen, z.B. Research (Markt- und Wettbewerbsanalyse), Strategie und Start-up (Geschäftsmodelle), Produktion (Prozessanalyse, Controlling) oder Marketing (Branding, Marktforschung, SEO).

Ablauf:

- **Projektdefinition:**
Im Rahmen eines Kick-off Meetings stimmen Sie mit Ihrem Lenkungsausschuss die Inhalte Ihres Projekts ab. Auf Basis der Ergebnisse erstellen Sie einen Projektauftrag (Project Charter), der vom Betreuer zu genehmigen ist.
- **Projektplanung:**
Festlegung von Projektorganisation und Projektstrukturplan
- **Projektsteuerung:**
In dieser Phase bearbeiten Sie Ihre Projektaufgabe anhand der von Ihnen erstellten Planung. Dem Projektleiter obliegt die Kontrolle des Projektablaufs.

Hierzu ist ein geeignetes Reporting hinsichtlich Arbeitsfortschritt und Termineinhaltung einzurichten. Der aktuelle Stand des Projekts ist in einem Statusreport regelmäßig (das Zeitintervall ist mit dem Lenkungsausschuss abzustimmen, z.B. alle 2 Wochen) an den Lenkungsausschuss zu kommunizieren.

- **Projektabschluss:**

Nach erfolgreicher Bearbeitung Ihres Projekts erstellen Sie einen Projektabschlussbericht und bereiten eine Abschlusspräsentation vor, die Sie vor dem Lenkungsausschuss halten.

Begleitende Lehrveranstaltung Projektmanagement

Wiederkehrende Aufgaben zunehmend automatisiert. Einmalige Tätigkeiten hingegen lassen sich schwierig automatisieren und werden daher in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen. Diese einmaligen, temporären Aufgaben sind per Definition Projekte; nicht zuletzt aufgrund dieses Umstandes wird Projektmanagement eine der wichtigsten Fähigkeiten für eine erfolgreiche Karriere im 21. Jahrhundert.

Wie schwierig Projektmanagement in der Praxis ist, wird dadurch ersichtlich, dass viele Projekten ihre Ziele verfehlen. Auch wenn die Gründe hierfür im Einzelfall sehr unterschiedlich sein mögen, lassen diese sich doch in zwei breite Gruppen unterteilen. Zur ersten Gruppe zählen fehlende Projektmanagement-Kompetenzen wie Auswahl der Projektmethodik, Projektplanung oder Risikokontrolle. Zur zweiten Gruppe zählen ungenügende Soft Skills, um alle beteiligten Stakeholder zu managen, wie beispielsweise Motivation, Konfliktlösung oder Veränderungsmanagement.

Zielsetzung der Veranstaltung Projektmanagement ist die Entwicklung wesentlicher Grundlagen in beiden Bereichen: Grundlegende Projektmanagementfähigkeiten (im engeren Sinne) sowie notwendige Softskills eines Projektleiters.

Kurzgliederung:

- Einführung in Projektmanagement
- Projektphasen (Initiierung, Planung, Durchführung, Abschluss)
- Soft Skills (Motivation, Veränderungsmanagement, Feedback, ...)
- Spezifische Ansätze (Wasserfall, Agil, Großprojekte, ...)

Lernergebnisse:

Praxisprojekt:

Die Studierenden sind in der Lage, ...

- im Team umfangreiche Problemstellungen zu strukturieren,
- arbeitsteilig - unter Nutzung eines am Projektmanagement orientierten Leitfadens - Teilprobleme zu lösen,
- sich im Team zu koordinieren und
- Arbeitsergebnisse vor Entscheidungsträgern in Unternehmen oder der Hochschule zu präsentieren.

Begleitende Lehrveranstaltung:

- Sie verstehen die spezifischen Charakteristika und Herausforderungen von Projekten (z.B. im Unterschied zu Prozessen)
- Sie können die wichtigsten Projektmanagement-Tools je Projektphase anwenden (Initiierung, Planung, Durchführung, Abschluss)
- Sie können wesentliche Konzepte und Methoden anwenden, um Mensch-bezogene Herausforderungen im Projektumfeld zu analysieren und zu lösen (z.B. Motivation, Feedback, Veränderung)
- Sie können geeignete Projektmanagement-Ansätze (Wasserfall vs. Agil) je nach Projekttyp auswählen

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Teilnehmende sollten gefestigte Grundlagen in Betriebswirtschaft aufweisen und sich mit den Grundgedanken des Projektmanagements bereits vertraut gemacht haben bzw. vertraut machen.

Literatur:

- Verzuh: The Fast Forward MBA in Project Management, Fifth Edition, New Jersey, 2016
- Wysocki: Effective Project Management - Traditional, Agile, Extreme, Seventh Edition, Indianapolis, 2014
- PMI: A Guide to the Project Management Body of Knowledge (Pmbok Guide), Sixth Edition, Newton Square, 2017

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science

◆ MB214 - Prüfungswesen und Praxisworkshops IT-Audit

Verantwortliche:	Stefan Christoph Weber
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB135 – Prüfungswesen und Praxisworkshops IT-Audit
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	0 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	30 Stunden
Lehrende:	Stefan Christoph Weber

Studieninhalte:

Erster Teil: Berufsstand des Wirtschaftsprüfers

- Grundlegendes
 - Historische Entwicklung
 - Normenquellen und -kategorien
 - Berufsbild
 - Aufgaben
- Berufszugang
- Standesorganisation
 - Wirtschaftsprüferkammer (WPK)
 - Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. (IDW)
 - Internationale Organisationen
- Berufspflichten
 - Allgemeine Berufspflichten
 - Besondere Berufspflichten
- Qualitätssicherung und -kontrolle

Zweiter Teil: Grundlagen der Abschlussprüfung

- Abschlussprüfer als Element der Corporate Governance
 - Systematisierung der Corporate Governance
 - Interne Corporate Governance
 - Externe Corporate Governance
- Abschlussprüfer als Gegenstand der doppelstufigen Principal-Agent-Theorie
- Prüfungssubjekte
- Prüfungsobjekte
 - Grundlegendes
 - Gegenstand und Umfang der Abschlussprüfung
- Wahl, Bestellung und Beauftragung des Abschlussprüfers
 - Wahl und Bestellung des Abschlussprüfers
 - Ausschlussgründe als Abschlussprüfer
 - Beauftragung des Abschlussprüfers

- Pflichten der gesetzlichen Vertreter im Rahmen der Abschlussprüfung
- Pflichten des Abschlussprüfers im Rahmen der Abschlussprüfung
 - Allgemeine Pflichten
 - Haftung
 - Pflichten bei freiwilligen Prüfungen
- Abschlussprüfung, -billigung und -feststellung

Dritter Teil: Prozess der Abschlussprüfung

- Überblick
- Rahmenbedingungen
 - Ziel der Abschlussprüfung
 - Ausrichtung der Abschlussprüfung
 - Risikoorientierter Prüfungsansatz
 - Grundsatz der Wesentlichkeit
- Prüfungsplanung
 - Grundlegendes
 - Auftragspezifische Planung
 - Gesamtplanung aller Aufträge
- Prüfungsdurchführung
 - Grundlegendes
 - Prüfungsnachweise
 - Prüfungshandlungen
- Urteilsbildung
 - Bildung von Urteilen über Einzelsachverhalte
 - Aggregation der Einzelurteile zu einem Gesamturteil
- Berichterstattung
 - Bestätigungsvermerk
 - Prüfungsbericht
 - Weitere Berichterstattungsinstrumente

Vierter Teil: Praxisworkshops in Form von Fallstudien und Rollenspielen zu ausgewählten, praxisrelevanten Aspekten der (Konzern-)Abschlussprüfung unter besonderer Berücksichtigung von IT-Aspekten

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ...

- die Charakteristika des Berufsstands des Wirtschaftsprüfers zu analysieren.
- die Corporate Governance in der deutschen (Publikums)Aktiengesellschaft und ihre Elemente unter besonderer Berücksichtigung des Abschlussprüfers abzuleiten und zu beurteilen.
- den Abschlussprüfer in die doppelstufige Principal-Agent-Theorie einzuordnen und eine Typisierung von den Abschlussprüfer betreffenden Principal-Agent-Konflikten abzuleiten.
- ein systematisches Verständnis für die normativen Rahmenbedingungen der (Konzern-)Abschlussprüfung und der dabei involvierten Parteien zu entwickeln.
- den Prozess der (Konzern-)Abschlussprüfung (Prüfungsplanung, Prüfungsdurchführung, Urteilsbildung, Berichterstattung) vor dem Hintergrund des Ziels und der Ausrichtung der (Konzern-)Abschlussprüfung, des risikoorientierten Prüfungsansatzes und dem Grundsatz der Wesentlichkeit abzuleiten und zu analysieren.

- Lösungsansätze für praktische Problemstellungen im Rahmen von Praxisworkshops in Form von Fallstudien und Rollenspielen zu ausgewählten Aspekten der (Konzern-)Abschlussprüfung (u. a. zu den Bereichen Risikoidentifikation im Rahmen der Prüfungsplanung, Systemprüfung IT-General Controls, Anwendung des risikoorientierten Prüfungsansatzes auf ausgewählte Prüffelder / Geschäftsprozesse) zu entwickeln und zu begründen.
- praxisrelevante IT-Tools insbesondere zur Analyse von Massendaten und des Internen Kontrollsystems im Rahmen von Praxisworkshops anzuwenden und zu analysieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Das Modul "Prüfungswesen" baut auf die in den Modulen "Rechnungswesen" sowie "Integrierte Berichterstattung & Konzernrechnungslegung" erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf.

Literatur:

- FREIDANK, Carl-Christian: Erfolgreiche Führung und Überwachung von Unternehmen. Konzepte und praktische Anwendungen von Corporate Governance und Reporting, Wiesbaden 2019.
- FREIDANK, Carl-Christian; VELTE, Patrick; WEBER, Stefan Christoph: The Auditor as an Element of in- and external Corporate Governance. Theoretical Findings in the German Two Tier System, in: Corporate Ownership & Control, Vol. 7 (2009), S. 168-172.
- GRAUMANN, Mathias: Wirtschaftliches Prüfungswesen. 7. Aufl., Herne/Berlin 2023.
- MARTEN, Kai-Uwe et al.: Wirtschaftsprüfung. Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und internationalen Normen. 6. Aufl., Stuttgart 2020.
- VELTE, Patrick; WEBER, Stefan Christoph: Corporate Governance in Publikumsgesellschaften, in: WISU, 40. Jg. (2011a), S. 1087-1090.
- VELTE, Patrick; WEBER, Stefan Christoph: Agency-theoretische Betrachtungen zur Gehilfen- und Gatekeeper-Funktion des Abschlussprüfers sowie potentielle Zielkonflikte, in: BFuP, 63. Jg. (2011b), S. 223-239.
- WEBER, Stefan Christoph: Externes Corporate Governance Reporting börsennotierter Publikumsgesellschaften. Konzeptionelle Vorschläge zur Weiterentwicklung der extern orientierten Berichterstattung, Wiesbaden 2011.

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science

◆ MB281 - Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB273 – Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Alexander Fischer

Studieninhalte:

Marketingmanagementprozess im Überblick

- Einführung in den Marketingmanagementprozess und seine Komponenten
- Relevanz des strategiegetriebenen Marketing- und Vertriebsmanagements

Relevanz strategischen Brand Marketings im Kontext des Konsumenten- und Entscheidungsverhaltens

- Relevanz der Markenbekanntheit
- Relevanz des Markenimages / positiver singularer und multiattributiver Einstellungen
- Theorie des geplanten / überlegten Verhaltens / Handels

Erfolgsdeterminante des strategischen Marketing- und Vertriebsmanagements: Marken- und produktbezogene Entscheidungsverhalten aus Sicht von Marktgesetzmäßigkeiten

- Einführung in Marktgesetzmäßigkeiten
- Evolution von Märkten und deren Parzellierung
- Habitualisierung und Evoked-Setbildung entlang des Lebenszyklus

Strategische Erfolgsdeterminanten des Markenimageaufbaus und der Markenstrategieevolution

- Markenidentitäten im Kontext von C- und B-Corporations
- Markenidentitätsmodelle im Überblick
- Markenidentitäten im Kontext der Markenarchitektur
- Markenpositionierungsmodelle im Überblick
- Wertebasierte Positionierungsmodelle
- Wertebasierte Positionierung im Kontext der Means-End-Kette

Markenbekanntheit und Image im Kontext von Kaufprozessmodellen

- Brand Marketing und Performance Marketing im Kontext der Kaufprozessmodelle
- Überblick über Kaufprozessmodelle
- Branchenspezifische Kaufprozessmodelle

Markenwachstumsoptionen

- Markenerweiterungen
- Markenallianzen

Konzeption von Kontaktpunkt und Vertriebskanalstrategien im B2C- und B2B-Kontext

- Vertriebliche Kontaktprinzipien in Zeiten des Show- und Webroomings
- Distanz-, Domizil- und Residenzprinzip
- Mehrkanalvertrieb
- Omni-Channelvertrieb
- Plattformen / Online-Marktplätze
- Category Management entlang der Vertriebskanäle
- Intermediation und Disintermediation

Marketing- und Vertriebscontrolling

- Marketingcontrolling
- Vertriebscontrolling

Lernergebnisse:

Am Ende des Moduls sind die Studierenden in der Lage, den Marketing- / Vertriebsprozess von der Analyse über die Konzeption bis hin zur Umsetzung zu beschreiben und auf verschiedene Branchen zu übertragen. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt auf den strategischen Themen.

In der integrierten Übung vertiefen die Studierenden die theoretischen Grundlagen an konkreten praktischen Fragestellungen und verstehen es geeignete Methoden und Instrumente der Analyse, Marketing- und Vertriebskonzeption anzuwenden.

Durch Fallstudien und Praxisreferenten lernen die Studierenden die Anwendung der erlernten Inhalte in der unternehmerischen Praxis. Sie erwerben die Kompetenz strategische Marketing- und Vertriebsentscheidungen reflektiert im Kontext der gegebenen Marktsituation zu treffen. Sie können Markenstrategien in Form von Identitäten und Positionierungen formulieren und einen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit und zum Aufbau bzw. Ausbau des Markenwertes eines Unternehmens leisten. Studierende sind in der Lage in unterschiedlichen Branchen erfolgreiche Vertriebsstrategien zu konzipieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Empfehlung: Kenntnisse des Moduls Grundlagen Marketing und Vertrieb.

Literatur:

- BECKER, Jochen: Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, 11. Aufl., München: Vahlen, 2018.

- BINET, Les, FIELD, Peter: The Long and the Short of it: Balancing Short and Long-Term Marketing Strategies, IPA, 2013.
- BINET, Les, FIELD, Peter: Media in Focus: Marketing Effectiveness in the Digital Era, IPA, 2017.
- BINET, Les, FIELD, Peter: Effectiveness in Context: A Manual for Brand Building, IPA, 2018.
- DUNCKER, Christian, DRÖMANN, Uli: Markenpositionierung braucht eine neue Perspektive, in: Absatzwirtschaft, 12/2018, S. 64-67.
- ESCH, Franz-Rudolf; ESCH, Dennis: Strategie und Technik der Markenführung, 10.Aufl., München: Vahlen, 2024.
- ESCH, Franz-Rudolf (Hrsg): Handbuch Markenführung, Springer, 2019.
- KOTLER, Philip. KARTAJAYA, Hermawan, SETIAWAN, Iwan: Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, Wiley, 2017.
- KROEBER-RIEL, Werner, GRÖPPEL-KLEIN, Andrea: Konsumentenverhalten, 12. Aufl., München, Vahlen, 2025.
- SHARP, Byron: How Brands Grow: What Marketers Don't Know, Oxford, 2010.
- SHARP, Byron, ROMANIUK, Jennifer: How Brands Grow: Including Emerging Markets, Services, Durables, B2B and Luxury Brands, Oxford, 2021.
- Sowie aktuelle wissenschaftliche Aufsätze.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB282 - Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB274 – Servicemärkte: Wettbewerb, Strategien und Branchen
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	60 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	120 Stunden
Gesamtaufwand:	270 Stunden
Lehrende:	Thorsten Giersch

Studieninhalte:

Ziel der Veranstaltung ist die Vermittlung umfassender Kenntnisse zur Funktionsweise und empirischen Analyse unterschiedlicher Dienstleistungsmärkte. Das bestehende Grundlagenwissen soll dabei durch eine Systematisierung und die exemplarische Kenntnis ausgewählter Branchen vertieft werden. Anknüpfend an traditionellen Analysekonzepten aus der Industrieökonomik werden aktuelle Aspekte, wie Plattformmärkte, Service-Ökosysteme und regulatorischer Rahmen, digitale Strategien und Geschäftsmodelle behandelt. Eine Branchenanalyse als Gruppenarbeit schließt das Modul ab.

Inhaltübersicht:

- SCP-Approach
- Industry Analysis
- Service Platforms
- Service Ecosystems
- Strategies and Resources
- Service Pricing
- Selected Service Industries (Group Work)

Lernergebnisse:

- Sie können grundlegende Konzepte der Marktbeschreibung und Marktanalyse benennen und auf die spezifischen Aspekte von Dienstleistungsmärkten anwenden.
- Sie können Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Dienstleistungsmärkten erfassen und analysieren.
- Sie können an ausgewählten Beispielen die Schritte einer Branchenanalyse von der Konzeptionierung über die Datensuche und Datenaufbereitung bis zur Präsentation der Ergebnisse durchführen.
- Sie können über Trends und strategische Herausforderungen in Dienstleistungsmärkten berichten und in einem geeigneten Rahmen

serviceorientierte Geschäftsmodelle darstellen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Inhaltlich baut das Modul insbesondere an dem Einführungsmodul "Grundlagen des Dienstleistungsmanagements" an. Diese Grundlagen werden mit dem Fokus auf Dienstleistungsmärkte und deren empirische Darstellung inhaltlich und methodisch erweitert und vertieft. Ausgangsfrage ist dabei, was unterschiedliche Dienstleistungsmärkte (Branchen) kennzeichnet und wie der Wettbewerb und zugehörige Strategien zu erfassen und analysieren sind. Vorkenntnisse und die Beschäftigung mit konkreten Servicemärkten ist von Vorteil.

Literatur:

- Abell, Derek F.: Defining the Business. The Starting Point of Strategic Planning, Engelwood Cliffs: Prentice Hall 1980.
- Bühler, Stefan; Jaeger, Franz: Einführung in die Industrieökonomik, Berlin [u., a.]: Springer 2002.
- Dillerup, Ralf; Stoi, Roman: Unternehmensführung, 3. Aufl. München: Vahlen 2011.
- Fitzsimmons, James A. et al. Service Management. Operations, Strategy, Information Technology, 9th ed., McGraw-Hill 2018.
- Goemann-Singer, Alja; Graschi, Petra u. Weissenberger, Rita: Recherche-Handbuch Wirtschaftsinformation, 2. Aufl. Berlin: Springer 2004.
- Grant, Robert M.; Nippa, Michael: Strategisches Management, 5. Aufl. München: Pearson Studium 2006.
- Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, 3. Aufl. Wiesbaden: Gabler 2000.
- Monopolkommission: Hauptgutachten, Baden-Baden: Nomos unterschiedliche Jahre.
- Maglio, Paul P. et al. Handbook of Service Science, Springer 2010.
- Nebbeling, Susanne Wied: Preistheorie und Industrieökonomik, 4. Aufl. Berlin: Springer 2004.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves, Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, New York: John Wiley & Sons 2010.
- Porter, Michael E., Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Advantage, New York: Free Press 2014.
- Shy, Oz (2008) How to Price. A Guide to Pricing Techniques and Yield Management, Cambridge University Press.
- Simon, Hermann, Martin Fassnacht, Price Management, Springer 2018.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB283 - Operatives Marketing- und Vertriebsmanagement

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB275 – Operatives Marketing- und Vertriebsmanagement
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Alexander Fischer

Studieninhalte:

Marketingstrategie als Referenz:

- Zusammenspiel und Orchestrierung der Marketing-Instrumente durch die Markenstrategie
- Brand Marketing

Behavioral Branding:

- Vertiefende Kenntnisse der unternehmensinternen Kommunikation der und Umsetzung der Markenstrategie durch das Mitarbeiterverhalten
- Relevanz des markenkonformen Mitarbeiterverhaltens für den Vertriebs Erfolg

Kommunikationspolitik:

- Vertiefende Kenntnis kommunikationspolitischer Entscheidungsfelder, Instrumente und Maßnahmen vor dem Hintergrund psychologischer Theorien
- Integrierte Brand Marketing-Kommunikation
- Kurationsrelevanz in der Kommunikation
- Digital Media und Retail Media

Vertriebspolitik:

- Vertiefende Kenntnis vertriebspolitischer Entscheidungsfelder, Instrumente und Maßnahmen vor dem Hintergrund psychologischer Theorien
- Vertriebskanäle aus CSR-Perspektive
- Resilienz
- Außendienstmanagement
- Performance Management

Produktpolitik:

- Vertiefende Kenntnis produktpolitischer Entscheidungsfelder, Instrumente und Maßnahmen vor dem Hintergrund psychologischer Theorien

- Produktergonomie
- Unboxing
- Haptik
- Priming
- CSR-Transformation der Produkt- und Verpackungspolitik

Preispolitik:

- Vertiefende Kenntnis preispolitischer Entscheidungsfelder, Instrumente und Maßnahmen vor dem Hintergrund psychologischer Theorien
- Verhaltensorientiertes Pricing
- Ein- und mehrdimensionales Pricing
- Pricing im Handel
- Pricing bei Konsum- und Industriegütern

Lernergebnisse:

Das Ziel des Moduls besteht darin den Studierenden vertiefende operative Kenntnisse des Marketing-Mix-Instrumentariums zu vermitteln und sie zu befähigen diese in der Praxis anzuwenden. In diesem Zusammenhang werden insbesondere Kompetenzen aufgebaut, die Studierende befähigen die Markenstrategie unternehmensintern gegenüber Mitarbeitern zu vermitteln, um diese erfolgreich an die Marke zu binden sowie auch Kompetenzen des klassischen externen Marketing-Mix aufgebaut. Studierende können vor dem Hintergrund der marktlichen Position und Wettbewerbssituation eines Unternehmens fundierte, kompetente Entscheidungen in den operativen Bereichen der Kommunikations-, Vertriebs-, Preis- und Produktpolitik treffen.

Im Kontext des Kompetenzerwerbs wird großer Wert auf die theoretische Fundierung der operativen Ausgestaltung des Marketing-Mix-Instrumentariums gelegt. Durch die Digitalisierung der Marketing- und Vertriebslandschaft entstehen zahlreiche neue Entwicklungen mit Relevanz für den Marketing-Mix, die in dieser Veranstaltung themen- und situationsspezifisch behandelt werden.

Praxisreferenten stellen zusätzlich den Bezug der Inhalte zur unternehmerischen Praxis her.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Empfehlung: Kenntnisse Grundlagen Marketing und Vertrieb.

Literatur:

- ALBERS, Sönke, HERRMANN, Andreas: Handbuch Produktmanagement: Strategieentwicklung - Produktplanung - Organisation - Kontrolle, 3. Auflage, Springer, 2007.
- ARMSTRONG, J. Scott: Persuasive Advertising: Evidence-Based Principles, Palgrave Macmillan, 2010.
- BRUHN, Manfred, ESCH, Franz-Rudolf, LANGNER, Tobias (Hrsg.): Handbuch Instrumente der Kommunikation: Grundlagen - Innovative Ansätze - Praktische Umsetzungen, 2. Auflage, Springer, 2016.
- BUTZER.STROTHMANN, Kerstin: Integriertes Online- und Offline-Channel-Marketing: Praxisbeispiele und Handlungsempfehlungen für das Omni-Channel-Marketing, Springer, 2022.

- DILLER, Hermann; BEINERT, Markus, IVENS, Björn; MÜLLER; Steffen: Pricing: Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, 5. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer, 2020.
- ESCH, Franz-Rudolf: Wirkung integrierter Kommunikation: Ein verhaltenswissenschaftlicher Ansatz für die Werbung, 5. Auflage, Springer, 2010.
- ESCH, Franz-Rudolf; ESCH, Dennis: Strategie und Technik der Markenführung, 10. Aufl., München: Vahlen, 2024.
- ESCH, Franz-Rudolf; KNÖRLE, Christian; STRÖDTER, Kristina: Internal Branding: Wie Sie mit Mitarbeitern Ihre Marke stark machen, München: Vahlen, 2014.
- FROHMANN, Frank: Digitales Pricing: Strategische Preisbildung mit dem 3-Level-Ansatz – vom digitalen Geschäftsmodell bis zur Optimierung des Pricing-Prozesses, 2. Auflage, Springer, 2022.
- KAMPS, Ingo, SCHETTER, Daniel: Performance Marketing: Der Wegweiser zu einem mess- und steuerbaren Online-Marketing – Einführung in Instrumente, Methoden und Technik, 2. Auflage, Springer, 2020.
- KREUTZER, Ralf T.: Online Marketing, Springer, 2022.
- KREUTZER, Ralf T.: Toolbox Digital Business: Leadership, Business Models, Technologies and Change, Springer, 2022.
- KROEBER-RIEL, Werner; ESCH, Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Werbung: Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse, 8. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer, 2015.
- KROEBER-RIEL, Werner, GRÖPPEL-KLEIN, Andrea: Konsumentenverhalten, 12. Aufl., München, Vahlen, 2025.
- NAGLE, Thomas T., MÜLLER, Georg: The Strategy and Tactics of Pricing, 6th Ed., Pearson, 2017.
- SIMON, Hermann, FASSNACHT, Martin: Preismanagement: Strategie - Analyse - Entscheidung - Umsetzung, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2016.
- SHARP, Byron: Marketing: Theory, Evidence, Practice, Oxford, 2018.
- SPREER, Philipp (2021): PsyConversion: 117 Behavior Patterns für eine noch bessere User Experience und höhere Conversion-Rate im E-Commerce, 2. Auflage, Springer.
- STUMMEYER, Christian, KÖBER, Benno: Amazon für Entscheider Strategieentwicklung, Implementierung und Fallstudien für Hersteller und Händler, Springer, 2020.
- TOMCZAK, Thorsten, ESCH, Franz-Rudolf, KERNSTOCK, Joachim, HERRMANN, Andreas: Behavioral Branding: Wie Mitarbeiterverhalten die Marke stärkt, 3. Auflage, Springer, 2011.
- YABLONSKI, Jon: Laws of UX: 10 praktische Grundprinzipien für intuitives, menschenzentriertes UX-Design, O'Reilly.
- Sowie aktuelle wissenschaftliche Aufsätze.

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB284 - Servicemanagement: Qualität, Leadership und Organisation

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB276 – Servicemanagement: Qualität, Leadership und Organisation
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	120 Stunden
Gesamtaufwand:	270 Stunden
Lehrende:	Thorsten Giersch

Studieninhalte:

Aufgrund der für Dienstleistungen typischen Einbeziehung des Kunden (externer Faktor) hat das Management von Qualität für Dienstleistungsanbieter einerseits eine herausragende Bedeutung, ist aber andererseits mit besonderen Problemen konfrontiert. Um Dienstleistungsqualität steuern zu können, muss diese überhaupt messbar sein. Der Messung von Qualität ist der erste Hauptteil gewidmet. Hieran knüpfen dann Fragen des Managements von Qualität im Rahmen eines umfassenden Qualitätsmanagementsystems an. Hier werden u.a. auch Fragen der Zertifizierung als spezielle Maßnahme der Qualitätssteuerung behandelt.

Zentral für ein erfolgreiches Servicemanagement sind zugehörige Formen des Leaderships und der Organisation von Servicequalität im Zusammenspiel von Kunden, Mitarbeitern und dem zugehörigen Serviceökosystem.

1. Einführung
2. Modelle der Dienstleistungsqualität
3. Verfahren der Qualitätsmessung
4. Grundlagen des Qualitätsmanagements
5. Instrumente des Qualitätsmanagements
6. Digitale Services: Automatisierung und Personalisierung
7. Leadership und Servicemanagement
8. Serviceorganisation und Servicecontrolling
9. Spezielle Verfahren der Qualitätssteuerung
10. Ergänzungen und Fazit

Lernergebnisse:

Die Definition, Messung und Steuerung von Dienstleistungsqualität wird in der Literatur häufig als die spezifische theoretische und praktische Herausforderung des Servicemanagements angesehen. Ausgehend vom Begriff der Qualität und der Rolle von Qualität im Rahmen der Service-Profit-Chain ist es das Ziel des Moduls,

die grundlegende strategische und operative Bedeutung von Servicequalität aufzuzeigen. Merkmale von Servicequalität sollen erkannt werden, Maßnahmen der Messung können vergleichend beurteilt werden und Konzepte des Managements von Dienstleistungen mit den vorgestellten Instrumenten verbunden werden. Ein erfolgreiches Qualitäts- und Servicemanagement ist eng mit Fragen der Unternehmensführung und Organisation verbunden. Entsprechend sind diese Fragen der operativen Umsetzung und organisatorischen Gestaltung der Serviceproduktion (delivery) einzubeziehen. Hervorzuheben sind hierbei Themen der Digitalisierung und damit verbundene Fragen der Automatisierung und Personalisierung innovativer Services.

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls können Sie

- unterschiedliche Begriffe und Modelle der Qualität und Kundenzufriedenheit nennen, einordnen und hinsichtlich Ihrer Eignung für das Dienstleistungsmanagement beurteilen.
- die psychologischen Grundlagen und Messprobleme von Kundenzufriedenheit erläutern.
- die strategische Bedeutung von Dienstleistungsqualität mit Hilfe der ServiceProfit-Chain darlegen.
- Messverfahren der Qualität umfassend darlegen und einordnen.
- merkmalsorientierte Messungen mit Hilfe von Befragungen durchführen und auswerten
- die Einordnung von Instrumenten der Messung und Steuerung von Dienstleistungsqualität in ein Qualitätsmanagementsystem erläutern.
- die Funktion von Garantien, Rankings und Zertifizierungen im Kontext von Dienstleistungen diskutieren.
- Die Rolle und Einflussfaktoren von Leadership für die Servicequalität aufzeigen
- An Beispielen und Fallstudien unterschiedliche Formen der Organisation von Qualität vergleichen und diskutieren.
- Herausforderungen der Digitalisierung für die Automatisierung und Personalisierung des Servicemanagements aufzeigen

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Das Modul baut auf Kenntnissen aus den betriebswirtschaftlichen Einführungsveranstaltungen auf und ist Teil der Vertiefung Service Management.

Die Themen des Moduls bieten viele interessante Anknüpfungspunkte für vertiefende Betrachtungen zu theoretischen und praktischen Aspekten des Servicemanagements. Dies kann z.B. für eine freiwillige Präsentation einer realen Anwendungssituation im Rahmen einer Bonus-Aufgabe genutzt werden.

Literatur:

- Bruhn, Manfred, Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen - Konzepte Methoden, 9. Aufl. Berlin: Springer 2013.
- Bruhn, M., Hadwich, K. (eds) Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen. Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden: Springer Gabler 2020.
- Bruhn, Manfred; Meffert, Heribert. (Hrsg.), Exzellenz im Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler 2002.

- Bruhn, Manfred; Stauss, Bernd. (Hrsg.), Dienstleistungsqualität, 3. Aufl. Wiesbaden: Gabler 2000.
- Fließ, S.: Prozessorganisation in Dienstleistungsunternehmen, Stuttgart: Kohlhammer 2006.
- Garvin, David A., Managing Quality, New York, Free Press 1988
- Heskett, L. James u.a., The Service Profit Chain, New York: Free Press 1997.
- Homburg, Christian (Hrsg.), Kundenzufriedenheit, 5. Aufl. Wiesbaden: Gabler 2004.
- Kaiser, Marc-Oliver, Erfolgsfaktor Kundenzufriedenheit, Dimensionen und Messmöglichkeiten, 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2005.
- Kollmann, Tobias. Digital Leadership: Grundlagen der Führung in der Digitalen Wirtschaft, 2. Aufl., Wiesbaden; Springer Gabler 2022.
- Lush, Robert F.; Vargo, Stephen, Service-Dominant Logic, New York: Cambridge University Press 2014.
- Lush, Robert F.; Vargo, Stephen (Ed.): The Service-Dominant Logic of Marketing. Dialog, Debate and Directions, Armonk: M.E. Sharpe 2006.
- Ming-Hui Huang¹ and Roland T. Rust, Artificial Intelligence in Service, Journal of Service Research 2018, Vol. 21(2) p.155-172.
- Reichheld, Frederik F., The Loyalty Effect, Boston: HBS Press 1996.
- Zeithaml, Valerie A.; Bitner, Mary Jo; Gremler, Dwayne: Services Marketing, 5th edition, New York: Mc Graw Hill 2008

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB349 - Unternehmensbesteuerung

Verantwortliche:	Stefan Christoph Weber
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB344 - Unternehmensbesteuerung
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	120 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	0 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	30 Stunden
Lehrende:	Thies Lentfer Felix Reiche

Studieninhalte:

Teil I: Grundlagen der Unternehmensbesteuerung

- Deutsches Steuersystem
 - Begriff der Steuer
 - Steuerarten und Steueraufkommen
 - Betriebswirtschaftliche Bedeutung von Steuern
 - Rechtsquellen des Steuerrechts
 - Allgemeiner Steuertatbestand (Steuersubjekt, Steuerobjekt, Steuerliche Bemessungsgrundlage, Steuertarif)
- Einkommensteuer
 - Charakteristika und Systematik der Einkommensteuer
 - Persönliche Steuerpflicht
 - Sachliche Steuerpflicht
 - Einkunftsarten
 - Mitunternehmerschaften
 - Verlustausgleich und -abzug
 - Ermittlung des zu versteuernden Einkommens, insbesondere steuerliche Gewinnermittlung
 - Bilanzsteuerrecht (Wirtschaftsgut, Anschaffungs- und Herstellungskosten, Absetzung für Abnutzung (AfA), steuerliche Bewertungsregeln)
 - Steuertarif
 - Erhebung
- Körperschaftsteuer
 - Kapitalgesellschaft und Anteilseigner (Trennungsprinzip)
 - Gestaltungsmöglichkeiten einer Körperschaftsteuer
 - Persönliche Steuerpflicht
 - Sachliche Steuerpflicht
 - Entstehung, Veranlagung und Steuertarif
 - Besteuerung der Anteilseigner von Kapitalgesellschaften
 - Organschaftsbesteuerung (Grundzüge)
- Gewerbesteuer
 - Charakteristika
 - Steuerschuldner

- Sachliche Steuerpflicht
- Ermittlung des Gewerbeertrags
- Bemessung und Erhebung
- Ertragsteuerliche Behandlung
- Besteuerung des Unternehmensertrags
 - Grundprinzipien
 - Ertragsteuerbelastung der Einzelunternehmen
 - Ertragsteuerbelastung der Personenhandelsgesellschaften
 - Ertragsteuerbelastung der Kapitalgesellschaften
- Umsatzsteuer
 - Charakteristika und Systematik
 - Besteuerungsgegenstand
 - Bemessungsgrundlage
 - Steuersätze und Erhebung

Teil II: Besteuerung von Einzelunternehmen, Personen- und Kapitalgesellschaften

- Grundlagen der Rechtsformwahl
 - Überblick über die Rechtsformen
 - Faktoren für die Rechtsformwahl
 - Dualismus der Steuersubjekte
- Besteuerung von Einzelunternehmen
 - Grundlagen
 - Gewinnermittlungsmethoden (Betriebsvermögensvergleich, Einnahmenüberschussrechnung)
 - Möglichkeiten der Verlustnutzung
 - Gewerbesteuer (Grundlagen)
- Besteuerung von Personengesellschaften
 - Steuersubjekteigenschaft der Personengesellschaft
 - Qualifikation der Einkünfte
 - Mitunternehmerstellung der Gesellschafter
 - Betriebsvermögen von Mitunternehmerschaften (Gesamthandvermögen, Sonderbetriebsvermögen, Bilanzierungskonkurrenzen)
 - Besonderheiten der Gewinnermittlung (Sonderbilanzen, Ergänzungsbilanzen)
 - Beendigung von Personengesellschaften
 - Gewerbesteuer (Besonderheiten)
- Besteuerung von Kapitalgesellschaften
 - Persönliche Steuerpflicht
 - Sachliche Steuerpflicht
 - Beginn der Steuerpflicht
 - Steuerliches Einlagekonto
 - Verdeckte Gewinnausschüttungen
 - Verdeckte Einlagen
 - Organschaft
 - Liquidationsbesteuerung
 - Besteuerung der Gesellschafter
 - Beschränkung der Verlustnutzung
 - Gewerbesteuer (Besonderheiten)
- Belastungsvergleich der Rechtsformen

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ...

- das Zusammenwirken der Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer auf die Steuerbelastung unterschiedlicher Rechtsformen zu analysieren und zu beurteilen.
- sowohl die Rechtsformen als auch die Entscheidungskriterien für die Rechtsformwahl zu klassifizieren.
- ein systematisches Verständnis der laufenden Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften zu entwickeln.
- die Belastungsunterschiede der laufenden Ertragbesteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften sowie ihrer Gesellschafter kritisch zu analysieren.
- die Vorteilhaftigkeit unterschiedlicher Rechtsformen aus ertragsteuerrechtlicher Sicht zu evaluieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine

Literatur:

- HOTTMANN, J./BECKERS, M./SCHUSTEK, H.: Einkommensteuer, 24. Aufl., Stuttgart 2021.
- KRAFT, Cornelia; KRAFT, Gerhard: Grundlagen der Unternehmensbesteuerung. Die wichtigsten Steuerarten und ihr Zusammenwirken. 5. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2017.
- JACOBS, Otto H. / SCHEFFLER, Wolfram / SPENGEL, Christoph: Unternehmensbesteuerung und Rechtsform. 5. Aufl., München: Vahlen, 2015.
- NIEHUS, U./WILKE, H.: Die Besteuerung der Kapitalgesellschaften, 5. Aufl., Stuttgart 2018.
- ROSE, Gerd; WATRIN, Christoph: Ertragsteuern. 21. Aufl., Berlin: Schmidt, 2017.
- HAASE, Florian; NÜRNBERG, Philip: Besteuerung von Unternehmen, Band I, 15. Aufl., Heidelberg: Müller 2025.
- SCHREIBER, Ulrich et al.: Besteuerung der Unternehmen. 5. Aufl., Wiesbaden; Gabler 2022.
- TIPKE, Klaus / LANG, Joachim: Steuerrecht, 25. Aufl., Köln: Schmidt, 2024.

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science

◆ MB350 - Integrierte Berichterstattung und Konzernrechnungslegung

Verantwortliche:	Stefan Christoph Weber
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB345 – Integrierte Berichterstattung, Konzernrechnungslegung
Lernform:	Vorlesung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	120 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	24 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	54 Stunden
Lehrende:	Stefan Christoph Weber

Studieninhalte:

Integrierte Berichterstattung

Erster Teil: Auf dem Weg zu einer internationalen integrierten Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung

- Begriffsverständnis
 - Integrierte Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung
 - Internationaler Fokus: IFRS & IFRS S
- Wesentliche Treiber
 - Internationalisierung
 - Nachhaltigkeit

Zweiter Teil: Institutioneller Rahmen der Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung nach IFRS / IFRS S

- Struktur und Verbindung internationaler Standardsetter
 - Finanzberichterstattung
 - Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Organisationsstruktur der IFRS-Foundation
- Formelles Standardsetzungsverfahren (Due Process)
- Regelungssystem
 - Finanzberichterstattung (IASB)
 - Nachhaltigkeitsberichterstattung (ISSB)
- Anerkennung der IFRS in der Europäischen Union (Endorsement)
- Exkurs: Deutsches Rechtssystem und privates Standardsetting

Dritter Teil: Finanzberichterstattung nach IFRS

- Zwecke und Grundsätze
 - Überblick
 - Zwecke
 - Grundsätze
 - Wesentliche Unterschiede zum HGB und Fallbeispiele

- Elemente des IFRS-Abschlusses
 - Überblick
 - Bilanz
 - Gesamtergebnisrechnung
 - Eigenkapitalveränderungsrechnung
 - Kapitalflussrechnung
 - Segmentberichterstattung
 - Exkurs: Management Commentary
 - Wesentliche Unterschiede zum HGB und Fallbeispiele
- Ansatzkonzeption
 - Aktivierungsfähigkeit
 - Grundlegendes
 - Abstrakte Aktivierungsfähigkeit
 - Konkrete Aktivierungsfähigkeit
 - Passivierungsfähigkeit
 - Grundlegendes
 - Abstrakte Passivierungsfähigkeit
 - Konkrete Passivierungsfähigkeit
 - Wesentliche Unterschiede zum HGB und Fallbeispiele
- Bewertungskonzeption
 - Bewertungsmaßstäbe - Überblick
 - Zugangsbewertung
 - Vermögenswerte
 - Schulden
 - Wesentliche Unterschiede zum HGB und Fallbeispiele
 - Folgebewertung
 - Vermögenswerte
 - Schulden
 - Wesentliche Unterschiede zum HGB und Fallbeispiele
 - Erfolgserfassungskonzeption
 - Grundkonzeption
 - Fünf-Schritte-Modell
 - Wesentliche Unterschiede zum HGB und Fallbeispiele

Vierter Teil: Nachhaltigkeitsberichterstattung nach IFRS S

- Allgemeine Anforderungen an Angaben über nachhaltigkeitsbezogene Finanzinformationen (IFRS S1)
 - Grundlegendes
 - Anwendungsbereich und Zielsetzung
 - Kernelemente der Berichterstattung
 - Berichtseinheit und Konnektivität
 - Vergleichsinformationen
 - Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bilds (Fair Presentation)
 - Hierarchie zur Identifizierung der wesentlichen nachhaltigkeitsbezogenen Risiken und Chancen
 - Wesentliche Unterschiede zu HGB/ESRS und Fallbeispiel
- Klimabezogene Angaben (IFRS S2)
 - Grundlegendes
 - Anwendungsbereich und Zielsetzung
 - Kernelemente der Berichterstattung
 - Wesentliche Unterschiede zu HGB/ESRS und Fallbeispiele

Fünfter Teil: Integrierte Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung

- Status Quo: International <IR> Framework
- Perspektivisch: Corporate Reporting Framework

Konzernrechnungslegung

Erster Teil: Grundlagen des Konzernabschlusses

- Begriffliche, normative und theoretische Grundlagen
 - Konzernunternehmen
 - Konzernabschluss als Abschluss der wirtschaftlichen Einheit
 - Theorien des Konzernabschlusses
 - Grundsätze der Konzernrechnungslegung
 - Normierungen zur Konzernrechnungslegung im Überblick
 - Zusammenfassender Vergleich HGB / IFRS
- Verpflichtung zur Aufstellung des Konzernabschlusses und Abgrenzung des Konsolidierungskreises
 - Verpflichtung zur Aufstellung des Konzernabschlusses
 - Abgrenzung des Konsolidierungskreises
 - Verpflichtung zur Aufstellung des Konzernabschlusses und Abgrenzung des Konsolidierungskreises nach IFRS
 - Zusammenfassender Vergleich HGB / IFRS und Fallbeispiel
- Vorbereitung der Einzelabschlüsse für den Einbezug in den Konzernabschluss
 - Einordnung in den Prozess der Konzernabschlusserstellung
 - Identische Normen für den Einzel- und Konzernabschluss
 - Grundsatz der Einheitlichkeit
 - Einheitlichkeit des Ansatzes, der Bewertung und des Ausweises
 - Vorbereitung der Einzelabschlüsse für den Einbezug in den Konzernabschluss nach IFRS
 - Zusammenfassender Vergleich HGB / IFRS und Fallbeispiel

Zweiter Teil: Konsolidierungsmaßnahmen im Rahmen des Konzernabschlusses

- Überblick
- Kapitalkonsolidierung
 - Differenzierung nach Beteiligungsverhältnissen
 - Vollkonsolidierung
 - Quotenkonsolidierung
 - Equity-Konsolidierung
- Schuldenkonsolidierung
 - Aufgabe der Schuldenkonsolidierung
 - In die Schuldenkonsolidierung einzubeziehende Bilanzposten
 - Entstehung und Behandlung von Aufrechnungsdifferenzen
 - Verzicht auf die Schuldenkonsolidierung
 - Schuldenkonsolidierung bei Quoten- und Equity-Konsolidierung
 - Schuldenkonsolidierung nach IFRS
 - Zusammenfassender Vergleich HGB / IFRS und Fallbeispiel
- Zwischenerfolgseliminierung
 - Aufgabe der Zwischenerfolgseliminierung
 - Zwischenerfolg
 - Verzicht auf die Zwischenerfolgseliminierung
 - Zwischenerfolgseliminierung bei Quoten- und Equity-Konsolidierung
 - Zwischenerfolgseliminierung nach IFRS
 - Zusammenfassender Vergleich HGB / IFRS und Fallbeispiel
- Aufwands- und Ertragskonsolidierung
 - Aufgabe der Aufwands- und Ertragskonsolidierung

- In die Aufwands- und Ertragskonsolidierung einzubeziehende GuV-Posten
- Konsolidierung der Innenumsatzerlöse
- Konsolidierung anderer Erträge und Aufwendungen
- Konsolidierung innerkonzernlicher Ergebnisübernahmen
- Verzicht auf die Aufwands- und Ertragskonsolidierung
- Aufwands- und Ertragskonsolidierung bei Quoten- und Equity-Konsolidierung
- Aufwands- und Ertragskonsolidierung nach IFRS
- Zusammenfassender Vergleich HGB / IFRS und Fallbeispiel
- Latente Steuern
 - Aufgabe der latenten Steuerabgrenzung
 - Konzeption der latenten Steuerabgrenzung
 - Ebenen der Bilanzierung latenter Steuern
 - Bewertung latenter Steuern
 - Ausweis latenter Steuern
 - Latente Steuern nach IFRS
 - Zusammenfassender Vergleich HGB / IFRS und Fallbeispiel

Dritter Teil: Weitere Bestandteile des Konzernabschlusses

- Konzernanhang
- Konzernkapitalflussrechnung
- Konzernsegmentberichterstattung
- Konzerneigenkapitalspiegel
- Konzernlagebericht

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ...

- Mechanismen der integrierten Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung im Hinblick auf ihre Konnektivität einzuordnen und anzuwenden.
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen internationalen und (supra)nationalen Normenkreisen zur Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung zu analysieren und zu beurteilen.
- die Aufgaben, Grundsätze und (Mindest-)Bestandteile des Konzernabschlusses nach HGB und IFRS abzuleiten und kritisch zu vergleichen.
- Theorien des Konzernabschlusses auf die Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS anzuwenden.
- die Regelungen nach HGB und IFRS zur Verpflichtung zur Aufstellung eines Konzernabschlusses, zur Abgrenzung des Konsolidierungskreises, zur Vereinheitlichung der einzubeziehenden Abschlüsse, zur Erstellung des Summenabschlusses, zur Konsolidierung, zur latenten Steuerabgrenzung und zur Erstellung weiterer Bestandteile des Konzernabschlusses anhand von Case Studies anzuwenden.
- Lösungsansätze in Form von schriftlichen Gruppenarbeiten zu ausgewählten Fallstudien zu entwickeln und zu präsentieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

keine

Literatur:

- BAETGE, Jörg et al.: Bilanzen. 17. Aufl., Düsseldorf 2024.
- BAETGE, Jörg et al.: Konzernbilanzen. 15. Aufl., Düsseldorf 2024.
- BAETGE, Jörg et al.: Übungsbuch Konzernbilanzen. 9. Aufl., Düsseldorf 2024.
- COENENBERG, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 27. Aufl., Stuttgart 2024.
- COENENBERG, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Aufgaben und Lösungen. 19. Aufl., Stuttgart 2024.
- FREIDANK, Carl-Christian; MEUTHEN, Mario Henry: Rechnungslegung und Rechnungslegungspolitik. Band 1: Grundlagen der Rechnungslegung, 3. Aufl., Berlin/Boston 2022.
- FREIDANK, Carl-Christian; VELTE, Patrick; WEBER, Stefan Christoph: Aktivierungskonzeptionen nach Handels- und Steuerrecht sowie IFRS, in: Das Wirtschaftsstudium (WISU). 41. Jg. (2012), S. 1107-1115.
- FREIDANK, Carl-Christian; VELTE, Patrick; WEBER, Stefan Christoph: Passivierungskonzeptionen nach Handels- und Steuerrecht sowie IFRS, in: Das Wirtschaftsstudium (WISU). 42. Jg. (2013), S. 208-216.
- FREIDANK, Carl-Christian; VELTE, Patrick; WEBER, Stefan Christoph: Ansatzkonzeptionen, in: Brönner, Herbert et al. (Hrsg.), Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht. Einzel- und Konzernabschluss nach HGB und IFRS. 10. Aufl., Stuttgart 2011, S. 66-94.
- FREIDANK, Carl-Christian; VELTE, Patrick; WEBER, Stefan Christoph: Bewertungskonzeptionen, in: Brönner, Herbert et al. (Hrsg.), Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht. Einzel- und Konzernabschluss nach HGB und IFRS. 10. Aufl., Stuttgart 2011, S. 95-134.
- FREIDANK, Carl-Christian; VELTE, Patrick; WEBER, Stefan Christoph: Erfolgserfassungskonzeptionen, in: Brönner, Herbert et al. (Hrsg.), Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht. Einzel- und Konzernabschluss nach HGB und IFRS. 10. Aufl., Stuttgart 2011, S. 141-147.
- KÜTING, Karlheinz; WEBER, Claus-Peter: Der Konzernabschluss. Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS. 14. Aufl., Stuttgart 2018.
- PELLENS, Bernhard et al.: Internationale Rechnungslegung. IFRS 1 bis 13, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe. Mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie. 11. Aufl., Stuttgart 2021.
- VELTE, P.: Integrierte Berichterstattung, in: Böcking et al. (Hrsg.), Beck'sches Handbuch der Rechnungslegung, 69. Ergänzungslieferung., München 2023, C 615, S. 1-25.

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science

◆ MB351 - AI & Data-driven Marketing und Services

Verantwortliche:	Alexander Fischer
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB346 - AI & Data-driven Marketing und Services
Lernform:	Vorlesung mit integrierter Übung
Prüfungsform:	Klausur + ggf. Bonus
Prüfungsdauer:	90 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	Sommersemester
Dauer (pro Termin):	4 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	30 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	120 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Thorsten Giersch Alexander Fischer

Studieninhalte:

Themen der Veranstaltung:

1. Einführung in Künstliche Intelligenz und ihre Bedeutung für Marketing und Services
2. Daten im Marketing und Services - Die Grundlage für KI-Anwendungen
3. Maschinelles Lernen (ML) und Generative KI im Marketing und Service
4. KI-gestützte Personalisierung und Customer Journey Mapping mit Generative KI
5. Chatbots, Conversational AI und Generative KI im Kundenservice (Customer Experience in the age of AI)
6. Einsatz Generativer KI bei wissensintensiven Services (Finance, Law, Medical Health, Insurance, Education, optional auch: Entertainment, Hospitality, Transport, Communication), High-Stakes versus Low-Stakes Services
7. Automatisierung im Marketing mit Generative KI
8. Generative KI im E-Commerce: Produktbilder, Texte und Preise (Userbased pricing & AI)
9. Generative KI in der Marktforschung: Insights aus unstrukturierten
10. KI und Customer Experience Management (CEM) mit Generative AI
11. Ethische und rechtliche Aspekte der Generativen KI im Marketing und Service
12. Die Zukunft der Generativen KI im Marketing und Service

Lernergebnisse:

Studierende...

- haben einen Überblick zum Einsatz von KI und Automatisierung im Marketing und Servicebereich.
- haben vertieftes Verständnis der Bedeutung von Daten und deren Aufbereitung für generative KI.
- haben Grundkenntnisse zum maschinellen Lernen und dessen Anwendung im Marketing und Service.

- verstehen, wie generative KI für personalisierte Kundenerlebnisse genutzt wird.
- verstehen wie generative KI in Chatbots und virtuelle Assistenten im Kundenservice eingesetzt wird und können eigene Ansätze gestalten.
- können KI Anforderungen je nach Einsatzbereich im Servicesektor differenzieren.
- können generative KI zur Vorhersage von Kundenverhalten und zur Erstellung von Szenarien im Servicebereich nutzen.
- können einschätzen wie generative KI den Automatisierungsprozess im Marketingbereich verbessert und optimiert.
- kennen Ansätze und Cases zur Optimierung der Customer Experience durch den Einsatz von generativer KI.
- verstehen die ethischen und rechtlichen Fragestellungen im Zusammenhang mit generativer KI.
- können zukünftige Entwicklungen von generativer KI im Marketing und Service fundiert diskutieren.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Der einführende Kurs zu Servicemanagement, Marketing & Vertrieb sollte bereits erfolgreich besucht worden sein.

Literatur:

- Altenfelder, Kai et al. (Hrsg.), (2025), Services Management und Künstliche Intelligenz. Grundlagen und Anwendungsfelder für den Einsatz von KI-unterstützten Services, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Bolz, Thomas und Schuster, Gabriele (Hrsg.), (2024), Generative Künstliche Intelligenz in Marketing und Sales, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Bruhn, Manfred, Hadwich, Karsten (Hrsg.), (2025), Digital Analytics im Dienstleistungsbereich, Customer Insights, Prozesse der Künstlichen Intelligenz, Digitale Geschäftsmodelle, Forum Dienstleistungsmanagement, Springer Gabler Wiesbaden.
- Chen, Zhiyu (2024), "A Survey on Large Language Models for Critical Societal Domains: Finance, Healthcare, and Law", Transactions on Machine Learning Research (11/2024).
- Crawford, Katherine (2021), Atlas of AI: Power Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence, Yale University Press 2021.
- Deng, Ruiqi et al. (2025), "Does ChatGPT enhance student learning? A systematic review and meta-analysis of experimental studies", Computers & Education 227 105224.
- Foster, David (2023), Generative Deep Learning, 2. Ed., Sebastopol: O'Reilly,.
- Fuchs, Andreas (2025), MarTech, KI und Automatisierung: Die Zukunft des Marketings, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Lo, Andrew W. Lo, Ross, Jillian (2024), "Generative AI from Theory to Practice: A Case Study of Financial Advice" An MIT Exploration of Generative AI, March. <https://doi.org/10.21428/e4baedd9.a1f6a281>.
- Mitchell, Melanie (2025), Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans. With a New Preface, Picador New York.
- Naveed, Humza (2024), "A Comprehensive Overview of Large Language Models".
- Thakur, K. et al. (2024), Artificial Intelligence and Large Language Models. An Introduction to the Technological Future, New York: Chapman and Hall/CRC.

- Aktuelle Journalliteratur

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB354 - Seminar BWL

Verantwortliche:	Thorsten Giersch
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	Deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB040 - Seminar
Lernform:	Seminar
Prüfungsform:	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)
Prüfungsdauer:	30 Min.
ECTS:	5.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	jedes Semester
Dauer (pro Termin):	2 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	keine festgelegten Termine
Zeit in Veranstaltungen:	0 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	150 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	0 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	0 Stunden
Gesamtaufwand:	150 Stunden
Lehrende:	Franziska Bönke Gunnar Harms Alexander Fischer Thorsten Giersch Stefan Christoph Weber

Studieninhalte:

Seminararbeiten dienen insbesondere dem Erlernen von Fertigkeiten zum Erstellen der Bachelor-Thesis. Wesentlich ist die eigenständige Erarbeitung und Darlegung der Inhalte zu einem vorgegebenen Thema unter Einhaltung der Formalia.

Die Ausarbeitung soll das Interesse an einer eigenständigen Befassung mit Inhalten aus den angebotenen Vertiefungsrichtungen und den Einstieg in die zugehörige wissenschaftliche Fachliteratur und Methodik fördern und anregen. Je nach Situation kann das gewählte Thema auch inhaltlich mit der geplanten Thesis verbunden sein.

Schließlich ist die obligatorische Präsentation der Ergebnisse ebenfalls Aufgabe innerhalb des Seminars.

Der Umfang der Seminararbeit soll bei ca. 30 Textseiten liegen, die Präsentation bei einer Dauer von ca. 30 Minuten.

Lernergebnisse:

Nach der erfolgreichen Teilnahme können Studierende eigenständig Themen wissenschaftlich recherchieren, strukturieren, schriftlich korrekt und ansprechend aufbereiten und geeignet präsentieren und diskutieren.

In diesem Rahmen können Studierende zu einem gegebenem Thema eine Zielsetzung eigenständig erarbeiten und umsetzen und dabei Bezüge zur aktuellen Relevanz für die Wirtschaftspraxis darlegen.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Die Veranstaltung dient insbesondere als Vorbereitung für die Thesis.

Literatur:

- Axel Bänsch, Dorothea Alewell, Wissenschaftliches Arbeiten , 11. Aufl., München [u.a.]: Oldenbourg 2013.
- Nicola Döring, Jürgen Bortz, Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. Aufl., Heidelberg: Springer 2016.
- Werner Heister, Dagmar Weißler-Poßberg, Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler, 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2011.
- Jens Hiller, Arbeitstechniken und wissenschaftliches Arbeiten, Herne: Kiehl 2017.
- Walter Krämer, Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit. 3., überarbeitete und aktualisierte Aufl., Frankfurt: Campus 2009.
- Lydia Prexl, Mit digitalen Quellen arbeiten. Richtig zitieren aus Datenbanken, E-Books, YouTube & Co., 2., aktualisierte und erweiterte Aufl., Paderborn: Ferdinand Schöningh (UTB) 2016.
- Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2019) Research Methods for Business Students, 8th ed., Pearson.
- Manuel René Theisen, Wissenschaftliches Arbeiten : Technik - Methodik Form, 15. Aufl., München: Vahlen 2011.

Studiengänge:

- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science

◆ MB150 - Bachelor-Thesis

Verantwortliche:	Sergei Sawitzki
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	BTH - Bachelor-Thesis
Lernform:	Thesis
Prüfungsform:	Abschlussarbeit
Prüfungsdauer:	30 Min.
ECTS:	12,0
Benotung:	Zehntelnoten
Turnus:	jedes Semester
Dauer (pro Termin):	0 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	0 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	200 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	140 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	20 Stunden
Gesamtaufwand:	360 Stunden
Lehrende:	Sergei Sawitzki

Studieninhalte:

Die Bachelor-Thesis soll im Regelfall in Kooperation mit einem Unternehmen erarbeitet werden. Themen aus den Arbeitsgruppen und Laboren der Hochschule sind ebenfalls möglich. Die Arbeit ist als abschließende, vom Studierenden eigenständig aber hochschul- und unternehmensseitig betreutes Projekt zu verstehen. Im Sinne der Zielsetzung der Bachelor-Ausbildung, der Erlangung des ersten berufsqualifizierenden Abschlusses, ist die Arbeit thematisch an einer Problemstellung eines kooperierenden Unternehmens orientiert oder sie besteht aus einer praxisrelevanten hochschulinternen Aufgabe.

Lernergebnisse:

Die Studierenden ...

- besitzen die Fähigkeit zur Durchführung einer praxisorientierten Arbeit
- können eine Fragestellung selbständig erarbeiten
- können die zu erarbeitende Problematik klar strukturieren
- können die Vorgehensweise und Ergebnisse in einer Ausarbeitung übersichtlich darstellen
- stärken ihre praktischen Fähigkeiten im Projektmanagement-Bereich und zur Selbstorganisation

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Fachliche und persönliche Kompetenzen der zurückliegenden Semester, insbesondere themenabhängig fachverwandte Module und Seminar

Literatur:

themenabhängig

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Informatik Bachelor of Science
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- IT-Management / -Consulting & -Auditing Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Medieninformatik Bachelor of Science
- Smart Technology Bachelor of Science
- Technische Informatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB370 - Bachelor-Kolloquium

Verantwortliche:	Sergei Sawitzki
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB365 - Bachelor-Kolloquium
Lernform:	Kolloquium
Prüfungsform:	Kolloquium
Prüfungsdauer:	20 Min.
ECTS:	3.0
Benotung:	Drittelnoten
Turnus:	jedes Semester
Dauer (pro Termin):	1 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	1 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	0 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	10 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	10 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	3 Stunden
Gesamtaufwand:	23 Stunden
Lehrende:	Sergei Sawitzki

Studieninhalte:

- nach Thema der Bachelor-Arbeit unterschiedlich
- Fachvortrag über das Ergebnis der Bachelor-Arbeit
- Diskussion der Qualität der gewählten Lösung
- Fragen und Diskussion zum Thema der Bachelor-Arbeit und verwandten Gebieten

Lernergebnisse:

Die Studierenden ...

- besitzen die Fähigkeit der konzentrierten Darstellung eines intensiv bearbeiteten Fachthemas.
- verfestigen die Kompetenz, eine fachliche Diskussion über eine Problemlösung und deren Qualität zu führen.
- verfügen über ausgeprägte Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten.

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Fachliche und persönliche Kompetenzen der zurückliegenden Semester, insbesondere themenabhängig fachverwandte Module und Bachelor-Thesis

Literatur:

themenabhängig

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science

- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Informatik Bachelor of Science
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Medieninformatik Bachelor of Science
- Smart Technology Bachelor of Science
- Technische Informatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science

◆ MB371 - Praktikum

Verantwortliche:	Sergei Sawitzki
Moduldauer:	6 Monate
Unterrichtssprache:	deutsch

Bestandteile:

Teilleistung:	TB366 - Praktikum
Lernform:	Praktikum
Prüfungsform:	Praktikumsbericht / Protokoll
Prüfungsdauer:	20 Min.
ECTS:	15,0
Benotung:	Bestanden/nicht Bestanden
Turnus:	jedes Semester
Dauer (pro Termin):	0 Semesterwochenstunden
Termine im Semester:	12 Termine
Zeit in Veranstaltungen:	0 Stunden
Sonstiger Arbeitsaufwand während Vorlesungszeit:	220 Stunden
Aufwand während Semesterferien:	220 Stunden
Flexibel einteilbarer Aufwand:	10 Stunden
Gesamtaufwand:	450 Stunden
Lehrende:	Sergei Sawitzki

Studieninhalte:

- Sammeln von beruflichen Erfahrungen in einem der durch die Prüfungsverfahrensordnung vorgesehenen Tracks:
 - Business-Track, berufliche Tätigkeit in einem etablierten Unternehmen
 - Start-up-Track, Vorbereitung der Gründung eines eigenen Unternehmens
 - Project-Track, Teilnahme an einem größeren Projekt mit wechselnden Projektteams
 - Science-Track, detaillierte und forschungsorientierte Auseinandersetzung mit einem wissenschaftlichen Themenkomplex
- Erstellung eines Praktikumsberichts
- Das berufsbildende Praktikum ist unabhängig vom Track im Umfang von 12 Wochen zu absolvieren

Lernergebnisse:

Die Studierenden

- erweitern ihre sozialen Kompetenzen und ihre Kontakte zu Unternehmen. Beides können sie nach ihrem Studiumsabschluss gewinnbringend für eine Bewerbung oder das Einleben bei ihrem späteren Arbeitgeber bzw. Gründung eines eigenen Unternehmens verwenden
- können Fach- und Methodenkompetenz auf ausgewählte Abläufe und Problemstellungen des betrieblichen Alltags zu übertragen

Voraussetzungen und Empfehlungen:

Fachliche und persönliche Kompetenzen der zurückliegenden Semester, insbesondere themenabhängig fachverwandte Module und "Soft Skills"

Literatur:

themenabhängig

Studiengänge:

- Angewandte Wirtschaftspsychologie & Data Analytics Bachelor of Science
- Betriebswirtschaftslehre Bachelor of Science
- Computer Games Technology Bachelor of Science
- Data Science & Artificial Intelligence Bachelor of Science
- E-Commerce Bachelor of Science
- Informatik Bachelor of Science
- IT-Ingenieurwesen Bachelor of Science
- IT-Management & Consulting Bachelor of Science
- Marketing, Media & AI Bachelor of Science
- Medieninformatik Bachelor of Science
- Smart Technology Bachelor of Science
- Technische Informatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsinformatik Bachelor of Science
- Wirtschaftsingenieurwesen Bachelor of Science